



Universidad de Chile
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Antropología

RADIO COMUNITARIA E IDENTIDAD LOCAL: EL CASO DE RADIO KONCIENCIA EN ROSARIO, COMUNA DE RENGO.

Memoria para optar al Título de Antropóloga Social
CLAUDIA MAGDALENA SILVA GUZMÁN

Profesor Guía:
JORGE RAZETO MIGLIARO

Santiago de Chile
Mayo, 2013

*A todos quienes con pasión,
defienden el derecho a la comunicación.*

AGRADECIMIENTOS

En este apartado quisiera agradecer a todas las personas que colaboraron de manera directa en la realización de esta memoria de título.

A los profesores Paulina Osorio, Andrés Gómez y Dimas Santibáñez, directores de los talleres de memoria I y II por haber estimado mi proyecto y prestar su ayuda para encausarlo en sus primeras etapas de formulación. También al profesor Cristian Prado por sus palabras y aportes.

A Jorge Razeto por ofrecerse a dirigir esta investigación, aun con sus múltiples compromisos, por su interés, sus valiosos comentarios y sugerencias, su amabilidad y su energía positiva.

A Rodrigo Araya, por recibirme en su casa, trastocar mis esquemas sobre comunicación radial y ayudarme con bibliografía para el sustento teórico de esta investigación, a la cual quizás no habría llegado de no haber sido por él.

A Rodrigo González por recibirme de la mejor manera en radio Konciencia desde el primer día, involucrarse en el proceso y convertirse sin saberlo en mi informante clave. También quisiera agradecer a todos los integrantes de radio Konciencia, quiero que sepan que en cada uno de ellos pude descubrir a personas maravillosas.

A mis entrevistados radioescuchas y no radioescuchas, por su tiempo, sus palabras y una amabilidad que cada vez me sorprendía.

A los amigos que me animaron cuando lo necesité. Y por supuesto a mi madre, María Cecilia, por su apoyo incondicional.

TABLA DE CONTENIDOS

I. INTRODUCCIÓN	6
II. ANTECEDENTES	8
LA RADIO COMUNITARIA EN EL CONTEXTO NACIONAL.....	8
LAS RADIOS COMUNITARIAS Y SU ROL EN LA SOCIEDAD	10
RADIO KONCIENCIA	17
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
IV. OBJETIVOS	24
OBJETIVO GENERAL	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
V. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	25
MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	25
DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES	28
IDENTIDAD CULTURAL	32
IDENTIDAD CULTURAL LOCAL	33
VI. MARCO METODOLÓGICO.....	37
ENFOQUE METODOLÓGICO	37
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN	37
CONSTRUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA.....	40
TIPO DE ANÁLISIS	43
VII. ANTECEDENTES GENERALES DEL CASO DE ESTUDIO	44
1. ROSARIO	44
1.1 Antecedentes geográficos.....	44
1.2 Antecedentes demográficos.....	46
1.3 Antecedentes sociales	46
1.4 Antecedentes Culturales	47
1.5 Organizaciones	48
1.6 Historia de Rosario.....	48
1.7 Actividades económicas.....	51
2. RADIO KONCIENCIA.....	52
2.1 Historia.....	52
2.2 Centro Social y Cultural “Kütral”	57
2.3 Localidad en Red	58
2.4 Alcance de la señal radioeléctrica	59
VIII. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	60
1. LÓGICAS DE PRODUCCIÓN	60
1.1 La competitividad industrial	60
1.2 Las ideologías profesionales.....	63
1.3 Los niveles y fases de decisión.....	66

1.4 Las rutinas productivas	67
1.5 Las estrategias de comercialización.....	69
1.6 La competencia comunicativa	70
2. LOGICAS DE LOS USOS	71
2.1 Hábitus de clase.....	71
2.2 Ámbito de recepción y tiempo dedicado.....	73
2.3 Competencia cultural.....	76
3. MEDIADORES ENTRE LA PRODUCCIÓN Y LOS USOS: LOS GÉNEROS. .	80
3.1 Programas musicales:.....	82
3.2 Programas informativos:	93
3.3 Programas Culturales.....	98
3.4 Programas religiosos:.....	102
3.5 Programas emotivos:	103
3.6 Programas de otros centros de producción radiofónica.	104
3.7 Campañas Educativas	105
IX. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES.....	112
LA SELECCIÓN DE LA RADIO COMUNITARIA EN EL DIAL	112
LA PRESENCIA DE DIFERENTES NOCIONES DE CULTURA EN LA LOCALIDAD DE ROSARIO...	113
LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA	114
EL ARRAIGO LOCAL	116
HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UN RELATO IDENTITARIO LOCAL	116
DISTINTOS GÉNEROS, DIVERSAS IDENTIDADES	119
LO LOCAL COMO CONTEXTO Y PARTE DE LA RADIOCOMUNICACIÓN COMUNITARIA.....	121
SOBRE LOS RESULTADOS DE ESTA INVESTIGACIÓN	122
HACER RADIO COMUNITARIA EN EL CONTEXTO NACIONAL.....	125
X. BIBLIOGRAFÍA:	127

RESUMEN

En la presente investigación exploratoria descriptiva, se plantea la importancia de estudiar la relación radio comunitaria – identidad, desde la perspectiva de las mediaciones sociales y culturales, utilizando principalmente el aparatage teórico de Jesús Martín-Barbero. Este paradigma de comprensión actual, nos permitirá conocer las relaciones que se entretujan entre las “lógicas productivas” de los radialistas y las “lógicas de los usos” de sus radioescuchas, las cuales nos llevarán a analizar el tipo de identidades que la radio comunitaria pone en escena y activa, así como la importancia de la dimensión local en el estudio de estas.

El caso de estudio seleccionado corresponde a la radio comunitaria Konciencia, ubicada en la localidad de Rosario, comuna de Rengo, la cual posee un discurso crítico y propositivo sobre los temas que aquejan a su territorio, y cuenta con una alta participación ciudadana. Se utilizó un enfoque cualitativo etnográfico y contextual, haciendo uso de observación participante y de entrevistas semiestructuradas, también se recurrió a información municipal y fuentes históricas. A partir de estas estrategias, se realizó la caracterización de la localidad, de la práctica de los radialistas y de las prácticas de los radioescuchas, lo cual nos llevó a identificar un discurso aglutinador de identidades que dentro de la diversidad de gustos e intereses, recurre a lo local como referente de identificación.

Palabras claves: radio comunitaria, identidad local, radio Konciencia, mediaciones.

I. INTRODUCCIÓN

Las radios comunitarias surgen en Chile en la década de los ochenta, como reacción al bloqueo de informaciones de parte de la dictadura militar, utilizando la comunicación popular para crear cohesión social y movilizar a la población contra los que entonces eran la clase hegemónica. Treinta años más tarde ha cambiando el contexto, las motivaciones y los usos que se le dan a la radiodifusión comunitaria. Ya no podemos entenderla desde un enfoque 'ideologista', que se sitúe en el esquema dominación/ subordinación, sino desde un enfoque que nos permita observar las relaciones que se desenvuelven en un territorio en la práctica comunicativa desde las mediaciones sociales, lo cual significa asumir la vida social de un territorio en su conjunto. La radio comunitaria Konciencia, en la localidad de Rosario, comuna de Rengo, nos presenta esta nueva realidad, al incluir a distintas personas e intereses en la práctica comunicativa, orientando su programación a entretener, informar y acompañar, es decir, a satisfacer distintos tipos de demandas que pudieran presentarse en el territorio local.

Desde esta aún novedosa forma de observar a la radio comunitaria, son pocos los estudios que se han realizado, y en el tema de la relación de éstas con la identidad local, no se han encontrado estudios que en Chile la traten desde esta perspectiva. De modo que a partir de este vacío teórico y empírico en el conocimiento se ha planteado esta investigación, desde un enfoque exploratorio descriptivo.

El estudio de la identidad local adquiere importancia en un contexto en que los sujetos, se están rearticulando y están saliendo a las calles a reclamar por sus derechos y por lo que ellos consideran justo. De modo que la radio comunitaria se presenta como una potencial fuerza aglutinadora de sentidos, y queremos observar a través de este estudio si es posible definir un tipo de identidad local que esta movilice en un territorio particular. A partir del supuesto de que la radio comunitaria pone en escena ciertos relatos de la identidad local, lo que nos proponemos hacer es: *analizar los relatos identitarios locales que median entre las "lógicas productivas de una radio comunitaria" y las "lógicas de los usos de su*

comunidad de radioescuchas". Las lógicas de producción nos remiten a la dinámica que se observa en la empresa productiva, mientras, las lógicas de los usos a la recepción de ese mensaje. Para develar esto se seguirán tres ejes de análisis, rescatados desde los planteamientos teóricos de Jesús Martín-Barbero (1987): 1) las lógicas de producción con que trabaja radio Konciencia, 2) las lógicas de los usos con que operan los radioescuchas de radio Konciencia, y 3) la manera en que los "géneros" median entre las lógicas de producción y la de los usos.

Para llevar a cabo este estudio se realizó etnografía y observación participante, tanto en la radio comunitaria como en la localidad, y se realizaron 13 entrevistas semiestructuradas a radialistas, y 23 a personas de la localidad, de las cuales 18 escuchaban radio Konciencia. Se han omitido nombres de personas y de algunas organizaciones sociales, para resguardar sus identidades.

A través de la presente investigación no solo nos aproximaremos a conocer la relación entre radio comunitaria e identidad local, sino que conoceremos la forma en que actualmente sobreviven estas iniciativas de comunicación, en un contexto en que el mercado es el que prima a la hora de legislar sobre la distribución del espectro radioeléctrico, un bien de uso público, administrado por los Estados. También conoceremos la localidad "rur-urbana" de Rosario, en la comuna de Rengo, zona que pese a encontrarse cerca de la carretera a veces pasa desapercibida, pero que oculta una interesante historia y un intrigante presente.

II. ANTECEDENTES

La radio comunitaria en el contexto nacional

La literatura revisada da cuenta de que la radiodifusión comunitaria surge en Chile hacia fines de la década de los ochenta, como respuesta a la fuerte censura comunicativa del Régimen Militar. Siendo éstas, experiencias locales que tenían sus bases en “*organizaciones sociales, políticas y culturales de jóvenes en contra de la dictadura militar*” (Ochsenius, 2003: 3), dispuestos a denunciar los abusos a los derechos humanos y a rearticular a la sociedad civil. Estos ayudaron a formar y mantener redes de solidaridad, conservar la memoria del movimiento social y político democrático, dar cuenta de la realidad social y cultural popular, y apoyar campañas de retorno pacífico a la democracia.

Apenas iniciado el régimen democrático, durante el primer gobierno de la concertación de partidos por la democracia, unas 25 radios locales se agruparon, en la Asociación Nacional de Radios Populares (ANARAP), con el fin de extender esta iniciativa y asesorar técnicamente a las incipientes radios, así como ayudar en la legitimación política y jurídica por el uso del espacio radiofónico ocupado, amparándose en la libertad de expresión.

En 1991 tras el asesinato de Jaime Guzmán la oposición denunció al gobierno de no hacer cumplir La Constitución (op. cit. 4), vinculando este hecho con las actividades de libre expresión y la organización de las radios comunitarias. Se creó entonces una ley que condenaba con penas de cárcel e incautamiento de equipos a quienes no funcionaran con permisos legales. Considerando los escasos recursos y la baja cobertura de estos medios, sumado al importante papel que jugaron las radios en el reestablecimiento de la democracia, el gobierno se dispuso a legislar sobre estas materias. El proceso de negociación del marco regulatorio se realizó entre los años 1991 y 1994, comenzando a regir en 1995 (Ochsenius, 2003). La oposición de la época estuvo principalmente articulada por la Asociación de Radiodifusores de Chile (asociación de radios comerciales), que contaba con una directiva muy cercana al propio conglomerado oficialista. Entre

las limitaciones de su marco regulatorio se encuentran: transmitir a no más de un watt de potencia y utilizar antenas de hasta 6 metros de altura; se prohíbe la publicidad pagada; la concesión es entregada sólo por 3 años (lo que significa un gran gasto de dinero); el proceso de concesión solo evalúa aspectos jurídicos y técnicos, sin velar por su fin comunitario; y no discrimina si ya se cuenta con una concesión previa.

A partir de 1995 entran las radios comunitarias en un lento proceso de legalización, coexistiendo radios legalizadas e informales, de programación regular y eventual, lo que lleva a tensar las relaciones con el gobierno, ya que se ve más interés por abrirse al mercado que por democratizar el espectro radioeléctrico, que constituye un bien nacional de uso público. En 1998 esta entidad se auto disuelve para ser reemplazada por la Red Nacional de Radios Comunitarias, RENARCOM. Sin embargo esta nueva organización siguió arrastrando oposiciones de ideas entre sus líderes y ante la desconfianza del proyecto impulsado por el Presidente Ricardo Lagos en el año 2000 para mejorar la legislación, esta asociación se separó en dos: RENARCOM que conservó menor cantidad de miembros y la Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile (ANARCICH) (Ibíd.). Esta última agrupación ha seguido trabajando para apoyar a las radios comunitarias, y ejercer presión para mejorar el marco regulatorio aprobado en 1994.

Luego de varios meses de conversaciones y negociación entre tres actores de importancia: ANARCICH, La Secretaría General de Gobierno (SEGEGOB), y la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), surge un nuevo proyecto de ley, anunciado mediante un mensaje presidencial, el 12 de octubre del 2007 (Ortega, 2012:126).

Este nuevo proyecto de ley, entró en tramitación el año 2009, buscando ampliar el espectro de cobertura de las radios y la administración de estas. Promulgándose el 30 de abril del año 2010, en el diario oficial el nuevo estatuto jurídico que creó los Servicios Comunitarios Ciudadanos de Radiodifusión. Entre sus puntos más importantes se encuentran: Ampliación de la zona máxima de cobertura y ampliación de la potencia radiada a 25 watts (pudiendo llegar hasta 40

watts en localidades aisladas), con una altura máxima de antena de 18 metros; concesión de un espectro especial del espacio radioeléctrico entre el 107.1 y el 107.9 (4 radios por comuna), y en la Región Metropolitana entre el 105.9 y el 107.9 (2 mega) atribuido a la frecuencia modulada, tanto en operación analógica como digital; mayor regulación a los titulares de las concesiones, para garantizar los fines comunitarios; el plazo de concesión será de 15 años y la concesionaria gozará de derecho preferente para su renovación; se permite la emisión de publicidad pagada (ANARCICH). Este marco regulatorio, si bien reconoce la existencia de los servicios comunitarios ciudadanos de radiodifusión, sigue favoreciendo a la empresa privada, ya que el espectro radioeléctrico entregado a organizaciones de base social aumenta de un 2% a un 5%, en condiciones en que en Uruguay y Argentina, se asegura un tercio del espectro (33%) a organizaciones con fines comunitarios, considerando que se trata de un bien inmaterial de toda la Humanidad. (Op cit, 133)

Hay que tener presente que en ANARCICH se encuentran agrupadas solo radios que cuentan con concesiones, por lo que existen muchas radios informales que no han podido participar de este proceso, y que se encuentran en una situación de ilegalidad debido a la tardanza en la aprobación del marco regulatorio de la nueva ley y a la no apertura de concursos públicos para otorgar nuevas concesiones radiales, situación que solo afecta a los medios comunitarios. De modo que amparados en la ley de Telecomunicaciones N° 18.168, se ha producido muchas veces persecución judicial hacia los medios que subsisten de manera informal. Principalmente debido a denuncias de la misma ARCHI, que desde el anonimato que permite la denuncia, cuida sus intereses comerciales (Op. cit. 132).

Las radios comunitarias y su rol en la sociedad

Pese a que los gestores de la radio comercial buscaron en un principio suplir diversas necesidades, así como educar, entretener e informar; con el tiempo y la influencia de la publicidad, estas se fueron viendo cada vez más reducidas,

centrándose principalmente en entretener, e informar sobre contenidos globales, definidos por unos pocos. De modo que, a partir de una necesidad de educación, comunicación y libre expresión de los sectores históricamente marginados de los grandes medios, surge la radio comunitaria.

Para la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), una radio es comunitaria cuando *“promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria.*

No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda las emisoras que así se denominan. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva -y por ello, el nombre- de construir comunidad" (López en AMARC¹).

Los conceptos utilizados para denominar las iniciativas de comunicación comunitaria están muy relacionados con el momento histórico en que estas se han desarrollado. La comunicación comunitaria parte como “comunicación alternativa”, ya que se trataba de una propuesta distinta en los contenidos a la radiodifusión comercial, pero no en la forma de hacer medios, ya que persistía una lógica vertical en la recepción del mensaje (Araya, comunicación personal, 01 de Octubre

¹ Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) [Fecha de consulta: mayo de 2010] <<http://www.amarc.org/index.php?p=home&l=ES>>

2010)². Se trataba de hacer educativos los contenidos desde un enfoque desarrollista.

Durante la preeminencia de este paradigma, se estudió a las radios comunitarias desde un enfoque que apelaba a los resultados, como si la sola acción de la radio debiera dar como producto un cambio en las acciones de las audiencias, independientemente de las condiciones sociales. Pero generalmente, cuando las radios eran o son desarrolladas y estudiadas bajo estas premisas, no existe una participación real del pueblo o la clase subordinada, sino que son ONGs, Universidades, o grupos dependientes del Estado los que situándose en una posición de superioridad les hablan a las audiencias de cómo cambiar ciertas prácticas para mejorar su calidad de vida. Pese a que esta tendencia podría no considerarse mayormente comunitaria, ya que no son las audiencias las que definen los contenidos que les interesan, es imposible negar su capacidad de penetración simbólica en las costumbres de la gente sobre la base de una gran cantidad de estudios que se han realizado. Tenemos por ejemplo el caso de una radio instalada en la provincia de Zampézia (África) que ayudó a cambiar la actitud frente a las enfermedades de transmisión sexual y Sida, también hacia la planificación familiar, la vacunación, la inundación y sequía, el papel de la mujer en la sociedad, y la educación de la meretriz, además de facilitar la introducción de nuevas técnicas de producción agrícola (Krohling, 2007); Mientras en Colombia un 49% de las emisoras comunitarias del valle de Aburrá reciben y transmiten campañas sociales como apoyo a los programas del Estado y al desarrollo local (Álvarez, 2008) dinamizando la participación ciudadana de los radioescuchas; solo por nombrar un par de ejemplos.

Luego la comunicación comunitaria se masificó como “comunicación popular” al darse en contextos de resistencia al poder político y económico, cosa que se da en Chile alrededor de los años 80, y se relaciona con iniciativas de poblaciones urbanas con alto sentimiento identitario. Resaltando en este tipo de enfoque el carácter de resistencia contra la hegemonía, a través de la

² Araya, Rodrigo. (2010). Conversación con Rodrigo Araya, Periodista, Magíster en Comunicación Social, Profesor de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso. 01 de octubre.

contrainformación, y crítica social. Durante este período se entendió a lo popular como cultura de los oprimidos (Dubravcic, 2002), y se entendió la comunicación desde el esquema dominación/ subordinación, observando a la radiodifusión comunitaria como una práctica liberadora. Este momento histórico tuvo tal importancia en Chile, que aún continúa utilizándose la definición de “comunicación popular”, solo que los referentes de pueblo han sufrido transformaciones.

La tendencia actual en estudios radiofónicos se orienta a *“superar las dicotomías que por mucho tiempo privaron en la teoría y práctica de este tipo de medios, cuando se definía su misión central en oposición a los medios hegemónicos, para dejar paso a la convicción de que ellos favorecen la construcción de ciudadanía, entendida ésta no como un conjunto de derechos y deberes de las personas, sino como el ejercicio de una ‘política cotidiana’ que tiene lugar en las distintas dimensiones de la vida”* (Ramos, 2006: 6). Es por ello que la denominación que hoy en día parece más pertinente para nombrar las dinámicas que se desarrollan en las radios comunitarias es la de ‘medios participativos’, en donde el pueblo puede participar de la planificación y ejecución de los contenidos, incentivando a la comunidad a conversar sobre temas que realmente les afecten e interesen, desde sus propias cosmovisiones de mundo y desde sus propias hablas. Lo popular ya no es entendido como clase subordinada, sino como una nueva forma de socialidad mediada por la masividad, que se da a través de la educación, la participación política y el consumo.

Desde esta perspectiva las radios comunitarias contribuyen a la ampliación de la ciudadanía, ya que ayudan a romper los flujos unilaterales de comunicación al convertir a los emisores en receptores y viceversa (Oliva, 2006), permitiendo la visibilidad de los distintos actores sociales y su coordinación, así como también les permite hacer uso del derecho a la libertad de expresión, al compartir sus ideas, opiniones, inquietudes y problemas en un espacio social público y ya no solamente en el espacio familiar. Esto es facilitado por la gran capacidad de la radio para mediar lo popular, tanto técnica, como discursivamente (Munizaga y Gutiérrez, 1983). Técnica, porque la radio no requiere más destreza que la facultad de oír, el lenguaje utilizado posee una gran capacidad expresiva y no

requiere dedicar un tiempo exclusivo. Mientras en lo discursivo, la radio es uno de los medios que está llenando el vacío que dejan los medios tradicionales en la construcción de sentido (Ibíd.), lo que sitúa a la radio como un producto culturalmente pertinente para la expresión de las culturas populares, al privilegiar la oralidad.

Como se mencionaba, durante mucho tiempo, y aún hoy bajo el paradigma desarrollista se busca valorar el impacto de los proyectos de radio, buscando evidencias de cambios actitudinales en las audiencias. Luego, se introducirían nuevas ideas *“grandes pensadores latinoamericanos como Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini nos hicieron ver que las audiencias llevan a cabo una apropiación cultural de los productos culturales a los que tienen acceso”* (Ramos, 2006: 6). Sus nociones de mestizaje e hibridación cultural fueron fundamentales para liberarnos del principio lineal de causa y efecto y del pensamiento dicotómico. Ramos (2006) señala que los términos de “incidencias”, “consecuencias”, y “repercusiones” que ahora se suelen utilizar refieren a una relación de causalidad múltiple y sugieren que los medios son solo un factor más en la dinámica social. A partir de este hito se plantea en los estudios de comunicación, la necesidad de abordar este proceso desde el consumo de medios, desde los contextos de este consumo y los usos que se le dan. Para Sara Dickey (2004), una de las funciones de los medios de comunicación consiste en proporcionar un espacio para que operen la imaginación y la construcción de identidades. Sin embargo la constitución de identidades, al igual que las subjetividades se da en conjunción con otras fuentes de conocimiento, como pueden ser las impartidas por la familia, la escuela, la iglesia, etc., además de responder a variables históricas particulares.

En el ámbito de los estudios de radiodifusión comunitaria en Chile, la bibliografía revisada da cuenta de que el tema de la identidad local es un asunto que se acepta como supuesto, principalmente por su componente “comunitario”, lo cual nos refiere a un concepto relacional que permite significar diversos fenómenos sociales a partir de la cultura (Osses, 2002). Se acepta que en los territorios en que se sitúa la radio, existe una identidad local y que esta puede ser generada y reforzada por la radio, pero no se ha ahondado en este proceso.

Algunos estudios se han centrado en ver cuáles son los discursos de los radiodifusores sobre el tema, como se articulan con otras organizaciones sociales o cómo se representa la comunidad en el programa a través de los llamados, pero no se han incluido en ellos a las audiencias, para rescatar su rol activo en la recepción del mensaje, como nos lo plantea Jesús Martín Barbero (1987) y una serie de otros estudiosos que se alinean en esta postura. Tenemos por ejemplo a JoEllen Fisherkeller (Fisherkeller en Dickey, 2004), que estudió el consumo de películas Indias en un pueblo hausa al norte de Nigeria, que eran masivamente vistas, llegando a la conclusión de que estas encontraban cabida en la cultura “hausa” porque trataban tensiones y deseos que también eran fundamentales para esta sociedad, lo cual nos da cuenta de que las lecturas que pueden hacer las audiencias son variadas, están relacionadas con aspectos culturales y son creativas.

Un estudio sobre el diagnóstico de las radios comunitarias de la ONG Educación y Comunicaciones, ECO (Yáñez y Aguilera, 2001), considera como uno de sus temas a tratar, la relación de identidad comunidad/ radio, operativizando este fenómeno en cinco líneas de análisis: origen de los proyectos, imagen institucional, niveles de apoyo comunitario, radio y actores sociales y finalmente políticas informativas locales, pero los alcances de este trabajo son limitados, ya que no se consideran a los auditores en un tema que los incumbe directamente, sino solo al equipo de la radio. Yáñez (2004), más tarde, retoma la inquietud de las relaciones que se establecen entre la radio comunitaria y la localidad en la producción de imaginarios y la vida social, pero cierra su reflexión teórica con un conjunto de preguntas abiertas que nos plantean la necesidad de ahondar en este proceso, tales como *“¿es posible definir un imaginario que se representa a través de unas relaciones mediadas por la radio en la localidad?”*.

Otro antecedente con el que contamos, es que en el seminario del mes de Agosto del 2002 realizado por ECO, se trataron diversos temas sobre la acción de la radio comunitaria. Frente a la pregunta por lo identitario en las mesas de trabajo, los radialistas respondieron que lo que los motiva a todos es fomentar la identidad, a través de la participación y visibilización de lo local, pero en muchos

casos no tienen los recursos necesarios para crear por ejemplo, noticieros propios. Por otro lado declaran no conocer su relación con el público, no saber cuánto los escuchan, y para suplir este déficit dicen establecer relaciones con otras organizaciones como juntas de vecinos o con la escuela.

En La Paz, Marlene Choque (2006) nos da luces sobre el aspecto identitario, al realizar un estudio sobre identificación en los discursos radiales y su relación con el territorio, examinando los referentes de identificación a través de recursos lingüísticos, tales como: el sistema pronominal (uso de pronombres personales y posesivos), los morfemas verbales de persona, y las nominalizaciones. Descubriendo a través del análisis de discurso, que las personas que llamaban a la radio, se identificaban principalmente con su zona de residencia, su calle o su sector. Lo cual demuestra la gran importancia del elemento material del territorio, en la identificación individual y colectiva, al sentirse formando parte de un colectivo territorial.

En Chile la situación de las radios comunitarias es bastante precaria. En el nivel de desarrollo interno de ellas, es posible señalar que existe un manejo formal de los recursos del medio, pero las maneras de gestionar y dirigir aún poseen un desarrollo básico. Lo que tiene relación con las características de los equipos de trabajo: en la mayoría de los casos (95%) trabajan en el medio de manera voluntaria, no existiendo una rutina de evaluación permanente de la gestión, producción y programación del medio; además, el número de personas efectivamente comprometidas en el proyecto, generalmente corresponde a un tercio del total de los participantes (la mayoría produce, emite y luego se va) (Yáñez, 2001: 43). Los equipos con los que cuentan en su mayoría son básicos y por otra parte las políticas informativas locales han sido escasamente desarrolladas, ya que no se han generado programas para producir noticieros en el ámbito local.

La presente investigación se plantea como un estudio exploratorio, que nos permita relacionar a la radio comunitaria con sus audiencias, a través del concepto de identidad local. Para ello se estudiará el caso de la radio comunitaria Konciencia, de la localidad de Rosario, en la comuna de Rengo, radio que lleva

tres años transmitiendo, con una alta participación ciudadana y un gran interés por visibilizar las temáticas de su territorio.

Radio Konciencia

En la Localidad de Rosario ubicada en la Comuna de Rengo, provincia de Cachapoal, se encuentra la radio comunitaria Konciencia. Esta localidad puede caracterizarse como un asentamiento de obreros de agroindustria cuyas dinámicas son las correspondientes a las de la nueva ruralidad. La nueva ruralidad no es social, cultural ni económicamente opuesta a los territorios urbanos, sino que poseen una sociabilidad o cultura diferente, pero actual, de modo que no hay una distinción que se pueda plantear de tradicional/ moderno, ya que los territorios rurales se encuentran altamente tecnologizados e interconectados con el resto del mundo a nivel de relaciones económicas y manejo de informaciones (Canales, 2005).

La idea de formar una radio comunitaria surgió como iniciativa de dos hombres adultos, motivados por el conocimiento que tenía uno de ellos de radio Placeres de Valparaíso. Este interés surgió de una necesidad de comunicación y expresión local, que fue compartida por otro grupo de jóvenes y adultos a los que se convocó. El 07 de Octubre del 2007 se realizó la primera reunión con los interesados que fueron alrededor de 15 personas y siete meses después, el 13 de mayo del 2008 sacaron una personalidad jurídica como Centro Social y Cultural Kūtral, comenzando a reunirse en una mediagua social. Debido a la falta de infraestructura partieron desarrollando folletos informativos. En junio postulan a un fondo de desarrollo cultural municipal, siéndoles asignado en septiembre una suma de \$500.000 pesos.

En noviembre y diciembre del año 2008 se instalan en su ubicación actual, un segmento de una casa de adobe de carácter patrimonial, administrada por la Asociación de Fútbol Rural, y comienzan a comprar el mástil, la antena, y el resto de los equipos. En enero del 2009 reciben una capacitación de la radio Primero de Mayo, en el manejo técnico de los equipos y el 21 de marzo instalan el mástil, la

antena y los transmisores. Una semana después de esto, comienzan las primeras transmisiones de prueba.

Actualmente son trece las personas más comprometidas con el funcionamiento de la radio y como centro social y cultural poseen directores, pero como radio, se organizan de manera horizontal, compartiendo responsabilidades.

Pese a sus precarios equipos, mantienen una constante relación con el territorio, que se deja ver en sus seguidores de Facebook y Twiter, por comentarios y visitas que reciben en su sede de parte de gente de la localidad, y por un puerta a puerta que realizan un par de veces al año para conocer la recepción de la localidad y para recolectar fondos para su funcionamiento. Aunque reconocen que su labor no es de la simpatía de todos, ya que no todos están de acuerdo con sus ideas, intentan llegar a un grupo diverso de personas, a partir de la diversidad de sus programas.

Su discurso aboga por visibilizar los temas de su territorio con un fuerte componente rural, difundiendo campañas sociales y promoviendo el respeto por los derechos humanos, además de ser sujetos activos en dinamizar las actividades sociales de su territorio a través de su divulgación.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La literatura revisada da cuenta de que muy poco se ha trabajado sobre la manera en que la radio comunitaria conecta con sus audiencias y los relatos identitarios que se ponen en juego. Es un hecho que se da por supuesto, que se menciona de paso, pero en el cual no se ha ahondado mayormente. Mucho menos si consideramos el rol pasivo que los equipos radiodifusores, e investigadores le han otorgado a las audiencias en las actividades de diagnóstico y discusión sobre el medio. De modo que el presente estudio se justifica desde un vacío teórico – empírico en el conocimiento, y a la vez, como aporte metodológico, para futuros estudios sobre radios comunitarias, identidad y audiencias.

Para estudiar la radiodifusión comunitaria es necesario situarnos desde una perspectiva contextual y etnográfica, considerándosele no como un medio de comunicación alternativa, sino como un medio más, que compite en el dial, en tanto su propuesta manifiesta una relación de intercambio entre emisores y receptores.

En el estudio de los medios de comunicación, han existido distintas perspectivas de análisis. En la década de los sesenta prevaleció una mirada funcionalista, centrada en el poder de los medios y sus efectos de alienación sobre las audiencias, como son “la teoría hipodérmica” y “la teoría de los efectos”, las cuales consideraron a las audiencias como receptores pasivos que absorbían sin problemas los mensajes que se les presentaban, pero ya en la década de los setenta, Raymond Williams (Dickey, 2004) comenzó a estudiar el potencial de la cultura de masas y la cultura popular para expresar una resistencia en la apropiación de estos mensajes; y en la década de los ochenta la investigación de los medios se abrió a toda la sociedad, con lo que se les comenzó a observar de forma contextualizada. Es así como estudiosos de las comunicaciones como Jesús Martín Barbero (1987), ayudaron a desplazar el foco de análisis desde los medios a las relaciones sociales, a lo cual se le denominó mediaciones. Las mediaciones son el espacio cultural como lugar en que se articula el sentido, y es el foco desde el cual hay que situarse para comprender la comunicación, mirada

que no ha sido considerada en los estudios de radiodifusión comunitaria e identidad.

En la sociedad globalizada, las personas se encuentran bajo la influencia de múltiples medios de comunicación en distintos soportes como son la Internet, los diarios y revistas, la televisión nacional e internacional, distintas radioemisoras, etc. y a partir de esta variedad de opciones las personas eligen y configuran representaciones sobre distintos aspectos de su vida. En un sentido más técnico: las audiencias son nomádicas, es decir, fluyen entre distintos diales; e intermediales, eligen y consumen medios en distintos soportes. Entonces dentro de esta variedad de opciones es posible inferir la existencia de ciertas claves culturales que permitirían conectar a este medio con su comunidad objetiva.

La radio comunitaria no sólo es un medio de comunicación que compite y entra en el juego de la configuración de identidades, sino que además se añade a las instituciones que tradicionalmente habían proporcionado los elementos de comprensión de la realidad, como son la familia, la escuela o la religión, participando en la construcción de los imaginarios sociales, grupales e individuales, ya que los medios de comunicación informan acerca de la realidad pero también interpretan y valoran los sucesos. Situación que es mediada por las características de los receptores y su contexto político, social, económico y cultural, a través de su campo de representación.

Partiendo desde una mirada exploratoria lo que nos interesa conocer es si:

¿Es posible definir un relato de identidad local que medie entre la radio comunitaria y su comunidad de radioescuchas?

Definir unos relatos identitarios locales que medien entre la radio comunitaria y su comunidad de radioescuchas nos permitirá conocer cuáles son las particularidades que dentro de una oferta comunicacional tan diversa (en soportes y estilos), la radio comunitaria sea seleccionada y considerada como un medio legítimo y empoderado. Recordando los antecedentes de Choque (2006), que fue capaz de encontrar elementos identitarios a través del sistema pronomial,

los morfemas verbales de persona, y las nominalizaciones partiremos del supuesto de que este relato existe y es posible de *definir*, por lo que intentaremos ir más allá y haremos una *caracterización* de estos relatos.

Ahora bien, ¿por qué es interesante estudiar la relación entre productores y radioescuchas a través de relatos de identidad local? Porque la comunicación radial es una instancia que crea imaginarios sociales, nos da ideas sobre las cosas, al ser una comunicación local representa nuestro entorno más inmediato, y por consiguiente, se relaciona con lo que simbólicamente interiorizamos como perteneciente a una unidad determinada. Abordar este fenómeno dentro de un estudio de caso, nos permitirá comprender en profundidad cómo estos relatos identitarios como claves compartidas entre radialistas y radioescuchas, se hacen presente en la comunicación participativa y permiten conectar a la radio comunitaria con su comunidad de oyentes, en una práctica y un espacio concretos. De modo que este estudio de caso nos permitirá mirar esta relación desde una perspectiva teórica que hasta el momento no ha sido desarrollada, para diferenciarse de la mirada funcionalista que ha primado hasta ahora en los estudios que problematizan la relación identidad - radio comunitaria, revisados. Desde esta nueva perspectiva las audiencias no son pasivas ya que leen las informaciones a partir de su propia experiencia (Dickey, 2004), por lo cual la relación identidad-territorio-audiencia, no puede darse por sentada y es un fenómeno necesario de estudiar. Se ha seleccionado este caso en particular, porque su práctica da cuenta de una mirada desprejuiciada, que apunta al respeto a la diversidad cultural más que a ser instrumento de desarrollo o de liberación social.

Para estudiar este fenómeno, usaremos los lineamientos teóricos que nos propone Jesús Martín-Barbero en su clásica obra “De los medios a las mediaciones”. Observaremos los procesos comunicacionales desde las relaciones sociales que se desarrollan entre la formación del mensaje y la recepción del mismo.

Para ello Martín-Barbero (1987) nos propone estudiar desde los lugares donde se configuran los sentidos, es decir, desde la cotidianidad, desde el uso del

tiempo, y desde la competencia cultural, de qué modo nos interpelan unas “lógicas de producción” particulares que intentan conectar con unas “lógicas de los usos” presentes en las audiencias. Las lógicas de producción nos llevan al modo de funcionamiento de la empresa productiva, en este caso, de la radio comunitaria, mientras las lógicas de los usos aluden a los modos de apropiación y las réplicas que esta empresa genera. Entre estas dos lógicas median los “géneros” (Op. cit.: 241), que siguiendo la perspectiva de este mismo autor, actúan como “*estrategias de comunicabilidad*” que facilitan la comprensión de los productos culturales, y son estos los que se hacen factibles de estudiar en busca de estas características particulares que nos refieran a una identidad cultural específica.

El concepto de identidad cultural (Giménez, s.f) no puede entenderse disociado del concepto de cultura, ya que la identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en el entorno social. Para conocer las identidades que se ponen en escena haremos uso de relatos como herramienta de investigación, de modo tal que ahondaremos en los relatos de identidad local, es decir, las entenderemos como una construcción social, reconociendo su subjetividad.

El rasgo más característico de las identidades culturales es que permite demarcar fronteras entre un nosotros y unos “otros”, a partir de la selección de ciertos rasgos. Sin embargo, no hay que considerar los relatos identitarios como algo estático, sino como algo que está en permanente construcción y reconstrucción en nuevos contextos y situaciones históricas, y no solo como un proceso discursivo público, sino que hay que considerar las prácticas y significados en la vida diaria de las personas (Larraín, 2001).

El concepto de identidad social, no es un concepto antojadizo, de moda o interesante solo como constructo teórico. Es un concepto importante y necesario ya que sin el concepto de identidad no se podría explicar la menor relación social, debido a que toda interacción social implica que los sujetos se reconozcan en alguno de sus roles. Las identidades cohesionan a los grupos sociales, les otorgan sentido de pertenencia e identidad individual y les dan una base para defender sus intereses. Si los grupos sociales forman una identidad con características

valoradas como positivas, los actores, se sentirán más a gusto y en confianza para ampliar su red de relaciones con el entorno, para desarrollarse, y de este modo ampliar su participación y mejorar su calidad de vida.

De modo que, afinando nuestra pregunta de investigación, esta queda de la siguiente manera:

¿Cuáles son las características del relato de identidad local que media entre las “lógicas productivas” de la radio comunitaria Konciencia y las “lógicas de los usos” de su comunidad de radioescuchas, en la localidad de Rosario, comuna de Rengo?

IV. OBJETIVOS

Objetivo General:

1) Caracterizar el relato de identidad local que media entre las “lógicas productivas” de la radio comunitaria Konciencia y las “lógicas de los usos” de su comunidad de radioescuchas, en la localidad de Rosario, comuna de Rengo.

Objetivos Específicos:

1.1) Caracterizar las “lógicas de producción” con que trabaja radio Konciencia, en la localidad de Rosario, comuna de Rengo.

1.2) Caracterizar las “lógicas de los usos” con que operan los radioescuchas de radio Konciencia, en la localidad de Rosario, comuna de Rengo.

1.3) Caracterizar la manera en que los “géneros” median entre las “lógicas de producción” de la radio comunitaria Konciencia y las “lógicas de los usos” de su comunidad de radioescuchas, en la localidad de Rosario, comuna de Rengo.

V. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

Medios de Comunicación

Los medios de comunicación contribuyen a la construcción de la realidad social. Desde el siglo XIX, el cine, la prensa, la radio y la televisión, por su amplia difusión han sido medios que se han añadido a las instituciones que tradicionalmente habían proporcionado los elementos de comprensión de la realidad, como la familia, la escuela o la religión, generando un fuerte impacto en la construcción de los imaginarios sociales, grupales e individuales (Comas, 2008:180). Estos medios actúan a distintos niveles de la conformación de representaciones sociales: por un lado informan acerca de la realidad, pero también la interpretan, e incluso valoran los sucesos, lo cual influye en el contenido de las representaciones sociales que se generan. En palabras de Dolors Comas (Ibíd.) *“los medios de comunicación nos informan sobre mundos que no conocemos, lo que influye en nuestra comprensión de la realidad y actitudes ante esta, interpretan además esta realidad mediante explicaciones explícitas o comprensiones tácitas, imágenes evocadoras, encadenamientos de ideas, categorizaciones positivas o negativas”*. Por lo tanto los medios de comunicación no sólo proporcionan informaciones, sino que hacen una interpretación particular de la realidad, tanto en los programas de información como en los de ficción o entretenimiento, determinan así lo que para ellos es bueno y lo que no lo es, lo que es aceptable y lo que no, el sentido de los acontecimientos, los valores morales, las obviedades posibles. Son por tanto, una de las formas de mediación más importantes de la sociedad, un elemento clave en la arquitectura social y política. Los medios de comunicación nos entregan una representación de la realidad, sin embargo los receptores de estas representaciones no son recipientes vacíos en los que verter ideología y representaciones, sino que leen estas representaciones desde sus propias claves culturales, es decir, a través de su campo de representación, que siempre será más amplio de lo que nos ofrecen los medios de comunicación de masas (Comas, 2008).

Durante las décadas del sesenta y setenta, se dio por mucho tiempo especial importancia al “texto” escrito, visual o auditivo que difundían los medios de comunicación, considerando que estos significados eran recibidos intactos por los consumidores. Así lo creyeron: *“la escuela de Frankfurt, que estudiaba la cultura de masas como instrumento de la hegemonía capitalista [...]; los partidarios del psicoanálisis o deconstruccionismo, que analizaron el texto en función de sus estructuras internas de significado; y los analistas de las repercusiones del cine y la televisión, que analizaron su impacto sobre los comportamientos, actitudes y opiniones de los espectadores”* (Dickey, 2004: 4).

Combinando teoría y etnografía en la década del setenta Raymond Williams y sus colegas empezaron a investigar *“el potencial que existía dentro de la cultura de masas y popular para expresar una resistencia de las personas en posición inferior”* (Ibíd.). La investigación de los medios de comunicación se estaba abriendo a otros campos; disciplinas como la psicología, la sociología, filosofía y antropología, se fueron interesando por su estudio (Lameiras y Galindo, 1994). De pronto todo tenía que ver con el fenómeno de los medios. Fue así como en los años ochenta, muchos estudiosos empezaron a considerar que los consumidores de medios de comunicación eran sujetos activos y que los efectos de estos medios sobre las experiencias y condiciones de los públicos, eran diversos. Uno de los estudiosos que destacó en esta época fue Jesús Martín-Barbero (1987), su obra *“De los medios a las mediaciones”* ubicó los procesos comunicacionales dentro de la cultura y propuso investigarlos *“desde las mediaciones y la recepción, es decir, desde los usos que la gente hace de lo que recibe de los medios, pero también desde sus modos y formas de comunicación”* (Ortiz, 1998: 62). Este autor, no se limitó a rescatar la no pasividad del receptor, sino a pensar la comunicación desde lo popular. Su objetivo central era articular la relación entre lo masivo y lo popular desde el punto de vista histórico, dando cuenta del tránsito de las culturas tradicionales a las culturas populares, con la comunicación masiva como espacio de construcción de sentidos.

Lo popular ya no es visto como degradación, subvaloración de formas de ser y pensar de ciertas culturas, marginadas y excluidas de la vida moderna, sino desde la espesura de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, de lo masivo (Yañez, 2004). Para García Canclini (1995), la discusión sobre lo popular *“debe considerar de forma particular la investigación del consumo ya que es en la circulación, y sobre todo en el consumo, donde los bienes y mensajes hegemónicos interactúan con los códigos perceptivos y los hábitos cotidianos de las clases subalternas”* (Varela, 1999: 98). Y si bien *“el repertorio de bienes y mensajes ofrecidos por la cultura hegemónica condiciona las clases populares, éstas seleccionan y combinan los materiales recibidos –en la percepción, en la memoria y en los usos- y construyen con ello, como el bricoleur, otros sistemas que nunca son el eco automático de la oferta hegemónica”* (Ibíd.).

Dolors Comas (2008) evalúa las aproximaciones analíticas basadas en el poder de manipulación de los medios, y las basadas en la creatividad y resistencia de las audiencias para situarse en una perspectiva intermedia, similar a la de García Canclini (1995), reconociendo que los medios de comunicación son un marco de intercambios simbólicos y representaciones culturales, pero incorporando también el poder, porque no todas las personas tienen acceso a los medios en la misma medida, porque las representaciones colectivas expresan formas de dominación y manipulación de distinta naturaleza, y porque las luchas sociales y los cambios sociales acumulativos modifican la hegemonía de valores existentes e introducen nuevos imaginarios. Es por ello que más allá de considerar los contextos de recepción y la creatividad de las audiencias, ella propone observarlas dentro de las relaciones de poder que tienen lugar y de sus dinámicas. Comas toma en consideración el hecho de que las élites acaban teniendo el control de los medios de comunicación, a través del mercado y la publicidad, proponiendo recuperar el concepto Gramsciano de hegemonía, considerando que los mecanismos de dominio y control social no suelen ejercerse tanto desde la coerción, sino desde la persuasión, desde la construcción del consentimiento social. ¿Pero cómo observar esta situación en la radiodifusión comunitaria, que se caracteriza por ser participativa y moverse por valores ajenos al mercado? Para

ello será necesario observar con cuidado los temas propuestos, su forma de tratarlos y su ideología.

De los medios a las mediaciones

Para Martín-Barbero, *“pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de tecnologías”* (Martín-Barbero, 1987:227). Es así como propone desplazar el eje del debate de los medios a las mediaciones, es decir *“a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y a la pluralidad de matrices culturales”* (Op. cit. 203). Para esto hay algunos conceptos que resultan centrales en su reflexión, como es el concepto de hegemonía de Gramsci (Op. cit. 85), que permitirá pensar el proceso de dominación social ya no como imposición desde el exterior, sino como un proceso en que una clase hegemoniza en la medida en que representa intereses que las clases subalternan reconocen también como suyos. De Pierre Bourdieu (Op. cit. 91) toma el concepto de habitus, que permite relacionar las prácticas cotidianas con el orden estructural que estas expresan, de este modo se haría presente la eficacia de la hegemonía, “programando” las expectativas y los gustos según las clases. Una de las críticas más certeras a Bourdieu que Martín-Barbero considera es la de Michel de Certeau (op. cit. 93) que viene del ámbito de las prácticas al criticar que su única lógica de inteligibilidad venga de la lógica de la reproducción. Como respuesta a esto agrega a ellas tiempo y lugar, considerando a los usos de estas prácticas como operadores de apropiación, de modo de integrar la creatividad a la cotidianidad.

Es dentro de este contexto que Martín-Barbero nos propone analizar la comunicación desde la cultura siguiendo apenas un “mapa nocturno”, porque ya no nos sirven las teorías eficaces que para parecer plausibles dejaban de lado toda la complejidad social que no permitían explicar. Este es un mapa que nos permitirá indagar en *“la dominación, la producción y el trabajo, pero desde otro*

lado: *el de las brechas, el consumo y el placer*” (op. cit. 229). Para ello nos propone algunos espacios de mediación, como lugares en donde se configuran los sentidos.

1) El primer lugar de mediación es la cotidianidad familiar ya que siendo ámbito de conflictos y de fuertes tensiones, todavía es uno de los pocos lugares en que *“los individuos se confrontan como personas y donde encuentran alguna posibilidad de manifestar sus ansias y frustraciones”* (Martín-Barbero, 1987:234). Es un lugar donde la identidad personal no está supeditada al mercado, donde perder el empleo no significa perder la identidad. De la familia como espacio de las relaciones cortas y de la proximidad, la televisión y en este caso también la radio asumen y crea dos dispositivos claves:

- a) la simulación del contacto, para la cual la radio usa constantemente la *función fáctica* del lenguaje (Jacobson), que se caracteriza fundamentalmente por mantener el contacto a través del canal de comunicación. Lo cual se hace posible gracias a un locutor que más bien es un interlocutor al interpelar a los oyentes, usando un lenguaje coloquial y un *tono* que permite acercar la radio a la rutina diaria (Ibíd.)
- b) la retórica de lo directo, que se refiere a la transmisión en vivo y en directo, que se refuerza con los llamados, peticiones de tema, e improvisaciones, preocupándose de dar una sensación de cercanía a través de un discurso que lo familiariza todo (op. cit. 235).

2) El segundo lugar de mediación es la temporalidad social. *“Mientras en nuestra sociedad el tiempo productivo, el valorado por el capital, es el tiempo que corre y que se mide, el otro, del que está hecha la cotidianidad, es un tiempo repetitivo que comienza y acaba para recomenzar, es un tiempo no hecho de unidades contables, sino de fragmentos”* (Martín-Barbero, 1987:236), y es dentro de esta segunda lógica que se inscribe la televisión, como también podríamos decir la

radio. Es así como cada programa tienen su sentido en el cruce de los *géneros* y los tiempos, los cuales terminan hablando el mismo idioma del sistema productivo. Es así como en la televisión se estandariza la programación: mañanas para programas misceláneos llamados matinales, mediodías de noticias, tardes de telenovelas, y noches de programas para adultos.

3) El tercer lugar de mediación es la competencia cultural, la cual puede ser observada desde los *géneros*. Un género desde esta acepción es ante todo una “*estrategia de comunicabilidad*” (Martín-Barbero, 1987:241), es el modo en que se organizan la competencia comunicativa de los emisores y los destinatarios. Los géneros que articulan narrativamente los programas, no tienen que ver con una categoría para la clasificación, sino con una negociación entre emisores y destinatarios que permiten configurar un “mundo” en el cual ambos se entienden, en el cual cada uno de ellos sabe qué esperar.

Existen por otro lado ciertas *lógicas de producción* que se presentan como centrales en esta investigación ya que nos servirán para conocer la lógica con la que trabajan los radialistas. Lo que importa aquí es lo que configura las condiciones específicas de producción, lo que de la estructura productiva deja huellas en el formato y recicla las demandas que vienen de los públicos:

- La competitividad industrial, que tiene que ver con la capacidad de producción, en términos técnicos y financieros, así como la diversificación y especialización profesional dentro de la empresa.
- La competencia comunicativa, lograda en términos de reconocimiento por los públicos a quienes se dirige.
- Los niveles y fases de decisión, que en la producción de cada género, se refiere a quiénes, en qué momentos, y con qué criterios se define lo que es producible.

- Las ideologías profesionales (haremos uso de una definición funcional de ideología, entendiéndola como un sistema de creencias característicos de una clase o un grupo en particular) *“como componentes y campo de tensión entre las exigencias del sistema productivo, las reglas del género, las demandas sociales y la iniciativa y creatividad de los productores”* (Ibíd.).
- Las rutinas productivas, miradas desde los hábitos de trabajo.
- Y Las estrategias de comercialización, que no es algo que se piense después de crear, sino que está en el producto mismo, en la estructura del formato.

Por otra parte las lógicas de los *usos* nos permitirán observar a los receptores, en tres aspectos principales:

- Los hábitos de clase, tomados desde Pierre Bourdieu como un sistema de disposiciones durables y transferibles que funcionan en todo momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y acciones de las personas (Bourdieu, 2006). Estas las podemos observar a través del estatus socioeconómico y el trabajo que las personas desempeñan, ya que estos inconcientemente les entregan una manera de observar el mundo, desde una posición económicamente privilegiada o desfavorable. Si bien la posición económica no es determinante, sí es una de las más influyentes en la articulación de las percepciones, disposiciones y gustos.
- Ámbito de recepción y tiempo dedicado, que nos permite ver el rol que asume en este caso la radio comunitaria en la vida cotidiana, es decir, cómo se incorpora en la rutina diaria o a las actividades de la semana, y el significado social y el uso que se le da a ese consumo.

- Competencia cultural, que atraviesan las clases por vía de la educación formal, pero que incluye las etnias, las culturas regionales, dialectos locales y mestizajes. Que nos permiten ver cómo los contenidos y las formas de presentar estos, hacen sentido o no, a la comunidad radioescucha.

Entre la lógica del sistema productivo y la lógica de los usos, median los *géneros*. Estos constituyen un conjunto de reglas y significados que configuran los formatos y es donde ancla el reconocimiento cultural de los grupos, ya que estos son capaces de leerlos y comprenderlos sin esfuerzo, como ejemplos de éstos tenemos en el área audiovisual el género *cowboy* y el género de *superhéroes*. De esta manera Jesús Martín-Barbero (1987:253) nos señala que *“yendo de los géneros radiales a las matrices culturales se hace posible explicitar los dispositivos que enlazan lo territorial con lo discursivo, las temporalidades y las formas del nosotros, la memoria y sus sitios de anclaje”*. En este sentido recordamos la gran capacidad de la radio para mediar lo popular técnica y discursivamente, constituyéndose en un medio que podría estar llenando el vacío que dejan los aparatos tradicionales en la construcción del sentido.

Si es en las mediaciones en el espacio en que se conforman los sentidos, es en este mismo espacio en que se conforman las nociones de identidad local, como orientaciones a través de las cuales las personas construyen su relación con el mundo en el que viven. Para observar estos relatos de identidad local debemos ahora pasar a revisar qué entenderemos por ellos.

Identidad Cultural

Si bien el concepto de identidad se aplica usualmente a sujetos individuales dotados de conciencia, memoria y psicología propia, en ciencias sociales podemos aplicarlo por analogía a los actores colectivos, que deben cumplir con el postulado weberiano de la ‘agencia’, es decir, de realizar acciones dotadas de sentido.

Larraín (2001) distingue tres tipos de concepciones teóricas con respecto a la identidad: el constructivismo, que se relaciona con una imposición hegemónica de la identidad; el esencialismo, que descuida la historia al definir características estáticas; y la visión histórico-estructural, que permite establecer un equilibrio entre los dos extremos anteriores. De este modo, el autor adhiere a este último enfoque, concibiendo la identidad como algo que está en permanente construcción y reconstrucción en nuevos contextos y situaciones históricas, y no sólo como un proceso discursivo público, ya que considera las prácticas y significados en la vida diaria de las personas. Las versiones públicas de identidad se construyen sobre ciertos rasgos de la vida de la gente, que se vuelcan sobre ellos como discursos, susceptibles de crítica, es decir, de la gente depende el reconocimiento de ellos.

Identidad Cultural Local

Para Patricia Safa (1995: 171) dos han sido las perspectivas que se han utilizado para estudiar las identidades o culturas locales. Por un lado están los estudios que han relacionado los procesos sociales con el territorio. De este modo la geografía y los estudios regionales han ayudado a entenderlos desde sus características físicas. Desde esta perspectiva lo local es entendido como un territorio pequeño, más chico que una región, socialmente reconocido como distinto a otros, con límites y fronteras claras, con un nombre y un referente colectivo que representa una comunidad de intereses. El otro enfoque visualiza lo local como el contexto de la vida comunitaria, las relaciones intensas y cercanas que se oponen al anonimato urbano, siendo la perspectiva que ha adoptado en mayor medida la antropología. Desde este segundo enfoque la identidad local se preocupa por buscar lo compartido y lo homogéneo de un grupo.

Sin embargo estas dos ideas, de una base territorial y de la persistencia de las relaciones intensas como fundamentos de la vida comunitaria han sido criticadas y tratadas como ideas románticas que no tendrían cabida en la sociedad contemporánea, caracterizada por una mayor movilidad socio-espacial y relaciones sociales débiles. Para superar esta debilidad, tomaremos los

postulados de Safa (op. cit. 172) y pensaremos a las comunidades locales no como territorios con fronteras claras y definidas, tampoco como comunidades homogéneas en su interior ya que sus residentes son diversos, sino como expresión de la dimensión simbólica de la sociedad que llamamos cultura, y que es susceptible de ser interpretada y analizada en su contexto. Es por esta razón que la comunidad considerada en este estudio se refiere a aquellos quienes escuchan la radio comunitaria Konciencia, y estarían compartiendo un mensaje similar, considerando a quienes no la escuchan como parte del contexto y no como parte de esta “comunidad”. Esta comunidad no se caracteriza por presentar fuertes lazos de solidaridad mecánica, en un sentido Durkhemiano, sino por compartir parte de un relato identitario mediado por la radio comunitaria.

Si bien las identidades locales se basan en demarcaciones geopolíticas históricas -delegaciones, barrios, pueblos y colonias-, son sobre todo el resultado de un proceso de construcción social y cultural, por lo que no interesan tanto los criterios políticos administrativos, sino las maneras como las personas lo piensan, viven y delimitan. Las identidades locales serían el arma que esgrimen los actores sociales para defender sus intereses.

Las identidades locales son construcciones imaginadas (Benedict, 1993.) en donde no interesa necesariamente la correspondencia con los elementos objetivos o la veracidad de la historia para su legitimación o eficacia. Las personas se vinculan a los lugares gracias a procesos simbólicos y afectivos que permiten la construcción de lazos y sentimientos de pertenencia.

Tomando esta perspectiva de las identidades locales como construcción social, las fronteras de lo local, se definen *“con las delimitaciones geopolíticas históricamente definidas en un proceso complejo que combina la biografía e historia personal, los acuerdos colectivos sobre esa identidad, y los intereses diversos, en tensión o en conflicto, de los actores sociales interesados en definir el sentido de pertenencia o exclusión, o los usos que se hagan de ese territorio”*. (Safa, 1995: 171)

Las identidades sociales son entonces el resultado *“de la autopercepción de un ‘nosotros’ relativamente homogéneo en contraposición con los ‘otros’, con base*

a atributos, marcas o rasgos, distintivos subjetivamente (y colectivamente) seleccionados y valorizados que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la 'mismidad' identitaria" (Jiménez en Safa, 1994: 170)

Larraín (2001), en esta misma línea de pensamiento, hace un aporte al establecer ciertos elementos a partir de los cuales se constituyen las identidades: primero, los sujetos se identifican con ciertas cualidades en términos de categorías sociales compartidas; segundo, existe un elemento material como el cuerpo, el territorio, y otras posesiones capaces de dar al sujeto elementos de auto-reconocimiento; y tercero, está la presencia de "otros", que sirven para diferenciarnos, y de los cuales interiorizamos sus opiniones. Sin embargo hay que recordar que los elementos que le dan contenido a una identidad no significan lo mismo para todos los que viven o se apropian del lugar. Los sentidos múltiples pueden dar lugar a tensiones, conflictos y desacuerdos.

En un nivel metodológico Safa (op. cit. 175) distingue tres dimensiones de estudio de las identidades locales:

1. Lo local a nivel de las experiencias del sujeto, como el lugar donde se nació y se vive.
2. Lo local como construcción de identidades colectivas.
3. Lo local de los actores sociales que luchan y se organizan por la apropiación del territorio.

La primera nos lleva a la dimensión personal de la experiencia, la segunda nos lleva a otro nivel de la realidad: la de grupo, la vecinal, la comunitaria, mientras la tercera nos habla de las delimitaciones formales donde se manifiestan los intereses de los distintos actores sociales.

Las historias personales son importantes para entender cómo las personas construyen y reconstruyen sus identidades en relación al territorio. Esta dimensión de identidad es interesante en cuanto nos permitirá llegar a ahondar en la segunda, ya que cada una de las decisiones y valoraciones de los sujetos individuales nos ayudan a comprender el curso de un grupo social. El último nivel

de análisis, nos habla de las delimitaciones formales en donde se discute el sentido de la identidad local y se manifiestan los intereses de los distintos actores sociales involucrados.

La identidad local se conoce por los lugares y su gente. Tener sentido de lugar es poder diferenciar ese lugar y su gente de otros. Un espacio se convierte en un lugar cuando adquiere un significado. Identificar un lugar supone reconocer el tipo de comportamiento asociado a él, sus parámetros físicos y el tipo de gente que esperamos encontrar.

Por otro lado, es importante mencionar que no es posible correlacionar de forma exacta una identidad cultural con una comunidad delimitada, ya que, por una parte las identidades que integran los sujetos en su actuar cotidiano son múltiples, y por otra, la identificación con una comunidad se sustenta solo en un criterio de adscripción. De modo que no nos es posible afirmar que exista una identidad cultural ligada a una comunidad dada, que habita una localidad limitada. Frederick Barth (1976) señala que las identidades culturales se definen por sus fronteras, pues su contenido siempre está cambiando, sin que por ello se pierda la identidad. Sin embargo, para definir estas fronteras se utilizan rasgos culturales particulares que él denomina diacríticos, y que podrían servirnos para caracterizar este relato identitario, al menos en un momento del tiempo.

VI. MARCO METODOLÓGICO

Enfoque metodológico

En la presente investigación, se utilizó un enfoque cualitativo, que se caracteriza por ser inductivo, expansivo y que por lo común no busca generar preguntas de investigación de antemano ni probar hipótesis preconcebidas, sino que éstas surgen durante el desarrollo del estudio, utilizando “*un método interpretativo, contextual y etnográfico*” (Hernández, Sampieri y Baptista, 2003: 184).

Esta investigación es de tipo no experimental, transeccional y descriptiva. Los estudios no experimentales se caracterizan por “*observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos*” (op. cit. 267). Por lo tanto no se construyen situaciones, ni se manipulan las variables ya que estas ya han sucedido. Dentro de este tipo de estudios se encuentran los estudios de tipo transeccional, que se caracterizan por analizar el estado de una o más variables en un momento dado, o bien la relación entre un conjunto de variables en un punto del tiempo (Ibíd.), en este estudio particular el tiempo acotado fue de un año aproximadamente. Finalmente hablamos de un diseño transeccional de tipo exploratorio en una primera fase, debido a que se trató de un proyecto innovador que contó con escasos antecedentes, para luego pasar a uno de tipo descriptivo, en el que el objetivo fue caracterizar el relato de identidad local que media entre las “lógicas productivas” de la radio comunitaria Konciencia y las “lógicas de los usos” de su comunidad de radioescuchas

Herramientas de producción de información

Como se señaló en la problematización, para estudiar la radiodifusión comunitaria es necesario situarnos desde una perspectiva contextual y etnográfica, que nos permita observar la radiodifusión comunitaria desde la cultura. Una perspectiva etnográfica “*se interesa por describir y analizar culturas y*

comunidades para explicar las creencias y prácticas del grupo investigado, con el objetivo de descubrir los patrones o regularidades que surgen de la complejidad. Por lo tanto la cultura es la temática central” (Buendía, et al, 1997: 233). Por cultura entenderemos la definición que hace de ella Clifford Geertz, el cual señala: *”Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones”* (Geertz, 1992:20).

El término etnografía ha estado sometido a controversia, ya que para algunos es un paradigma filosófico, mientras que para otros es un método que se puede aplicar cuando se considere apropiado. Dentro de esta polarización existen posiciones intermedias, coincidiendo a nivel práctico en los siguientes puntos (Buendía, et al, 1997: 234):

- Fuerte énfasis en la exploración de la naturaleza de los fenómenos sociales.
- Tendencia a trabajar con datos no estructurados.
- Se trabaja con un número reducido de casos, frecuentemente con un solo caso que se aborda en profundidad.
- El análisis de los datos implica una interpretación explícita de significados y funciones de las acciones humanas.

Para Geertz (1992) en el campo de estudio hacer etnografía es establecer relaciones, seleccionar a los informantes, transcribir textos, establecer genealogías, trazar mapas del área, llevar un diario, etc. Pero no son estas actividades, estas técnicas y procedimientos lo que definen la empresa. Lo que la define es el esfuerzo intelectual que significa realizar "descripción densa". Para Geertz hacer etnografía es hacer descripción densa, la cual se caracteriza por realizar *“una jerarquía estratificada de estructuras significativas”* que les permite a los actores en su contexto, producir, percibir e interpretar la acción social (Geertz, 1992:22).

En la presente investigación se hizo uso de etnografía, vista como una opción metodológica y analítica que nos permitió abordar el fenómeno de la radiodifusión comunitaria de una manera holística y contextual.

Se hizo uso de datos “emic” y “etic”. El concepto “emic” se refiere a la visión interna de los informantes, que resultan claves en esta metodología, mientras el “etic” es la explicación que da el investigador de la realidad (Buendía et al, 1997: 235). Las técnicas básicas utilizadas en la recogida de datos, fueron la observación participante, las entrevistas semiestructuradas e información secundaria.

La observación participante se realizó en su modalidad de *observador como participante*, según las subdivisiones que propone Bufford Junker (Bufford Junker en Álvarez-Gayou, 2003). Desempeñando el papel de observador por períodos cortos de tiempo, ya que la cercanía del lugar con mi residencia, me permitía hacer viajes diarios, complementando las observaciones posteriormente con entrevistas semi-estructuradas. Esta técnica me sirvió fundamentalmente para acercarme a las personas involucradas en el desenvolvimiento de la radio, a través de visitas no planeadas, participación en actividades para recolectar fondos, reuniones y celebraciones. También me sirvió para acercarme a la realidad sociocultural de la comunidad, al acudir a celebraciones del aniversario de Rosario, fiesta de la fruta, feria dieciocheras, desfile, plazas y negocios. Esta metodología se realizó durante toda la investigación, registrando cada visita en un diario de campo.

Se realizaron también entrevistas, las cuales adoptaron distintas formas, desde consultas a desconocidos, discusiones casuales mientras se participaba en una actividad, a entrevistas abiertas y entrevistas semiestructuradas, con énfasis en estas últimas, ya que se registraron en audio, siendo posteriormente transcritas y analizadas. Las entrevistas semiestructuradas, se caracterizan por ser una conversación dirigida por el entrevistador hacia las temáticas de mayor relevancia para la investigación, al ser flexible permiten indagar en ámbitos no previstos.

La información secundaria utilizada, refiere principalmente a información municipal, bases de datos que me permitieron ubicar personas o textos históricos que fueron de utilidad para caracterizar la localidad de Rosario desde una visión etic, para conocer cuál es el contexto en el que se mueven las subjetividades de los distintos actores.

Construcción y justificación de la muestra

La realización de las entrevistas semi-estructuradas, se realizó de forma dirigida, pero se consideraron dos tipos de sujetos. Por una parte a las personas que participaban activamente en la creación de contenidos de la radio, es decir al equipo de radio Konciencia, y por otro lado a miembros de la localidad de Rosario que escuchaban la radio comunitaria Konciencia. Adicionalmente se entrevistó a personas que no escuchaban radio Konciencia que resultaron ser importantes para conocer antecedentes históricos y sociales de la localidad de Rosario.

La comunidad de Rosario considerada, lo que podría llamarse nuestro universo de estudio, será la que habita el sector central de la localidad en donde la señal de radio Konciencia llega de mejor manera, este sector está comprendido entre la carretera 5 sur por el oeste, avenida las delicias por el este, la calle Estadio por el norte y la vuelta de los afligidos por el sur. Mientras que la muestra corresponde a las entrevistas que efectivamente se realizaron.

La entrevista semiestructurada *“en tanto micro-conversación, permite el intercambio de posiciones que informa de la estructura de sentido que un hecho social adquiere desde un sujeto que representa un colectivo de opinión”* (Cottet, 2006). En la muestra de radioescuchas, para representar todos los sujetos posibles y sus posiciones de habla, se consideraron las variables que más representan una distinción de posiciones en la comunidad de radioescuchas de radio Konciencia, que según los antecedentes recolectados fueron las de sexo y edad.

La técnica de entrevistas se caracteriza por la calidad de la información recolectada y no por la cantidad (Valles, 1997), por lo cual lo importante en este caso fue la selección de las personas que entrevistamos

Dentro del equipo de la radio, se entrevistó a 13 personas de manera formal, con grabadora en mano, aunque se dialogó de manera natural con unas 10 personas más. Las entrevistas se realizaron en el espacio de la radio.

Para resguardar sus identidades se ha optado por caracterizarlas con su sexo y edad, y para presentarlas en el texto, se les ha asignado un código.

Muestra de radialistas:

Sexo, edad	Fecha de la entrevista	Código
1. Hombre, 47 años	22/05/2011	Radialista uno
2. Hombre, 23	22/05/2011	Radialista dos
3. Hombre, 28 años	07/07/2011	Radialista tres
4. Hombre, 33 años	07/07/2011	Radialista cuatro
5. Hombre, 43 años	10/07/2011	Radialista cinco
6. Hombre, 42	10/07/2011	Radialista seis
7. Hombre, 40	07/08/2011	Radialista siete
8. Mujer, 19 años	07/08/2011	Radialista ocho
9. Hombre, 24	07/08/2011	Radialista nueve
10. Mujer, 20	07/08/2011	Radialista diez
11. Hombre, 38	23/09/2011	Radialista once
12. Hombre, 43	23/10/2011	Radialista doce
13. Hombre, 42	11/11/2011	Radialista trece

En el caso de los radioescuchas, se hizo contacto con ellos mediante dos vías: por medio de la presentación por parte de algún integrante de la radio para las primeras 8 personas, y por medio de presentación personal para las 10 siguientes. Comencé intentando cubrir criterios de sexo y edad, pero luego centré mi atención en personas que cumplieran roles que pudieran considerarse importantes en el territorio, como el de ser dirigentes o miembros de organizaciones sociales. Estas entrevistas se realizaron hasta llegar a la saturación de la información, es decir, hasta que esta se comenzó a repetir, no encontrándose datos nuevos. Dentro de estas personas encontramos a amigos de radialistas, vecinos, dirigentes de organizaciones y gente que no tiene directa relación con el grupo, por lo cual se le ha considerado como una muestra

representativa de lo que sucede con los radioescuchas. También se dialogó con personas que escuchaban o no escuchaban la radio sin realizar entrevistas formales. Estas entrevistas se realizaron en las casas de los entrevistados o en sus trabajos cuando las condiciones laborales lo permitían.

Muestra de radioescuchas:

Género, Edad	Organización	Fecha de la entrevista	Nombre Ficticio
1. Hombre, 19 años	No pertenece	30/06/2011	Auditor joven uno
2. Hombre, 27 años	Socio de organización	24/09/2011	Auditor joven dos
3. Mujer, 18 años	Socia de organización	11/08/2011	Auditora joven uno
4. Mujer, 27 años	No pertenece	11/08/2011	Auditora joven dos
5. Hombre, 56 años	No pertenece	23/08/2011	Auditor adulto uno
6. Hombre, 43	Socio organización	29/03/2012	Auditor adulto dos
7. Mujer, 31 años	No pertenece	30/06/2011	Auditora adulta uno
8. Mujer, 44 años	No pertenece	11/08/2011	Auditora adulta dos
9. Mujer, 37 años	Tesorera de organización	23/08/2011	Auditora adulta tres
10. Mujer, 45 años	Presidenta de organización	13/09/2011	Auditora adulta cuatro
11. Mujer, 49 años	No pertenece	20/03/2012	Auditora adulta cinco
12. Mujer, 35 años	No pertenece	26/03/2012	Auditora adulta seis
13. Mujer, 39	Secretaria de organización	29/03/2012	Auditora adulta siete
14. Hombre, 72 años	Socio de organización	18/10/2011	Auditor adulto mayor uno
15. Hombre, 60	Presidente de organización	30/03/2012	Auditor adulto mayor dos
16. Mujer, 64 años	No pertenece	23/08/2011	Auditora adulta mayor uno
17. Mujer, 60 años	No pertenece	18/10/2011	Auditora adulta mayor dos
18. Mujer, 62 años	No pertenece	20/03/2012	Auditora adulta mayor tres

Las personas entrevistadas que no escuchaban la radio fueron cinco, dos de ellos por ser conocedores de la historia de la localidad y tres por ser dirigentes de organizaciones.

Muestra de no radioescuchas:

Género, Edad	Organización	Fecha de la Entrevista	Nombre ficticio
1. Hombre, 59 años	No pertenece	20/06/2011	No auditor uno
2. Mujer, 78 años	Presidenta organización	10/09/2011	No auditor dos

3. Mujer, 50 años	Presidenta organización	13/09/2011	No auditor tres
4. Hombre, 93 años	No pertenece	20/10/2011	No auditor cuatro
5. Mujer, 64 años	Presidenta organizaciones	26/03/2012	No auditor cinco

Tipo de Análisis

Al ser las herramientas principales las de la etnografía, y considerando el uso de la descripción densa y de entrevistas que rescatan el punto de vista de los sujetos estudiados, se tomó como perspectiva de análisis una mirada hermenéutica.

La tarea hermenéutica consiste en lograr la comprensión de un texto o de un otro, mediante la apertura a esta otra opinión, las opiniones ajenas se ponen en alguna clase de relación con el conjunto de las opiniones propias, pero sin modificarlas, sino ampliando el horizonte desde el cual se miran, en un proceso en que se hacen concientes los propios prejuicios (Gadamer, 1997). Por lo tanto no hay interpretación sin un marco teórico de respaldo.

Para el análisis de los datos se utilizó el software de análisis Atlas Ti, que facilitó la codificación de gran cantidad de información, permitiendo una mejor gestión de las citas. Para la codificación se adoptó una perspectiva emic, realizando en primera instancia una codificación abierta que recogiera citas con sentido y significación para los entrevistados, que se refirieran a aspectos importantes dentro de su discurso; y luego utilizando el marco teórico de respaldo de procedió a elaborar categorías más amplias, desde una mirada etic, en pro de los objetivos específicos; para posteriormente proceder a integrarlas a través de la descripción densa.

VII. ANTECEDENTES GENERALES DEL CASO DE ESTUDIO

1. ROSARIO

Los siguientes antecedentes de la localidad de Rosario, fueron elaborados a partir de tres fuentes principales: el Plan de Desarrollo Comunal de la comuna de Rengo (PLADECO), el libro de historia local “Rosario Pichiguao”, y mediante entrevistas a los lugareños. La información sin citar, corresponde a esta última fuente y a observación participante.

1.1 Antecedentes geográficos

La localidad de Rosario perteneciente al municipio de Rengo se caracteriza por tener un clima mediterráneo y un relieve compuesto de planicies de cultivos extensos y montañas de fuertes pendientes. Es a su vez parte de la región del Libertador General Bernardo O’Higgins, y de la provincia de Cachapoal.

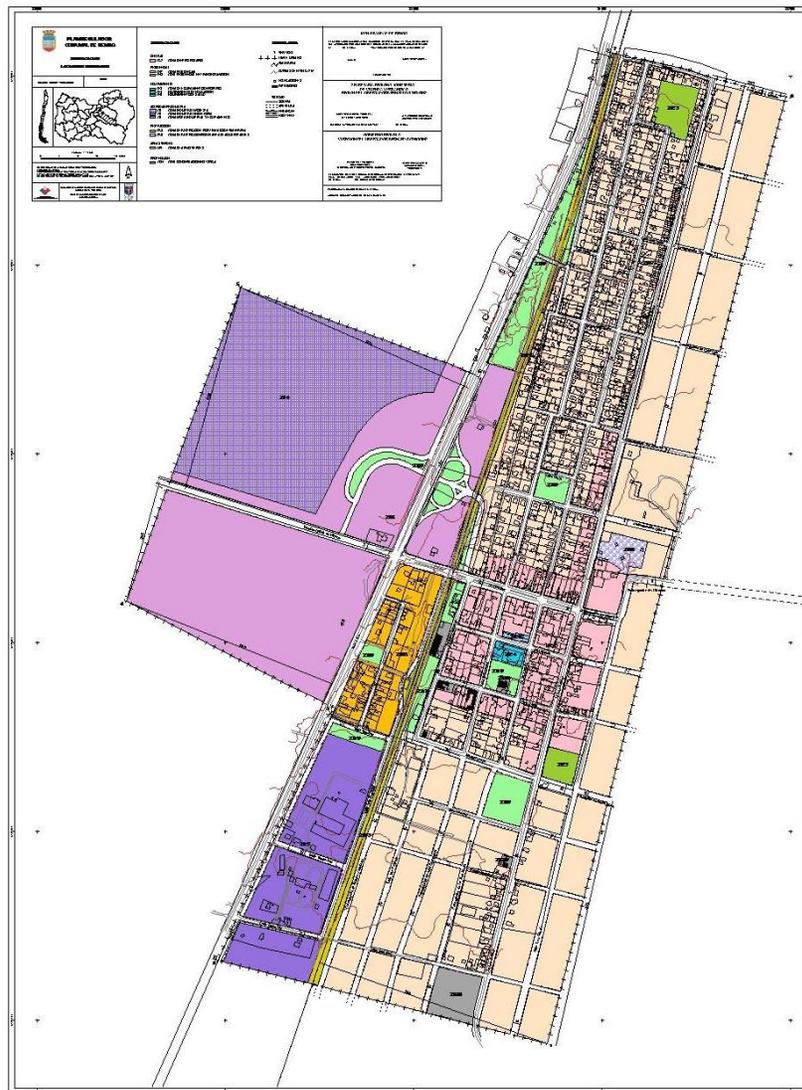
Limita al norte con la comuna de Requínoa, al sur con el estero de Tipaume, al Este con la cordillera de los Andes y al Oeste con la comuna de Quinta de Tilcoco. Se ubica en el Km 107 de la carretera Santiago – Puerto Montt.

Se encuentra conectada con la capital de país y la capital regional, por la Carretera Panamericana, también llamada 5 sur, y por la Estación de ferrocarriles de Rosario.

La localidad de Rosario es caracterizada como zona urbana, en el sentido de que es un sector poblado que cuenta con servicios sanitarios, comercio minorista, colegios, Iglesias de las religiones católica, evangélica y testigo de Jehová, bomberos, poblaciones y villas, sin embargo la localidad posee un fuerte raigambre rural debido a las ocupaciones de su gente, así como al paisaje agrícola que los circunda. Es uno de los espacios que podemos llamar de la nueva ruralidad, ya que es una zona que se caracteriza por ser agrícola, encontrándose este sector fuertemente industrializado, además de contar con industria

alimentaria de carne animal y con embotelladoras de agua mineral, estando interconectado a escala global.

El presente plano demarca la extensión del Gran Rosario (o centro local). Poblaciones que lo conforman son: Rosario centro, Población Rosario-Pichiguao, Población Despertó Rosario, Población Villa los Alerces, Población Ureta, Villa Génesis, sector las Delicias sur y vuelta de los afligidos, Delicias norte, Villa los parrones, Villa Arcoiris, Población la Ilusión y Población Orlando Letelier.



Fuente: Catastro Público, disponible en www.municipalidadrengo.cl

Otros sectores rurales que lo circundan y que son considerados como parte de la localidad de Rosario son: Los Choapinos, El Retiro, Apalta, Camarico, El Delirio,

Esmeralda, San Jorge, Santa Isabel, Naicura, Los Gomereros, Pueblo hundido, El Llano y El Establo. La localidad de Rosario tiene aproximadamente 6,35 Km².

1.2 Antecedentes demográficos

Según datos del censo del 2002 el distrito censal de Rosario (centro local), cuenta con 4.641 personas, mientras que el sector de Lo de Lobos contaba con una población de 1.766 personas, Rosario Poniente con 2.393 habitantes, Esmeralda con 2.614 personas y Apalta con 1.846. Con lo cual estaríamos hablando de unas 13.260 personas en la localidad de Rosario al año 2002.

La cantidad de población sufre variaciones especialmente en los meses de verano, ya que migrantes del sur de Chile llegan a Rosario en búsqueda de oportunidades de trabajo estacional.

1.3 Antecedentes sociales

Debido a que Rosario no es comuna sus datos se encuentran anexados a los de la Comuna de Rengo, por lo cual no es posible encontrar información más detallada sobre la realidad sociocultural de sus habitantes, sin embargo existen datos municipales (PLADECO) que mediante el uso de observación participante podemos extrapolar a la comunidad de Rosario, tales como bajos niveles de escolarización de la población (muchos de ellos debido a una población adulta que comenzó a trabajar tempranamente), junto con una baja especialización laboral, carencia de viviendas propias, poco acceso a la recreación, a la salud y pocos espacios de participación.

La población de Rosario que se desempeña en su mayoría en trabajos con poca especialización laboral, la podemos caracterizar como de clase media a media baja, siendo pocos los casos que cuentan con mayores recursos, correspondiendo por lo general a dueños de fundos. Pese a que no contamos con información específica de la localidad tenemos como dato que el índice de pobreza comunal al año 2006 fue de un 11,24% lo cual es calificado por las

autoridades comunales como un progreso, al haber correspondido el año anterior a un 13,44% (PLADECO).

1.4 Antecedentes Culturales

La localidad de Rosario ha crecido por el empuje de la actividad agrícola y agroindustria principalmente, sin dejar de mencionar la gran importancia que tiene en el sector la actividad industrial de Agrosuper, las viñas y las embotelladoras de agua mineral. Sin embargo es la actividad agrícola la que la ha convertido en un lugar atractivo para los inmigrantes, especialmente del sur, que llegan a la región en busca de mejores oportunidades de trabajo. Es por ello que en los períodos de cosecha, de enero, febrero y marzo llegan temporeros, quienes son fácilmente identificados por la gente del sector ya que no pertenecen a este lugar en donde la mayoría de la gente se conoce.

Esto no es una realidad nueva, es algo que sucede hace más de veinte años, y si bien en un principio esta gente “afuerina” era discriminada por los lugareños, por su componente étnico y porque venían a desempeñarse en “sus” lugares de trabajo, con el tiempo fueron siendo cada vez más aceptados, ya que en ningún caso representaban una amenaza para sus puestos de empleo. Las oportunidades laborales que estas personas encontraron en el sector conllevaron a que muchos de ellos, se establecieran con sus familias sureñas o bien formaran familias nuevas, entremezclándose con los lugareños, siendo hoy en día posibles de identificar en parte por sus apellidos Mapuche. Estas personas si bien tienen sus raíces en el sur, hoy tienen hijos Rosarinos, y muchos de ellos se identifican a tal punto con el sector que están dispuestos a participar y levantar las mismas banderas de lucha de los locales.

1.5 Organizaciones

Los registros oficiales de la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO) de la comuna de Rengo, nos señalan que en Rosario Centro existen aproximadamente 36 organizaciones comunitarias registradas. Entre ellas encontramos Juntas de vecinos, Clubes deportivos de fútbol, de rayuela y de Tae Kwon do, asociaciones deportivas, centros de padres, comités de vivienda, agrupaciones sociales y culturales, talleres laborales, un sindicato de feriantes y un club del adulto mayor. Entre ellos hay tres agrupaciones culturales y un comité de vivienda que no se encuentran funcionando. Destacando como las organizaciones más activas, el Centro Social y Cultural Kütral, el Comité de Adelanto Vecinos al Progreso, el grupo folclórico Raíces de Rosario y los Clubes deportivos Nacional Rosario, fundado en 1912, y el club Azucol Rosario, fundado en 1943, así como la Asociación de Fútbol Rural de Rosario, fundada en 1990.

1.6 Historia de Rosario

Rosario es una localidad que surge como consecuencia del paso del ferrocarril y la construcción de su estación. Fue en 1862 que el Presidente de Chile, don José Joaquín Pérez inauguró la línea férrea entre Rancagua y San Fernando, constituyéndose este hecho como uno de los antecedentes del nacimiento del pueblo. En 1885 cuando el pueblo de Rosario aún no se constituía legalmente, el ferrocarril hacía presencia en la estación con una activa carga y descarga de ganados, así como a la vez cubría las necesidades de pasajeros. El ferrocarril satisfacía además la necesidad de transporte de localidades aledañas como Quinta de Tilcoco, la hacienda Esmeralda, fundo Apaltas, El Delirio, Guacarhue (que contaba con una góndola de acercamiento en 1924) y otros sectores aledaños (Marchant, 2010:18). En 1981 se expande hacia el oeste llegando al sector de Quinta de Tilcoco, servicio que duró hasta 1923 por falta de financiamiento (Ibíd.). La estación de Rosario era un lugar de apertura al mundo al contar con servicios de correo, telégrafo, y encomiendas. Desde entonces que el

tren ha sido importante para el desarrollo y reconocimiento de Rosario, al darle vida al pueblo al traer pasajeros y al facilitar el comercio de la incipiente actividad agrícola e industrial. Aún se recuerda el tren “lechero”, que trasladaba la leche a Santiago desde el fundo La Correana, y el transporte de maderas que realizaba desde Temuco hacia Santiago pasando por la barraca de la “Sociedad Nacional de Buques y Maderas”.

Se calcula que en 1890 existía ya el poblado de El Rosario, en terrenos que vecinos habían comprado al hacendado del lugar, don Manuel Francisco Correa (Marchant, 2010: 6). En 1903 este mismo hacendado cedería ante la Municipalidad de Requínoa, a la cual pertenecía la hacienda el Rosario terrenos para crear una escuela pública, oficinas municipales, calles y estación de policía. El fundo Pichiguao que se extendía hacia el sector nororiente del antiguo pueblo de Rosario, fue dando forma a las poblaciones y parcelas de Rosario tras su venta, con lo que se conformó la Subdelegación de Pichiguao dependiente de la comuna de Requínoa. Desafortunadamente no se conoce el año exacto de la creación de la comuna de Pichiguao, sin embargo, el 21 de septiembre de 1909 comienza a funcionar su propio registro civil y periódicos locales como el “Faro”, “La Razón”, y “El Porvenir” editados con fecha 1918, 1919 y 1920 ya refieren al accionar de Rosario como cabecera de la comuna o subdelegación de Pichiguao (op. cit. 9).

Durante el primer período de Gobierno de Carlos Ibáñez del Campo (1927-1931), el 28 de enero de 1928, mediante la promulgación de los decretos con fuerza de ley 8582, y decreto 8583, que fijaban nuevas divisiones territoriales de la República de Chile, la Subdelegación de Pichiguao, capital Rosario, fue anexada a la comuna de Rengo, argumentando que esto facilitaría una mejor gestión de los recursos económicos del Estado y de su fiscalización. Desde entonces que sus habitantes se han sentido postergados administrativamente, ya que han perdido protagonismo.

Durante la dictadura Militar de Augusto Pinochet, el 22 de septiembre de 1983 cerca de tres mil familias iniciaron una toma de terrenos en la comuna de la Granja (De Ramón, 2000: 256) constituyéndose los campamentos Raúl Silva

Henríquez y Juan Francisco Fresno. Para cuidar la imagen que el gobierno tenía en el exterior, se ofreció instalar campamentos en Curacaví y en Colina, así como traslado gratuito a dos mil quinientas familias a localidades situadas en otras regiones del país, donde les donarían una vivienda definitiva ofreciéndoles condiciones prósperas de trabajo. Fue así como llegaron pobladores de Santiago a Rosario, estableciéndose en la población las Delicias, pero según relatan los vecinos del sector, estas personas no lograron adaptarse al lugar, acostumbraban tener roces con los lugareños y la mayoría de ellos regresó a Santiago.

El hecho de haber sido comuna y encontrarse en una situación de desarrollo económico inferior a la capital comunal de Rengo, ha provocado que la gente de Rosario no se olvide de aquello, y ha incitado a que diversos actores hayan realizado gestiones para volver a ser comuna. En 1965 la “Junta vecinal Rosario Centro Sur”, presidida por don René Badilla, presentó esta solicitud al Parlamento con apoyo de técnicos y políticos, pero el ministro del interior de la época vetó este proyecto, ya que un grupo de demócratas cristianos de Rengo se lo habrían solicitado, según relata don René. En el año 2004 el “Comité de Adelanto Vecinos al progreso”, apoyados por el entonces diputado Juan Pablo Letelier mandaron una carta al Ministerio del Interior, siguiendo a esta los estudios de factibilidad técnica, pero no se continuó con esta gestión ya que el comité no recibió apoyo comunitario, esencial para lograr los objetivos.

Tras la venta de ferrocarriles del Estado a la empresa de metro tren española EFE, se hicieron cambios a las vías y Estaciones. En noviembre del año 2005 fue demolida la insigne Estación de Rosario que diera origen al pueblo, sin que la comunidad se movilizara por preservarla. Hoy, mirando hacia atrás es considerado por ellos mismos como una gran pérdida.

En el año 2011, existió un nuevo esfuerzo por recuperar la comuna de Pichigüao. Entre los meses de octubre del 2011 y enero del 2012 un grupo de Rosarinos, agrupados en el “Movimiento Ciudadanos por Rosario Comuna” se planteo nuevamente esta inquietud, y se convocó a la población a asistir a reuniones para planear una estrategia que pudiera dar como resultado la recuperación de la comuna de Pichigüao. Esta iniciativa buscó el apoyo de la

comunidad a través de la recolección de firmas, pero por diferencias de opiniones entre sus gestores, esto quedó en nada. Nuevamente la desarticulación entre los actores sociales del territorio, impidió la creación de un plan sólido para lograr el objetivo propuesto.

1.7 Actividades económicas

Las actividades económicas preponderantes en la localidad son las ligadas al sector agrícola, principalmente el área frutícola, lo cual incluye producción, conservación y embalaje de fruta de exportación, existiendo gran cantidad de fundos y packings en la zona. Esta actividad desplazó en importancia la antigua actividad hortícola y triguera. Es de suma importancia también la actividad de Agrosuper, que llegó a la zona hace aproximadamente 10 años atrás. Esta es una incesante y pujante industria alimentaria que faena diariamente cientos de cerdos en tres turnos rotativos. Si bien la actividad es bien pagada, la exigencia física es enorme y las posibilidades de ascenso escasas. También destaca en el sector la actividad de embotelladoras de agua mineral como Chanqueahue.

El sector comercial presenta escaso desarrollo, siendo los principales negocios, de carácter familiar y de venta minorista. Esto debido a la proximidad de Rengo, que al ser la capital comunal y al encontrarse a una distancia considerable de otros centros comerciales cuenta con un pujante desarrollo comercial y de servicios.

Por lo visto la mayoría de las actividades económicas se destacan por la explotación de los recursos naturales.

2. RADIO KONCIENCIA

“El desafío de la palabra rural”

Los siguientes antecedentes fueron elaborados a partir de entrevistas, etnografía registrada en mi diario de campo, un conjunto de encuestas facilitadas por el equipo de la radio, y la página web www.radiokonciencia.org, en donde podemos encontrar su misión y visión.

2.1 Historia

La idea de formar una radio comunitaria surgió como iniciativa de un comunicador de los movimientos sociales y su amigo artesano, a partir del conocimiento que tenía el primero de la experiencia de radio Placeres. Este interés surgió como una necesidad de comunicar los temas que aquejaban a su territorio, así como un espacio para expresar su cultura local. La idea se planteó en el año 2007 a un mecánico de la zona, el cual se encargaría de convocar a otros jóvenes a participar, entre ellos su hijo hip hopero y otros muchachos del mismo movimiento. El 7 de Octubre del 2007 se realizó la primera reunión con los interesados en la plaza Ureta. A esta reunión llegaron alrededor de 15 personas, que además de coincidir con las motivaciones de comunicación y expresión local, se dieron cuenta que los agrupaba el estigma social de ser vagos y viciosos, atribuido por las personas mayores al verlos desocupados. Más tarde, conformando un grupo sólido consiguieron que se les facilitaran el colegio Santa Teresa para sus reuniones, y seis meses después el 24 de Abril del 2008 sacaron una personalidad jurídica como centro social y cultural, al cual llamaron “Kütral”, palabra mapuche que significa fuego. En esta época pasaron a reunirse en una mediagua social, de la cual debieron marcharse cinco meses después al verse afectados por un robo. Tras esto quedaron sin sede y comenzaron a juntarse en la Estación de trenes de Rosario, pero sus ánimos no tuvieron merma y comenzaron a organizar actividades en la feria del pueblo todos los días sábado. En esta instancia, vendían sopaipillas para reunir fondos, ponían música con amplificación,

hablaban por micrófono, conversaban con la gente y difundían folletos informativos de una plana, en los que se informaba de noticias locales. Estas actividades serían sus primeras incursiones en la comunicación participativa, actividad que es conocida como perifoneo, pero de la cual no tenían conocimiento en su momento, siendo solo el resultado de su improvisación. En junio del año 2008 postularon a un fondo de desarrollo cultural municipal, FONDECU, siéndoles asignado en septiembre del mismo año por una suma de \$500.000 pesos. Estos fondos, sumado a aportes personales y dinero reunido en la feria, les permitieron comprar posteriormente los equipos necesarios para instalar la radio.

En noviembre y diciembre del año 2008 se instalan en su ubicación actual, un segmento de una casa de adobe antigua ubicada en la esquina de las calles Buques y Maderas y Manuel Francisco Correa. Ésta es una casa de carácter patrimonial, perteneciente a la Municipalidad de Rengo y administrado en como dato por la Asociación de Fútbol Rural de Rosario, quienes les facilitaron un segmento de ella con entrada propia. Ya con ubicación definitiva comienzan a comprar el mástil, la antena, el transmisor y el resto de los equipos. En enero del 2009 reciben una capacitación de la radio primero de mayo, en el manejo técnico de los equipos y el 21 de marzo instalan el mástil, la antena y los transmisores. Una semana después de esto, comienzan las primeras transmisiones de prueba.

En mayo del año 2009 se integran a la Red de Medios de los Pueblos, que agrupa a los distintos medios que realizan comunicación social, ya sea mediante páginas de Internet, diarios, radios, fotógrafos y periodistas independientes, etc.

Durante este primer año de funcionamiento de la radio, se realizaron dos puerta a puerta, con el motivo de reunir aportes monetarios para la sustentación del proyecto. Estos se hicieron en la parte céntrica del pueblo de Rosario, lo que incluye el casco antiguo que corresponden a 9 manzanas y su ampliación hacia el norte en una serie de poblaciones nuevas que conservaron la misma forma de organización del espacio. Durante la realización de este acercamiento a la comunidad con fines económicos, también se realizó una breve encuesta, hecha por los mismos gestores para conocer si las personas estaban escuchando o no la radio, si era así cuáles eran sus programas favoritos, qué cosas les gustaría oír, y

si consideraban importante que hubiese una radio para Rosario. Esta encuesta si bien, no posee rigor estadístico, nos permite visualizar el panorama de aquel primer año de transmisiones. A partir de la pregunta de si escuchaban o no radio Konciencia, de un total de 207 respuestas, un 50,7%, dijo que sí, mientras un 49,3% dijo que no lo hacía. Ante la pregunta abierta, de cuál era su programa favorito, de un total de 46 respuestas, 15 personas dijeron que preferían “La tarde Tropical”, 9 personas preferían “Conexión al barrio”, y 7 personas “Solo Rock & Roll”, entre otros que obtuvieron menos menciones. Ante la pregunta, abierta también, de qué les gustaría escuchar, 68 personas dijeron “música”, 22 personas “noticias locales”, 11 personas “Folclore”, 7 personas mencionaron un programa “Cultural o Educativo”, entre otras opciones menos nombradas. Entre las personas que respondieron la pregunta de si consideran importante una radio para Rosario, el total de ellas, que fueron 130 personas contestaron que sí.

En Septiembre del año 2009 realizan sus primeras producciones a instancia de la Organización no Gubernamental (ONG) Educación y Comunicaciones (ECO), que les ofreció financiamiento para hacer cápsulas radiales informativas desde su perspectiva, sobre temas elegidos por ellos mismos. Entonces buscaron un formato radial que les acomodara, escogieron temas cercanos a su territorio y así nacieron las radiocrónicas rurales, en consonancia con su idea de presentarse como una radio que tenía el “desafío de la palabra rural” como señala su eslogan. Estas cápsulas fueron realizadas entre los años 2009 y 2010, creando en total veinte de ellas.

En el mes de diciembre del año 2009 son galardonados con el primer lugar en el concurso nacional “Saca la voz, ponla en movimiento”, obteniendo además una mención honrosa en la categoría “Soberanía alimentaria”, con sus radiocrónicas rurales.

El terremoto del 27 de febrero del año 2010 que afectó a gran parte de la zona central afectó también a la casa de la radio, así como a los equipos de trabajo, al transmisor, y computadores. Tras esto los muchachos limpiaron el polvo de los equipos y siguieron funcionando, aunque ya no con la misma calidad de señal.

Tras este difícil acontecimiento para la población chilena en general, se crearon diez nuevas cápsulas radiales tituladas “Campañas de apoyo psicológico y prevención ciudadana”, apoyados nuevamente por la ONG ECO, el Servicio para el Desarrollo Juvenil SEDEJ, y el apoyo del Comité Católico Francés Contra el Hambre y por el Desarrollo.

Ese mismo año se ganaron un proyecto de reconstrucción gestionado por la fundación La Morada, que les permitió revestir las paredes con adobe, pintar y crear una caseta de transmisión, el cual se ejecutó entre diciembre del 2010 y marzo del 2011. Como cierre de esta actividad se realizó el “Encuentro Ondas para reconstruir”, el 26 de marzo en el colegio Santa Teresa, de la localidad de Rosario, el cual fue organizado por AMARC, Radio Tierra, Pauso Media y Radio Konciencia como los dueños de casa, y que convocó a las distintas radios beneficiadas por este proyecto.

En diciembre del año 2010 el Centro Social y Cultural Kütral realizó un bingo para reunir fondos para sus gastos mensuales, y para ello buscaron apoyo en forma de premios en los locales comerciales de la zona, a cambio de sus aportes se les agradecería con publicidad por un mes. Estos cooperaron con el proyecto y el bingo contó con gran cantidad de público.

El 22 de enero del 2011 se integran a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) siendo invitados y presentados por ECO, durante un encuentro realizado en Viña del mar.

El 10 de mayo del 2011, realizan un nuevo puerta a puerta con el fin de recolectar fondos y conocer la recepción de la gente de las localidades aledañas. En esta actividad se informaba del funcionamiento de la radio mediante un tríptico, se les pedía una cooperación, se les preguntaba si la escuchaban y se les invitaba a participar, contando en general con una buena recepción de la gente y siendo mayormente identificados con el programa “La Tarde Tropical”.

El 06 de agosto del 2011 los visita una escuela de comunicación popular, junto a ONG ECO y el Observatorio Ciudadano. Para acercar a los jóvenes participantes de la escuela al funcionamiento de una radio comunitaria, participando y conociendo de la experiencia de radio Konciencia.

El 30 de agosto se realiza en la radio una capacitación sobre el funcionamiento de los transmisores, gestionado por ECO, luego de lo cual el transmisor se llevaría a Santiago para enseñar como instalar un nuevo ventilador.

En el mes de septiembre Radio Konciencia participa y difunde la realización de la feria dieciochera, organizada por el “Sindicato proyecto nuevo de feria Persa, Rosario” instancia a la que son invitadas diferentes organizaciones. Como esta actividad, así como los puerta a puerta, es común que organicen periódicamente alguna rifa o tocata hip hop, para reunir fondos y organizar actividades de libre expresión.

En el mes de marzo del 2012 realizan un nuevo bingo a beneficio, contando con la ayuda de la comunidad, especialmente de los radioescuchas y familiares. Este mismo mes son reconocidos a nivel mundial por AMARC, con motivo del día mundial del agua por su radiocrónica sobre ella, presentándola como un recurso escaso que hay que cuidar.

El día 31 de marzo realizan un acto cultural de corte íntimo con algunos invitados que comparten sus motivaciones, entre ellos, representantes de radio Tentación, y personas que apoyan el proyecto radial, para celebrar sus tres años de vida cumplidos el día 29 del mismo mes.

Actualmente son trece las personas estables que colaboran con la radio y como centro cultural poseen directores, pero como radio, se organizan de manera horizontal, compartiendo responsabilidades. Además de estas personas que participan en las reuniones, en actividades culturales y actividades para reunir fondos, hay un grupo de personas que va a hacer programas, y un grupo no menor que los visita constantemente y está dispuesta a colaborar cuando se lo solicitan. Las personas que hacen programas, así como las que pertenecen al Centro Social y Cultural Kütral se han comprometido a contribuir con una cuota mensual para financiar la radio.

2.2 Centro Social y Cultural “Kütral”

El Centro Social y Cultural Kütral se formó el 24 de Abril del 2008, con el objetivo de darle un sustento a la radio comunitaria que querían conformar, lo que les permitió generar proyectos y presentarse ante la comunidad y organizaciones como un centro organizado con una base sólida. Más de 15 miembros existían el día en que se conformaron, y si bien algunos de ellos dejaron de participar, por diferencias políticas o por falta de tiempo, la base de este grupo se mantiene hasta hoy. Las diferencias políticas provinieron de un sector que entendía la radio como un instrumento de liberación popular, queriendo darle a la programación un fuerte carácter político, pero al no ser esta la idea de la mayoría, estas personas abandonaron el proyecto.

Como Centro Social y Cultural, mantienen actualizados sus registros y eligen a su directiva cada tres años de manera democrática, pero ellos funcionan con un modo de organización horizontal o “en mesa plana” en la cual las decisiones son tomadas en conjunto y cualquiera de ellos puede proponer actividades, pero para los aspectos legales, quien los representa es la directiva, sin que por ello carguen con toda la responsabilidad del funcionamiento de la radio.

Como centro cultural Kütral y radio Konciencia, poseen una misión y visión (disponible en www.radiokonciencia.org) que esboza su línea editorial tácita:

Misión: contribuir a la memoria colectiva reivindicando, desde el mundo rural y popular, la legitimidad y justicia de hechos históricos; validando acciones y personas -en el ámbito cultural, político, económico y social de alcance regional, nacional e internacional- al efectuar actividades de recuperación de espacios públicos, realización de eventos culturales y de difusión, así como el acopio y generación de soportes audiovisuales y publicaciones, que permitan el acceso masivo a esta concepción de la historia.

Visión: Ser una organización referente -en el plano nacional e internacional- en la información y promoción de la Justicia Social y los Derechos Humanos como ideal para las relaciones y desarrollo de una sociedad basada en un irrestricto respeto a las personas y su entorno; que participe en la formación ética de las nuevas generaciones con una mirada histórica desde el mundo rural-popular y solidaria con los actores sociales afines a sus valores.

2.3 Localidad en Red

Existen redes de cooperación entre las distintas radios comunitarias y las distintas entidades que apoyan a las radios comunitarias. En este sentido resulta importante la participación de la Organización no Gubernamental (ONG) Educación y Comunicaciones (ECO), que mediante su área de comunicaciones constantemente está gestionando proyectos y encuentros que benefician a las distintas radios comunitarias levantadas por organizaciones de base social. Esta ONG ha ayudado a formar una red de contactos a través de sus bases de datos que ha permitido a las mismas radios de la zona central conocerse y apoyarse, de modo que han existido personas de otras radios comunitarias que viajan a Rosario para capacitar a los miembros de la radio en temas técnicos.

Otra red importante a la que están asociados los miembros de radio Konciencia, es la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), cuya Presidenta es María Pía Matta de Radio Tierra (Fundación la Morada), una radio hecha por mujeres que luchan por los derechos de las mujeres, y que también ha establecido redes de cooperación con el Centro Social y Cultural Kütral y radio Konciencia.

Radio Konciencia también se ha hecho socia de la Red de Medios de los Pueblos, que es una red que agrupa a diferentes medios de comunicación social, como pueden ser, diarios, radios, canales vía Internet, diarios en papel, radios comunitarias, periodistas independientes y fotógrafos independientes. Como miembros, participan de encuentros, forman parte de una página web integrada y comparten informaciones.

En general las radios comunitarias, con su claro objetivo social están hechas y pensadas para compartir sus informaciones y conocimientos con los miembros de sus comunidades y también con otras radios comunitarias, de modo que las campañas educativas, cápsulas radiales sobre algún tema en específico, informativos de noticias locales, regionales, nacionales, latinoamericanos o mundiales, se comparten vía Internet. En este sentido ha sido de mucha utilidad el uso de Internet, el cual fue facilitado mediante un proyecto por la fundación La Morada y que les permite acceder a informaciones globales, conexión con otros medios de comunicación social, acceso a música de distintas latitudes, contacto con la localidad a través de las redes sociales, y les permite llegar con su señal vía on line a otras regiones y países, por lo que forma un nexo con los Rosarinos que han emigrado, y con las personas que los conocen y no viven en Rosario.

Por este acceso a redes e informaciones de carácter mundial, pero con un uso local es que hablamos de localidad en red. Los contenidos a tratar son de carácter global y también local, pero siempre seleccionados pensando en su territorio y audiencia.

2.4 Alcance de la señal radioeléctrica

El alcance de la señal de radio Konciencia es de 5 km a la redonda aproximadamente. Hacia el norte, llega hasta Totihue en la comuna de Requínoa, hacia el sur hasta el centro de Rengo, con algo de dificultad pues hay más señales de radios comerciales, hacia el este, a Cerrillos, lo de Lobos, Popeta y la Chimba, y hacia el oeste, hasta Naicura, Apalta y Esmeralda, incluyendo localidades interiores, como Los Gómeros, Patria joven, Retiro y Pueblo Hundido.

VIII. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1. LÓGICAS DE PRODUCCIÓN

1.1 La competitividad industrial

Ajustar esta categoría a la radio comunitaria, significa adaptar una lógica comercial a una lógica no comercial. Radio Konciencia, es una radio comunitaria de pocos recursos económicos, que es gestionada por un grupo de personas diversas, jóvenes y adultos, que son trabajadores de temporada, obreros industriales, estudiantes, profesionales de las comunicaciones, dirigentes sindicales, cesantes, padres de familia etc. y que además de desarrollar sus trabajos y actividades diarias trabajan como comunicadores populares, siendo sus propios editores y controladores. Cuentan con los *equipos* indispensables para realizar su labor: una antena, un radiotransmisor, dos micrófonos, dos computadores y un notebook, una radio para hacer retorno, una grabadora de voz, audífonos, Internet y teléfono, además de un espacio de reunión, una caseta de grabación, un sector de cocina, baño, electricidad, agua potable, todo lo necesario para poder trabajar. La mayoría de los equipos tecnológicos con los que cuentan han sido logrados mediante fondos concursables o proyectos gestionados por organizaciones no gubernamentales, además de donaciones. Para mantener la radio mensualmente reúnen dinero realizando tocatas, vendiendo alimentos, realizando rifas, colectas puerta a puerta, bingos, y aportando con cuotas mensuales. Mantener la radio para el centro social y cultural Kütral es como mantener una casa.

“de repente que también nos cuesta para una organización sin fin de lucro, juntar dinero, esa es la piedra en el zapato que siempre nos... que tenemos, o sea, todos trabajamos pero también detrás de nosotros hay familias, entonces nosotros de repente no podemos dar tanta plata para la radio, entonces en eso siempre topamos, tratamos de hacer... de colaborar nosotros mismos con dinero y también tratamos de hacer actividades, rifas, bingos con el fin de juntar dinero para la radio que es lo que todos queremos”. (Radialista nueve)

Esta situación, tiene como consecuencia que la preocupación del equipo de la radio no solamente sea la correcta transmisión de sus programas, o poder llegar a un público más o menos masivo, sino que pone como uno de sus principales objetivos, poder autogestionar recursos para mantenerse a través del tiempo, sin publicidad como lo hacen las radios comerciales, y sin ayuda de grupos ideologizados desde instituciones gubernamentales, religiosas, o políticas.

Situación que permite visualizar el apoyo de la comunidad a través de estos tres años, ya que ésta ha cooperado en las colectas puerta a puerta que se han realizado, con premios para los bingos y rifas, comprando números y consumiendo alimentos durante las actividades de recolección de fondos.

“hay harta gente que cree en la radio y se ha sumado, ha ayudado, porque esto ha sido comunitario, esto ha sido logrado por rifas, por bingos...”. (Radialista nueve)

“tenemos un muy buen apoyo de la gente, cuando salimos en puerta a puerta”. (Radialista cinco)

Cada uno de los programas que sale al aire aporta con una cuota mensual de 1.000 pesos, para solventar los gastos de la radio, además se están constantemente realizando rifas de 20 números, que son repartidos entre las personas ligadas al funcionamiento de la radio. Las tocatas hip hop, son otra buena fuente para obtener recursos, ya que a través de ellas también se fomenta la participación comunitaria. Como varios jóvenes hip hoperos están ligados al funcionamiento diario de la radio, son ellos los encargados de invitar a otros raperos y al posible público para que asistan. En estas actividades de acceso gratuito se juntan fondos a través de la venta de comidas y bebidas. Otra manera de reunir fondos ha sido la realización de bingos, uno realizado en diciembre del 2010 y otro en marzo del 2012, los resultados financieros son buenos, pero la preparación que requieren ha hecho que esta estrategia sea poco utilizada. También han recurrido, aunque con menor frecuencia a la realización de colectas “puerta a puerta”, en donde los integrantes del Centro Social y Cultural Kütral se dividen en grupos para recorrer la localidad pidiendo cooperaciones voluntarias al

tiempo que se informa a la localidad de los objetivos y programas de la radio comunitaria.

En la radio no se busca una *especialización profesional*, sino que todos puedan ir aprendiendo en función de la labor que realizan. En la mayoría de los casos esto significa poder conducir un programa, poner música y hacerse a sí mismo los controles de sonido. La mayoría de las personas que participan en la radio, nunca habían participado en una, siendo todo el proceso para ellos, un aprendizaje.

“Bueno el proceso ha sido... todo ha sido aprendizaje, todo lo hemos ido aprendiendo, nadie sabía, el (nombre de radialista) sí tenía más conocimiento de una radio, el contenido, todos éramos inexpertos, todos teníamos las ganas sí, pero creo que ha sido un proceso lento, pero hemos ido de a poco adquiriendo los conocimientos básicos por lo menos como para poder ir montando una radio”.
(Radialista nueve)

La incursión radial de este grupo comenzó como un aprendizaje para todos. Antes de ser radio ya habían buscando apoyo en otras organizaciones, asistiendo al menos a dos capacitaciones en Santiago con la ONG ECO. Los pilares en este proyecto nuevo y desconocido fueron un integrante con formación profesional de periodista y un par de jóvenes que conocían programas de edición de audio, que utilizaban para elaborar su música. Esto les facilitó configurar su concepto de radio comunitaria, y desarrollarlo técnicamente.

Para crear los programas, cada integrante pensó en sus motivaciones y gustos, creando distintos géneros ayudados por cartillas instructivas y adoptando como formato, la utilización de una cortina de entrada y una de salida, además de un descanso intermedio mediado por campañas educativas y propaganda de otros programas a modo de comerciales.

Con la llegada de Internet a principios del 2011, muchos de los gestores comenzaron a aprender a buscar música, informaciones y a utilizar las redes sociales, lo que le dio un nuevo impulso a la programación. No obstante aún hay personas que no se manejan bien en Internet, por falta de práctica y de tiempo. Lo

esencial sin embargo es saber manejar el programa ZARA RADIO, que es un programa de software libre para automatizar la programación radial, además del radiotransmisor, que es el dispositivo electrónico que mediante una antena irradia las ondas electromagnéticas que llevan el sonido. Esta capacidad ya está instalada en todas las personas que llevan algo de tiempo y son transmitidas a las personas que se integran.

La grabación de entrevistas, cuñas, dramatizaciones, etc. es algo que la mayoría maneja. Pero la edición de estas está a cargo de alguna de las cuatro personas que manejan el programa Adobe Audition.

1.2 Las ideologías profesionales

Como centro cultural y social, y como radio no poseen una línea editorial explícita, pero la mayoría concuerda en que hay varios puntos que comparten de manera tácita, como son el respeto y tolerancia frente a la diversidad étnica, sexual, y de género; el respeto por los derechos humanos; la defensa del derecho a la libertad de expresión y al uso del espectro radioeléctrico; apoyo y difusión de los movimientos populares, entre ellos el movimiento estudiantil; defensa de la soberanía alimentaria y los recursos naturales; la libertad de culto; y la unión latinoamericana.

“independiente de que no tengamos una línea editorial, estamos sintonizando lo mismo nosotros”. (Radialista cuatro)

La mayoría de ellos reconoce no coincidir con ningún grupo político o no interesarse por la política ya que existe desconfianza de los políticos y sus partidos, porque no ven muestras de auténtica vocación social sino que estarían velando por sus intereses, en gran parte económicos.

“ya no hay una corriente política, o sea, de hecho estamos haciendo política, pero ya no, generalmente la gente se está dejando de identificar con partidos políticos, ya los partidos políticos están destiñendo, ya destiñó mucho todo lo que fue la Concertación aquí en Chile y con lo que sabemos nosotros y con la desconfianza

que nos da la Derecha siempre, o sea, en la articulación de nuestros medios de comunicación, siempre está en pie lo que es dejar fuera lo que es los colores políticos y hacer una política más participativa y no tan representativa como era y como sigue siendo ahora también”. (Radialista cuatro)

Sus motivaciones personales van por el servicio social y por una política cotidiana que permita informar al pueblo, a los trabajadores y trabajadoras de Rosario, de sus derechos.

“pero hay cierta política en cada uno de nosotros de los que participamos, por el lado más del pueblo, más de este pueblo, más del emigrante, del desposeído, del que vive en una población callampa, del que es un trabajador de temporada, del obrero. Yo creo que no es tan necesario ya encasillarse en lo que es izquierda o derecha, es como tan abierta ya la palabra política, que estás haciendo cosas que sabes ya que hay más unión o que hay más adeptos en la izquierda, pero no hay un color político acá de parte mía, me interesa mucho lo que es el pueblo Latinoamericano, soy como Latinoamericanista, eso soy”. (Radialista cuatro)

De alguna manera el nombre de la radio nos recuerda eso, su posicionamiento contra la ideología burguesa, entendida en el sentido marxista como una falsa conciencia. Su idea es mostrar una visión crítica de la cotidianidad y de las informaciones que se difunden por los medios de comunicación comerciales, es generar conciencia sobre los problemas que ellos visualizan en el territorio. De ahí que la radio lleve por nombre Konciencia, porque según ellos mencionan frecuentemente se busca concientizar a los auditores de las cosas que suceden en la localidad, los temas que afectan a la ruralidad para que estos se formen sus propias opiniones y conozcan y hagan valer sus derechos. Aunque esta posición en la práctica no es tan insistente, ya que se considera más a la radio como un medio de expresión plural, que como un medio de “liberación popular”.

“entonces la gente está acostumbrada a un medio que te tira todo el rato cumbia y que te tienen todo el rato ahí anestesiado y nosotros llegamos con otros mensajes, acá no hay publicidad, hay campañas sobre los derechos, y hay gente que sí toma bien las campañas, que las escucha, que recapacita y se crea una visión propia, que es lo que nosotros queremos que la gente de acá... no se obliga a nadie a

nada, sino que generen conciencia, que por eso es el nombre de la radio". (Radialista nueve)

Sin embargo, al preguntárseles por posición política la mayoría de ellos se reconocen más de izquierda que de derecha, pero no adhiriendo a partidos políticos, sino vista como una posición más cercana al pueblo. En este punto las opiniones toman un carácter más personal, ya que la adherencia política es un tema que pasa a segundo plano, existiendo personas cercanas a un pensamiento anarquista, libertario, cercanas al comunismo o a la concertación, o que siguen una política propia, etc. Curiosamente nadie de derecha participa en la radio, y no porque no aceptarían a alguien de derecha, sino porque nadie de esta tendencia se les ha acercado.

"nos critican que somos comunistas, que somos una radio de Izquierda por las mismas campañas que tenemos, pero aquí nadie es de Izquierda, aquí todos tenemos diferentes formas de pensar y diferentes formas de ver la vida, y nadie milita en un partido político, yo no milito en ningún partido político, igual me gusta la izquierda, pero yo actúo según lo que vivo y lo que veo, y yo creo que los cabros igual, varios son bien rebeldes, pero ninguno milita en ningún partido político". (Radialista uno)

"Yo tengo, si me preguntas, si yo tuviera que identificarme con algo te podría decir que mi pensamiento va más por el lado de la Concertación que de la Derecha pero eso no significa que si hay algo que reconocerle a los otros también no tengo ningún problema y a la Concertación le tengo muchas críticas, a través de mi programa yo he hecho ver un poco el pensamiento que tengo". (Radialista seis)

"No, yo sigo mi propia política, es como dijo Lalo de los Panteras, que uno sigue su propia política, si la política es el hip hop". (Radialista dos)

Por otra parte, existen dos programas evangélicos atendiendo a una demanda de este sector que no han manifestado otros cultos, pero no es una preferencia que identifique al grupo de la radio. En estos programas destaca un mensaje religioso evangelizador que es visto por algunos como un mensaje alienante, o como un culto que ingresó al territorio indígena a la fuerza desvalorizando la identidad étnica. A estas personas que no pertenecen al Centro Social y Cultural Kütral, pero sí a radio Konciencia, se les recuerda emitir juicios

dentro de un marco de respeto a la diversidad étnica, sexual y de género, tendiéndose a desvincular esta ideología de la autoimagen de la radio, es decir, ellos no se visualizan como una radio que favorezca o se identifique con algún pensamiento religioso, sino que como una radio que da espacios de expresión a la comunidad que lo requiera.

1.3 Los niveles y fases de decisión

Radio Konciencia, es una radio abierta a la comunidad que está dispuesta a recibir a nuevos miembros que lleguen con la intención de participar de sus actividades, o de hacer programas. Para poder hacer un programa, las personas interesadas tienen que presentar una propuesta, siendo decisión de la asamblea si el programa es aceptado o no, así como en qué horario podría realizarse, lo cual se discute y se decide a mano alzada. Una vez que un programa es aceptado, la persona que lo ejecuta tiene libertad para hacer uso del espacio radial, pero siempre que se exprese con respeto y emita juicios en un marco de tolerancia. Cada persona hace uso de su espacio atendiendo una necesidad que ellos visualizan en el territorio o a una necesidad de expresión personal, cada persona posee una idea de quiénes son sus potenciales oyentes o de facto quiénes son los que lo están escuchando, de modo que buscan poder satisfacer una necesidad de su audiencia.

“los mismos amigos me dicen, “¿oye, qué música vas a escuchar?” O me dicen quiero escuchar a tal grupo, el otro día estábamos con unos amigos compartiendo y ellos son metaleros y me decían que también querían escuchar un poco de metal, y les pregunté “¿y qué grupos quieren escuchar?” Y ellos me dijeron los grupos que querían escuchar y les dije, ya vamos a hacer una cosa, este domingo vamos a hacer un especial de lo que ustedes quieren escuchar”. (Radialista uno)

“Yo creo que [los auditores] son de clase media, a mi parecer, porque no creo que una persona que tenga plata la esté escuchando, no, es difícil que escuchen radio porque por el concepto que tengo la gente se va más al televisor, entonces yo creo que la gente que está escuchando la radio es gente conocida, es gente que conoce a los chiquillos de acá”. (Radialista diez)

Para la creación de material grupal como son las campañas de prevención ciudadana o las radiocrónicas rurales, se conversa el tema en conjunto y se lanzan ideas, a partir de ellas se elige un tema y se desarrolla, todo esto se realiza en conjunto. Las ideas nuevas se conversan y se llega fácilmente al consenso. No existen caudillos.

“esto es una cuestión transversal, horizontal, que hasta ahora ha funcionado bien, lo que es el respeto a las diferentes voces”. (Radialista cuatro)

1.4 Las rutinas productivas

Los hábitos de trabajo de los gestores de la radio, están atravesados por el tiempo de trabajo asalariado. Como la mayoría de las personas ligadas a la radio desarrollan otro trabajo remunerado, es en su tiempo libre en el que pueden pensar y hacer sus programas. De modo tal que los horarios en que se transmiten programas en vivo en la radio son de lunes a viernes desde las 18:00 hrs. hasta las 23:00 o 24:00 hrs. de la noche, los días sábados desde las 12:00 del día, hasta las 24:00 de la noche, y los días domingo desde las 10:00 de la mañana hasta las 23:00 de la noche.

Cada uno de estos programas es realizado de forma independiente, sin libretos, ni línea editorial más que la de la cordialidad y el respeto por los derechos humanos. Algunos programas son realizados de manera espontánea, sin planeamiento previo ya que tocan temas de la vida cotidiana, intentando dialogar con la gente; otros programas requieren de una preparación previa, ya sea que den noticias, contra información, poesía y reflexiones, discografía e información de bandas, consejos para el amor, cultura mapuche o japonesa, información sobre derechos de los trabajadores y movimientos sociales, música en vivo, entrevistas, etc.

“de repente doy especiales, de repente, avisos económicos o a beneficio, y ahí los doy para rellenar más el programa, el santoral del día también, la hora no sé, ahí invento, de repente improviso”. (Radialista tres)

*“antes de hacer las noticias, yo a las 5 de la tarde me pongo a ver lo que hay, yo me demoro una hora en preparar mi programa, más una hora para sacarlo al aire”.
(Radialista doce)*

Los comunicadores se hacen cargo de su espacio, llegando a tiempo al locutorio y realizando la transmisión de su programa. En las situaciones en que alguien se ausenta, se cubre el espacio con música del estilo correspondiente. Para sacar al aire la radio de lunes a viernes en las mañanas, cuando no hay programación en vivo, las personas más comprometidas del centro social y cultural Kütral se turnan según su disposición para ir a prender la radio y programar música, ya que a algunos les cambian semanalmente su horario de trabajo y otros no cuentan con empleo fijo. Para cubrir estas horas sin programación y sin gente en la radio, se crean listas de música intercaladas con campañas educativas propias y de otros centros de producción radiofónica, propaganda de actividades locales, promoción de programas, frases de continuidad que señalan el nombre de la radio, y locuciones de hora, también se colocan programas de otras radios comunitarias, de los que se hablará más adelante.

Para la creación de cuñas, que son cortos mensajes informativos, una persona se toma el tiempo de grabar la locución, mientras otra es la que la edita. Estas se hacen en tiempos libres, después del trabajo o los fines de semana cuando las personas llegan a la radio para estar un rato compartiendo, manteniendo el espacio, o llanamente se reúnen a producir algún audio.

Para la grabación de radiocrónicas se da una dinámica diferente, se producen en grupo, contando con la mayor participación posible ya que se realizan dramatizaciones sin guiones predefinidos. La mayor parte de las grabaciones se realizan los días domingo, ya que son días de descanso en donde es posible reunir a todos, las locuciones individuales si quedan pendientes pueden acordarse para la semana después del horario de trabajo, el montaje a cargo de una persona se realizará en los tiempos libres de esta.

1.5 Las estrategias de comercialización

Su estrategia principal está en rescatar las hablas del territorio, las voces “con cayos” de los pobladores y pobladoras de Rosario. Está también en presentarse como una radio popular y en dar espacio a quién lo solicite; está en el acercamiento que se produce con los Rosarinos durante las colectas puerta a puerta y durante pláticas con amigos; está en invitar a amigos a escuchar la radio durante los partidos de fútbol, en el trabajo, en el colegio; está en la música popular, en las informaciones locales y en la articulación de cada programa.

“el tema de poner música del recuerdo, un poco sale del producto de las conversaciones de la gente cuando hacíamos estos famosos puerta a puerta para pedirles monedas, también le preguntábamos qué siente que le falta a la radio, qué le gustaría escuchar en la radio, cuáles son los programas que usted escucha. Hubo gente que, unos por ahí decían “quiero reggaeton” otra gente pidió “a mí me gustaría música andina” y tuvimos varias propuestas de tipo de programa, y hubo gente mayor que quería música del recuerdo”. (Radialista seis)

Los radialistas consideran los gustos de las audiencias, y buscan lograr una conexión con estas principalmente a través de la música y la locución.

“porque no es llegar y poner música ranchera, porque igual uno tiene que hablar, tiene que desenvolverse, expresar tu palabra y eso yo creo que es bonito, y ahí es cuando la gente –pienso-, se siente identificada”. (Radialista cinco)

Sin embargo pese a que la radio, tiene las mejores intenciones de llegar a la comunidad debemos visibilizar una realidad que dificulta sus objetivos, y es que es una radio que opera de manera informal, por lo cual tanta visibilidad puede ser peligrosa para ellos, ya que ejercer la radiodifusión comunitaria sin licencia tiene penas de cárcel, incautamiento de equipos y multas para los responsables. De modo que este es uno de los motivos por los que la socialización de la radio se da más del boca a boca a través de amigos que mediante estrategias publicitarias por vías distinta a la radial.

1.6 La competencia comunicativa

Los mensajes que difunden las personas que componen la radio, así como la forma de expresarlos, tienen directa relación con la representación que tienen ellos de sus radioescuchas. Algunos integrantes que llevan más tiempo trabajando en ello, y que reciben más llamados o comentarios entre sus conocidos, tienen una idea más clara de quienes son los que los están escuchando, mientras que quienes llevan menos tiempo, o no son de la localidad de Rosario, no tienen una representación clara, pero sí tienen una idea de cómo es su público objetivo, es decir, cómo es la gente del sector.

“normalmente los que nos escuchan son la gente del campo, que son, yo lo llamo así, la gente esforzada del campo, la gente que se saca la mugre trabajando, de las seis de la mañana o de las siete de la mañana”. (Radialista cinco)

En términos generales la comunidad es representada como una comunidad “rur-urbana”, donde la mayoría de sus habitantes trabaja esforzadamente en labores agrícolas o industriales, como obreros con escasa calificación y sujetos a las dinámicas de trabajo del campo, donde los empleos son temporales, y donde en los empleos con algo más de permanencia tampoco es posible escalar pues están sujetos a los requerimientos del empleador, a un mercado flexible, donde ninguno de ellos es imprescindible.

La mayoría de la gente de la cual tienen la seguridad de que los están escuchando es la gente que los conoce, ya sea en sus lugares de trabajo, en su calle, en su familia, o que tiene su mismo gusto musical, es la gente que los llama por teléfono o que se conecta vía Internet.

“ (nos escuchan) todo tipo de gente, raperos, grafiteros, breacker, señoras también he escuchado que escuchan, caballeros, compañeros de trabajo, mi familia, esa es la gente que sé yo que escucha la radio”. (Radialista tres)

La facilidad de llevar su señal vía Internet ha logrado que además de saber que llegan a una comunidad que es posible de situar en un territorio con límites,

(los límites del alcance de la señal radioeléctrica), pueden llegar a todas las personas que los quieran escuchar.

“a todo Chile y al extranjero también, no sé cómo la mandan para allá pero igual llega, y también el otro día, hace como tres sábados atrás cuando me llamó, tú ubicas al (nombre de amigo), me llamó de Canadá también, me llamó un cuarto para las 12 de la noche, ahí estaba escuchando la música,- yo le pregunté-, ¿mira a otro país llega la radio?”. (Radialista cinco)

Es de este modo como la mayoría de los programas, la música y las campañas están orientadas a esta representación de la audiencia.

2. LOGICAS DE LOS USOS

2.1 Hábitus de clase.

Los radioescuchas de Rosario son pobladores de clase trabajadora, jóvenes y dueñas de casa. Son habitantes de un espacio rur-urbano, para quienes el trabajo duro y el esfuerzo personal son conceptos valorados, de modo que pasan la mayor parte de su tiempo trabajando, o haciendo labores de hogar, y el poco tiempo restante lo reparten entre su familia, sus agrupaciones sociales, su descanso y ocio.

“Supongamos, cuando estoy de noche duermo todo el día y me levanto, almuerzo y voy a trabajar, en cambio el turno de día, duermo re poco sí, pero aprovecho el día, llego, voy a ver a mi hija, de repente tengo cosas que hacer, cosas por el club, soy dirigente del club yo también, y me voy en eso, y me acuesto tarde, prefiero aprovechar el día”. (Auditor joven dos)

Estas personas se perciben como de clase subordinada. La mayoría de ellas se desempeñan en labores agrícolas y del sector agroindustrial, como temporeros o como obreros. En trabajos donde el control del tiempo, de los espacios y de sus cuerpos los tiene sujetos en puestos en donde se sienten prescindibles y explotados, en donde la jerarquía marca sus relaciones sociales

con sus compañeros y superiores, y donde por consiguiente no pueden expresar todo lo que piensan o sienten.

Sus expectativas de trabajo están asociadas a los empleos disponibles en el territorio, y por esta misma razón es que muchos de ellos, no hayan completado sus estudios primarios o secundarios, por comenzar a trabajar a temprana edad. De modo que para muchos el nivel de estudios no es visto como un requisito para la vida futura, o para el trabajo y la posición que desempeñarán.

“De campo, la mayoría acá. Rosario vive del área agrícola, pero ahora se instalaron estos frigoríficos que dan trabajo a muchas personas, y dejaron un poquito de lado el trabajo de campo, se lo dejaron más a los papás, a los más antiguos, porque se industrializó el sector, a través de packing, a través de esta planta de Agrosuper, la embotelladora, eso absorbió el trabajo del campo, lo tomaron ellos, y para los jóvenes es mejor no cierto, lo ven menos sacrificado que estar en el campo”. (No auditor uno)

“Está Socoagro, está la fábrica de vidrio, la fábrica de cartón, los packing, la cosecha, las siembras, entonces hay trabajo para todos los gustos. Tenemos “Juan y Medio” para las chicas que trabajan, porque depende de la educación el trabajo que la gente adquiere”. (No auditor dos)

Existe una variedad de empresas a las que se puede aspirar para desempeñarse de obrero, de modo que esta variedad se percibe en términos de material de trabajo y no en puesto de trabajo. Algunas familias sin embargo creen en darle estudios superiores a sus hijos para que accedan a un mejor trabajo y tengan mejores condiciones de vida.

“Yo digo que sí, que ahora la gente está preocupada de prepararse, de estudiar, y un alto porcentaje, y eso también viene de los papás, porque si los papás no se preocupan cuando están chicos que tienen que estudiar, capaz que los chiquillos se queden ahí”. (Auditora adulta mayor tres)

Al percibirse en una situación económicamente desfavorable con respecto a los empresarios o los políticos, existe desconfianza con respecto a ellos, especialmente en los segundos ya que ven en ellos más interés en el status o en el dinero que en el servicio social.

“Sí, si échate una miradita, sacan una ley o algo, chuta lo que pescamos nosotros, nada, pero ellos... ellos sí, porque las leyes, todas las hacen pensando en ellos, porque ellos son grandes empresarios, no les conviene que ayuden al pobre, que superen al pobre porque si no, le va a salir más caro a ellos, y esa es la vida”. (Auditora adulta cuatro)

“Eso es por el reconocimiento que significa un puesto, la gente está ahí porque quiere ser reconocida, no porque quiera servir, entonces tal vez hay mucha gente que entra con ese propósito, pero en el camino la cosa está tan mala, que se enturbia, entonces por eso la gente no quiere votar”. (Auditora adulta seis)

2.2 Ámbito de recepción y tiempo dedicado

El consumo de medios de comunicación masiva es escaso y tiende a concentrarse en el consumo de televisión, que acompaña durante las comidas en casa y en el dormitorio, donde se prende para distenderse antes de dormir. Predominan en este sentido el consumo de las noticias de los canales nacionales y las teleseries, en el caso de las dueñas de casa. Otros prefieren la televisión pagada, que les permite acceder a otros tipos de programas, variando en este sentido de manera tal que resulta difícil generalizar al respecto. A la televisión se le dedica un tiempo más exclusivo, ya que se le observa en un lugar fijo y con una mayor dedicación que la radio. En lo que respecta al consumo de radio, existen otras emisoras que compiten por la audiencia en el territorio. Son emisoras comerciales como radio Caramelo, radio Impacto, radio Gente, radio Manantial y la radio de mínima cobertura Río Claro, cuya propiedad es del alcalde de la comuna de Rengo, y que se presenta también como una emisora comunitaria.

Sin embargo la radio comunitaria Konciencia atiende una demanda que no es suplida por las radios antes mencionadas y es la de la información local, al dar información de beneficios, accidentes, y problemas de la localidad de Rosario, no solo de la comuna o de la región, sino información de los propios pobladores.

“Ahora estoy metida con la radio, como estoy en esta cuestión que hemos tenido que está pasando avisos del asuntito que estamos haciendo, la cuanto se llama, radio Konciencia, la Río Claro, lo que más escucha uno”. (Auditora adulta cuatro)

Por su carácter oral la radio permite, hacer otras cosas mientras se escucha, ya que no requiere de otro sentido, ni de otra capacidad, que la de la audición, la radio es plural y franca.

“y la gente en general escucha tarde, escucha radio en la tarde porque trabajan todo el día, llegan cansados, mientras hacen las cosas, mientras llega uno a preparar la casa a ordenarla a hacer almuerzo para el otro día, escucha radio, después que termina todo eso, apaga la radio se va a acostar y ve tele y se acabó el día”. (Auditora adulta cuatro)

Una de las desventajas en la preferencia de la radio, recae en que su programación no es continua como en las emisoras comerciales, y actualmente por tratarse de una emisora informal existe poca propaganda por vía terrestre de su funcionamiento, no obstante existió cuando la radio partió.

“Lo que le falta aquí a la radio de Rosario es más promoción, más gente del comercio que esté aquí, porque se escucha poco.” (Auditor adulto mayor uno)

“Es que aquí le hicieron propaganda, le hicieron al principio, yo conocía en ese tiempo, o sea carreteaba con el (nombre de radialista nueve), entonces él le hacía propaganda con nosotros, y decía que era una radio nueva, una radio comunitaria, que tenían un proyecto, yo la conocía de hace tiempo, si de hace tiempo el (nombre de radialista nueve) me decía, tenemos un proyecto y la cuestión sin fines de lucro... y después colocaron unos carteles y de ahí me fui enterando yo, después yo con el (nombre de otro radialista) partí para allá yo, la primera vez, cuando la conocí, cuando conocí la radio, pero siempre supe”. (Auditor joven dos)

Esto influye en que la mayoría de los auditores entrevistados no tuvieran incorporado el escuchar la radio como hábito, sino más bien de forma esporádica, al no conocer la programación regular o la continuidad de los programas.

Cuando se les pregunta a los auditores, por qué escuchan radio Konciencia o por qué escuchan determinado programa de su gusto, la mayoría menciona dos cosas: para entretenerse y para informarse.

“Para entretenernos, ¿sabes por qué? Porque aquí si tu sales a la calle tú te enteras de todo, otra cosa, mi suegra tiene negocio ahí, yo voy a la esquina, les pregunto y ya sé de todo, me entiende, entonces por información hay que salir

afuera, pero si es a veces por utilidad pública, no sé, servicio a la comunidad, yo creo que igual sirve, sirve mucho”. (Auditora adulta siete)

La radio se escucha porque entretiene, porque hace uso de elementos lúdicos, porque la música que emiten los distintos programas es del gusto de quienes la escuchan, por el carisma de los locutores, y porque escuchan a gente que conocen, gente como cualquiera otra del pueblo, en donde lo que diferencia a radioescuchas de radialistas es la motivación por expresarse y comunicar.

“como que hacían del programa una entretención, más que hacer un programa para que escuche la gente, para que escuchen la música, para que escuchen sus amigos de su entorno, de su estilo, lo hacían como una entretención, es una entretención a través de los oídos”. (Auditora adulta uno)

En la locución se bromea, se saluda a los vecinos, se satisfacen las peticiones de tema, y eso mantiene la atención de los radioescuchas, disminuyendo la distancia entre emisores y destinatarios, e invitándolos a participar.

Otros escuchan radio Konciencia para informarse, para conocer las noticias de su territorio que no son tratadas en la televisión ni en las radios comerciales de Rengo. Estas informaciones se refieren a avisos de utilidad pública, reuniones, actividades a beneficio, misas, ofertas de trabajo, músicos locales, actividades institucionales, actividades de organizaciones sociales de Rosario, partidos de fútbol, etc.

“El (nombre de radialista), él también de repente, él también da información, póngale que si nosotros necesitamos una reunión y los vecinos que estén en ese momento conectados a la radio, están escuchando, entonces él informa, si nosotros necesitamos una reunión informa tal día y toda esa cosa”. (Auditora adulta tres)

De este modo la radio posibilita visibilizar y movilizar las actividades y la vida social del territorio, permitiendo la integración de los auditores a la vida de su comunidad, de modo tal que el escuchar la radio comunitaria tiene como

significado social, el conectarse con otras personas de la localidad y compartir los gustos e informaciones del territorio al cual pertenecen.

“y yo encuentro bien este asunto de la radio porque se puede informar uno de lo que sucede en Rosario, se puede informar, si se hace una actividad se lleva el anuncio a la radio y uno... bueno, no lo escucha todos los días pero en una de esas...” (Auditora adulta cuatro)

La radio comunitaria permite la circulación de diversas informaciones y mensajes, producidos por gente de la misma localidad. Constituyendo un medio que conecta a los auditores entre sí y que saca a relucir ciertos temas, y personajes que ayudan a conformar la comunidad imaginada de la radio comunitaria. Si bien, por capacidad técnica no es posible sacar los llamados al aire, estos sí son recibidos y se envían los mensajes que los auditores quieren compartir, en un contexto ameno, de saludo, felicitación o humorístico.

“Y el de mexicano me gusta porque tiene un detalle esa radio que ninguna otra la tiene, tiene el detalle que no es como que la persona llame y diga sabe que quiero saludar a tal persona, no, dan mensajes. Supongamos un día, no sé, llamó “avísale a la señora Rosita en tal parte de Retiro que me vaya a dejar la olla que yo le presté y que la voy a ocupar”. (Auditora adulta cinco)

2.3 Competencia cultural

Quienes escuchan radio Konciencia, son personas que se identifican con lo que sus gestores hacen y en general son personas obreras, de clase baja, sin estudios superiores y que sienten cercanía con el pueblo, y con la cultura de este pueblo que no tiene que ver con una cultura letrada, que correspondería a la valorada por otras agrupaciones de la localidad, tampoco es de carácter folclórico o patrimonial, sino una que rescata los quehaceres cotidianos de sus jóvenes y de su gente, siendo absolutamente contingente y conectada con el quehacer diario de los miembros de la localidad de Rosario. Es una cultura popular, obrera y trabajadora.

Su educación formal varía de persona a persona, encontrando gran cantidad de gente adulta que no completó sus estudios secundarios por comenzar a trabajar a temprana edad. De modo que para las personas que piensan hacer su vida en la localidad de Rosario, la educación formal no detenta gran importancia.

“Yo llegué hasta octavo no más, hasta octavo, pero para lo que yo hago, por lo menos hasta aquí he estado bien, porque no me dio para estudiar más para sacar una profesión porque mi papá en ese tiempo tampoco podía darme más estudio a mí, porque nosotros éramos ocho hermanos, ¡mi padre, estudios!, ¡todo juntos, imagínese!”. (Auditor adulto uno)

De modo que acceder a estudios superiores estaría significando, abrirse a una oferta laboral distinta que si no encuentra eco en el ámbito agrícola o industrial, aquella persona deberá buscar su desarrollo profesional fuera de la localidad.

“Y como le digo yo que nos faltan líderes y la mayoría de los líderes nuestros, la juventud que tiene estudios, los universitarios se nos van, se nos van para el extranjero se van para Santiago a trabajar porque acá no hay buena fuente de trabajo”. (auditor adulto mayor uno)

Las personas oriundas de Rosario son minoría, ya que esta localidad se conformó con las sucesivas inmigraciones de gente sureña que llegó en busca de trabajo. Además de una erradicación de campamentos Santiaguinos hacia la localidad de Rosario durante la dictadura militar.

“si aquí lo que pasó es que llegó mucha gente de afuera, este pueblo era como una cuna de guagua, una cosa así, si se movía, si la movían se movía, pero de que llegaron, no sé, llegaron a instalarse Santiaguinos, llegaron gente del sur, gente de todos lados, si aquí en Rosario es re poca la gente de Rosario, son familias contadas con los dedos de las manos, que son Rosarinos de corazón, que son Rosarinos de cepa”. (Radialista once)

De modo tal que podemos encontrar un importante elemento indígena en la zona, mucha gente que ha perdido sus tradiciones ancestrales y que quisieran

conocer de su cultura y sentirse en contacto con ella. Cuestión que es considerada por la gente de la radio en la planificación de sus programas.

“Y lo otro es que ellos tienen mucho de la identidad Mapuche, de la etnia más que nada, no mapuche, sino que etnia, ellos defienden mucho, bueno es que aquí en Rosario hay mucho, mucho, mucho de origen mapuche, usted ve ahora los dos apellidos Mapuches, yo tengo una familia amiga que lleva hace años... llegan a trabajar y se quedan y forman familia. (Auditora adulta mayor tres)”

Algunas personas reconocen no escuchar muy seguido o no preferir radio Konciencia porque no se sienten identificadas con los programas, con la música, o con el habla de los radialistas, pues no es un habla profesional para la radio como la gente se acostumbra a escuchar en las radios comerciales, es un habla que no en todos los casos se preocupa de la pronunciación, del tono o la formalidad, sino que es el habla que usan de forma natural en su vida diaria.

“Es que escuché, uno de los locutores lo encontré muy básico, entonces dije yo, para la cultura es poco, lo encontré muy básico al niño en la forma de hablar, entonces eso mismo hace que a uno no le llame la atención”. (No auditor cinco)”

Estas personas comparan a la radio comunitaria de igual a igual frente a las radios comerciales, de modo que esperan encontrar en ella, programas con formatos similares, locutores con voces trabajadas, concursos y publicidad.

“entonces como que uno se acostumbra a escuchar una radio tradicional y tienen un vocabulario apto, con amplitud y aquí es como más... bueno yo creo que es como acotado al público que tienen yo creo”. (Auditora adulta seis)”

De modo que tiende a esperarse que la radio comunitaria se preocupe del lenguaje y la cultura letrada, que hable correctamente para elevar el nivel “cultural” del pueblo, casi con una función educativa.

“Eso si que hay gente que trabaja que no está preparada para hablar, porque la radio debiera de hacer eso no, de levantar un poquito el nivel cultural”. (Auditora adulta mayor tres)”

“hay cosas muy todavía, muy atrasadas en el lenguaje, no porque sean guasitos, porque Rosario todavía yo pienso que no es una urbe, podríamos decir que estamos en un ambiente rural, pero para eso yo creo que si hay que crecer y los medios de comunicación son los primeros que debieran por lo menos dar el ejemplo las personas que están locuteando”. (Auditora adulto mayor tres)

Los radioescuchas reconocen un contenido político en la música y en la locución de los programas y aquello influye en la escucha.

“Puede ser también que aleje un poco que la radio tiene un contenido político importante, igual hay gente que rechaza un poco eso, tiene como una onda un poco socialista la radio, no sé si es idea mía... es la percepción que tengo no habiéndola escuchado en forma permanente y aquí hay gente que es súper de derecha, entonces muy difícilmente te van a escuchar una radio de ese tipo, que es como media protestante... yo lo encuentro bueno, todos tenemos derecho a tener espacios para decir lo que queremos, pero seguramente aquí hay gente que se aleja por eso”. (Auditora adulta seis)

La música poco comercial que pone en escena temas de desigualdad social, aleja al sector de la población más conservador, que no está interesada en política o que es de derecha. Si bien la mayoría de las personas entrevistadas no se reconoció en ningún partido político declarando que estos ya perdieron credibilidad.

“En la mañana ponen mucha música como de protesta, es como música que te deprime, esa música que no debe estar, es como de resentido social”. (Auditora adulta cinco)

3. MEDIADORES ENTRE LA PRODUCCIÓN Y LOS USOS: LOS GÉNEROS.

Es en los géneros, según el concepto apartado por Martín-Barbero (1987), en donde podemos observar las relaciones entre las lógicas de producción de los radialistas y las lógicas de los usos de los radioescuchas. Es aquí donde podemos encontrar los relatos de identidad local que activan la competencia cultural de los auditores, constituyéndose bajo la forma de una negociación comunitaria. Esto lo verificaremos preferentemente en torno a los programas radiales.

Al ser una radio plural y abierta, y no existir una línea editorial, ni un estilo musical imperante, hay espacio para todo tipo de música, de temáticas y de gente. En este sentido existe una democratización del espacio radioeléctrico utilizado por la radio al repartirlo entre distintos estilos musicales y tipos de programa, con lo cual se busca abarcar la diversidad del territorio.

Para conocer los relatos identitarios que se difunden en los diversos programas, resulta necesario entonces adentrarnos en cada uno de ellos desde sus radialistas y sus radioescuchas, pero en este punto nos enfrentamos con una dificultad metodológica, que tiene que ver con la naturaleza de la radio. La continuidad de los programas en la radio comunitaria Konciencia, varía según el compromiso de las personas que los realizan, y este compromiso puede estar condicionado por el interés en hacer radio, su tiempo disponible, su residencia, o inclusión en el equipo de la radio. De modo que durante estos tres años de funcionamiento de radio Konciencia han sido cuatro los programas que no han parado de sonar, y son: “Konexión al barrio”, “Sólo rock and roll”, “Noticiero rural” y “La tarde tropical”. Es de estos programas que se ha obtenido mayor información y por lo mismo, sus contenidos se encuentran más desarrollados, pero se ha decidido incluir al resto de los programas que alguna vez sonaron durante el transcurso de la investigación, aunque con menor desarrollo.

Algunos programas se vuelven discontinuos porque las personas que los hacen viven lejos y en ocasiones no pueden viajar, en otras ocasiones no es posible ubicar a alguien que tenga llave para abrir el locutorio y el programa no se puede hacer, o el radialista tiene que trabajar o estudiar y prioriza aquello en lugar

de ir a la radio. Estas situaciones ocurren porque hacer radio comunitaria es un trabajo voluntario y anónimo, el compromiso con el proyecto es personal y no obligatorio, a las personas que se alejan no se les cierran las puertas sino que se les sigue considerando como parte del grupo y se les da tiempo para que solos vuelvan a hacer programas. Esta situación me gustaría ilustrarla con tres casos diferentes aunque muy normales: 1) Una joven que hace un programa sola, queda embarazada, tiene que hacer reposo y posteriormente dedicarse a su bebé, por lo que deja de asistir a la radio de forma regular y de hacer su programa, 2) Un hombre consigue trabajo como contratista en otra región y se va a trabajar, de modo que deja su programa, 3) Un hombre pide llave de la radio y al negársele, ya que lleva poco tiempo, deja de ir a hacer su programa.

El asunto de “la llave” de la casa donde está la radio no es menor, ya que es un espacio prestado donde tienen todos los equipos que necesitan y deben cuidar, deben cuidar tanto los implementos técnicos como la imagen que se proyecta de la radio en el sector, impidiendo que lleguen personas con ánimo de convertir el espacio en un lugar para fiestas.

Para caracterizar los programas de radio Konciencia se agrupará por tipos de programas, según su tema central y dentro de ellos se seguirá un orden desde los que se cuenta con mayor información, por su trayectoria y reconocimiento desde las audiencias, hasta los que se cuenta con menos. Es necesario aclarar que durante la etapa de terreno, no se logró contactar con auditores que escucharan todos los programas, y debido a que el énfasis de las entrevistas estuvo en la apreciación global de la radio más que en la representación de todos los programas, se decidió desarrollar el análisis desde la información recolectada. Por lo tanto el análisis de los programas es más extenso en cuanto fueron más reconocidos y comentados por los informantes. Es preciso mencionar que cada programa hace referencia a un género distinto en cuanto está orientado a distintos tipos de audiencias.

3.1 Programas musicales:

El género musical es uno de los más representados en radio Konciencia. En él la música juega un rol principal, buscando satisfacer la demanda de la comunidad por un estilo musical en específico que muchas veces no encuentra cabida en las radios comerciales.

En cuanto a los estilos musicales, se aceptan variados de ellos, pero existe cierto rechazo al reggaeton de parte de los radioemisores, debido a que el mensaje de sus letras (considerado como un mensaje sexual y alienante) no es de su agrado, prefiriéndose la música de raíz latinoamericana, andina, ranchera, romántica, rock, punk y la música hip hop. La música es concebida como un medio de expresión, una forma de compartir mensajes con contenido social, y de expresar la subjetividad propia a través de su contenido emotivo.

“pero a través de la música estás expresando lo que sientes también, porque la música es un forma de expresión”. (Radialista uno)

De esta manera la música toma una importancia tal que guía la locución, y permite aflorar pequeñas conversaciones entre tema y tema musical.

“La Tarde Tropical”

Es un programa que emite cumbias y rancheras. Sale al aire de lunes a viernes a las siete y los sábados a las nueve de la noche. Recibe saludos y peticiones de tema y es escuchado principalmente por gente adulta y adulta mayor, gente de campo que gusta de este estilo musical que en México nació como cantos campesinos, cuya temática es el amor y el desamor, el paisaje o la narración de un hecho, muchas veces de trágico desenlace.

“la música ranchera, esa es la pasión mía, todo lo que es la ranchera, cumbia ranchera, me siento identificado con eso, porque una, son canciones que llegan a

la mente, lo que uno ha sufrido, como que concuerda un poco el tema". (Radialista cinco)

La música ranchera pareciera ser una música muy arraigada al campo chileno, principalmente a los adultos mayores. Es una música que se expandió con el cine Mexicano entre las décadas de 1940 a 1970 y que se renueva hasta hoy, Los Charros de Lumaco son un ejemplo de ello. La ranchera conecta con los temas que vive o que les parecen atractivos a la gente de campo, es un melodrama auditivo, siendo la mayoría de ellas historias musicalizadas. Sus letras tratan sobre la vida campesina, los caballos, la familia, los bares y cantinas y las tragedias amorosas.

"Bueno como en todos los campos ponen mexicano, a la gente de por aquí les gusta la música mexicana, a mí también me gusta pero de los autores, de mi edad". (Auditora adulto mayor tres)

El gusto por la música mexicana viene de sus letras. Estos melodramas auditivos sintonizan con lo que viven las personas de los sectores rurales y con su competencia cultural.

"Qué pasa, se habla mucho tema de lo que está pasando en el campo, como se ve, son distantes los pololeos, el pololo de una se va a trabajar a Santiago o por aquí y se queda sola allá, el pololo engancha con otra niña, la niña engancha con otro y así. Entonces los temas son esos, las soledades, las infidelidades de la gente antigua, todo eso. Por ejemplo a mi hermano le gustan los caballos, entonces compra puros temas mexicanos que estén relacionados con los caballos, mi caballo bayo, mi caballo negro, mi caballo, mi caballo, todos los temas que tengan caballo. Entonces después a mi yegüita linda la relacionan con la señora que es una linda yegüita. Eso, yo creo que las letras de la música mexicana es lo que identifica a la gente, y se sienten tocadas por eso, por eso si usted se pone a escuchar bien las letras se identifica a la masa, rural más que nada". (Auditora adulta mayor tres)

La música tropical, que pone en escena cumbias y ritmos bailables de diversos países latinoamericanos, permite matizar las historias rancheras y hacen más alegre la programación.

La locución del programa busca generar un clima rural y popular al hacer uso de un habla campesina, utilizando un tono 'ahuasado' y 'cantadito'.

“cuando uno muchas veces habla en [el programa], no es como estamos hablando ahora, yo trato como hablar un poquito más hablado como más ‘ahuasadito’ así, pero a veces me resulta, otras veces no me resulta, pero trato de tirarlo así...”
(Radialista cinco)

Esta habla es reconocida por sus auditores y entra en diálogo con sus gustos, y su vida cotidiana.

“Sí, nos gusta eso como ‘ahuasado’, que yo sinceramente siempre he sido campesino, siempre he sido criado en el campo (Auditor adulto uno)

Siendo un elemento que tal como genera adhesión por parte de sus radioescuchas, genera distancia desde otros.

“y él habla como habla una persona normal aquí en Rosario, o sea, como un campesino, como es la mayoría de la gente que vivimos acá, bueno hay gente que le gusta eso, pero a mí no me gusta, entonces eso me aleja por ejemplo... bueno no me gusta la música tampoco que toca, toca puro mexicano, charrasqueao y tropical, entonces a mí no me gusta esa música y no la voy a escuchar”. (Auditora adulta seis)

Otro elemento por el cual destaca este programa es que cuenta con varios llamados al locutorio que se traducen en mensajes y saludos que son dados por su locutor, ya que no existe la capacidad técnica para sacar los llamados al aire, a menos que sea utilizando altavoz, pero este no se escucha de la mejor manera. Esta característica recuerda a las antiguas radios rurales, utilizadas para enviar mensajes a familiares y amigos.

“porque uno se acuerda de cuando era chica, uno escuchaba alrededor de un fogón la radio hasta que terminaban los mexicanos uno se iba a acostar, y ahí se mandaban los mensajes”. (Auditora adulta cinco)

Otro elemento comunicacional frecuentemente utilizado durante la locución son los efectos de sonido, son gritos, frases, sonidos de animales y de cosas, que han sido obtenidas desde Internet y que apoyan y dan picardía a la locución.

“hay uno que sale gritando, hay uno cuando salen al campo a conejar, ese efecto de sonido uno lo tira, como que andas en el campo, ay ay ay ay... y bueno, hay hartos efectos ahí que se pueden tirarlos, los vas por ejemplo mezclando ahí, tienes por ejemplo cuando una tetera está hirviendo para una llamada por teléfono, así, cosas que es para ponerle un poquito más efecto, más alegre el programa no más”. (Radialista cinco)

Estos efectos son reconocidos por sus auditores y conectan con su sentido del humor.

“Es divertido cuando plantan esos gritos, ay, ay, ay”. (Auditor adulto uno)

En la locución se saluda, se conversan temas cotidianos, se pasan avisos y consejos para cuidar el medio ambiente, cuidar a los niños y a la juventud.

“pero el consejo siempre va a la cultura, lo que es limpieza, los medios de transporte, todo en general, que uno ya va atendiendo... y darle consejos a la juventud y a los que son de ahora”. (Radialista cinco)

Su programación es reforzada con la emisión de campañas educativas e informativas propias y de otros centros de información radiofónica, que se programan para los entretiempos a modo de comerciales. Su formato consiste en presentar una cortina de entrada con la presentación del programa y una de salida con su despedida, además de la programación de campañas intermedias que se transmiten a modo de comerciales o descanso.

Su horario permite coincidir con el tiempo libre de sus auditores, a las siete de la tarde la gente que trabaja de día ya está en sus casas, alimentándose, ordenando, descansando o preparándose para el día siguiente.

“Konexión al Barrio”

Programa de hip hop, con la conducción alternada de cuatro hip hoperos de Rosario. Es transmitido de domingo a viernes a las nueve de la noche y sábados a las siete. Se caracteriza por tocar música hip hop local y del mundo, además de contar con invitados al locutorio para lanzamiento de discos y presentación de canciones. Se transmiten saludos, informaciones y crítica social.

"porque es un programa de hip hop, para que los cabros escuchen música nueva, porque los cabros siempre tienen harta música, pero nunca van a escuchar todo los hip hop que existen y ahora que tenemos Internet, tratamos de buscar, o yo trato de buscar temas raros, hip hop de China, hip hop árabe, hip hop colombiano, hip hop holandés, sueco, hip hop para toda la gente en general, para el que quiera escuchar bienvenido sea, no solamente para un tipo de persona". (Radialista tres)

El programa es un espacio para que los hip hoperos locales y las personas que quieran, puedan escuchar música nueva, ya que este estilo musical no suele ser emitido por las radios comerciales, moviéndose más en un circuito independiente. De manera tal que se promueve su difusión, permitiendo que el estilo siga renovándose y que gente nueva lo escuche, entienda sus letras y comprenda de qué se trata la música hip hop. Estas letras se caracterizan por un mensaje combativo generalmente, visualizando temas de interés social, aunque también existe hip hop que trata otros temas como el amor, la familia, y la vida cotidiana.

"lo que he escuchado acá el hip hop es combatiente, siempre está con la verdad, nunca está como pasando a llevar derechos que son básicos, no es un hip hop muy competitivo entre sí, no es como un hip hop de hablar mal de un grupo, hablar mal de otro grupo, sino que encuentro que el hip hop de acá se utiliza más como para expresar cosas que nos suceden a todos, pueden ser temas de trabajo o temas de amor o temas no sé, de un día cualquiera, como que se trata más del vivir de la gente". (Radialista nueve)

El hip hop de Rosario especialmente se caracteriza por ser de tipo más combatiente, visibilizando temáticas de interés social, como el respeto hacia los

derechos humanos, la tolerancia frente a las diferencias, las desigualdades socioeconómicas, y también temas de la vida cotidiana.

Así como se transmite música, los locutores también se expresan y comparten información sobre hip hop, avisos que llegan a la radio, y solapadamente hacen crítica social.

“si hay información doy información, a principio daba raíces del hip hop, todo lo que es el break dance, de repente doy especiales, de repente, avisos económicos o a beneficio, y ahí los doy para rellenar más el programa, el santoral del día también, la hora no sé, ahí invento, de repente improviso”. (Radialista tres)

La crítica social apunta generalmente hacia los altos mandos de la comuna, que estarían marginando a Rosario del progreso. Esta noción de progreso estaría dada por el acceso a servicios de salud, vivienda, educación y recreación, estado y mantención de calles y áreas públicas, crecimiento comercial y representación política.

“mientras que en Rengo, el centro, cuanta plata gastaron para arreglar el centro de Rengo, para hermostear la cara de la comuna, pero Rosario está ahí tirado, por lo que supe yo que el alcalde una vez dijo que no quería hacer población en Rosario porque no les conviene que Rosario crezca, porque si Rosario crece se va a independizar y Rosario le tira plata a Rengo, a la alcaldía por lo menos, pero con la gente de Rengo no tengo ningún problema”. (Radialista tres)

También se preocupan de entregar contenidos que puedan ser de utilidad para la gente de la localidad, dándose estos a través de la locución, de avisos y de la selección de campañas. De esta manera difunden actividades de bingos a beneficio, rifas, campeonatos de rayuela o fútbol, festividades, actos cívicos, etc.

“se comentan todo los bingos a beneficios si nos va bien, si es para nosotros, si nos va bien damos las gracias y si es para otra persona y les va bien gracias a nosotros también hablamos un resto, hablamos de las cosas a beneficio, y cualquier cosa, damos el aviso de cualquier cosa que quieran vender o hacer algo a beneficio, también hablamos eso en la radio, en el programa”. (Radialista tres)

“De todo, de todo un poco, de repente saco el asunto de los obreros, de la injusticia, de repente me gusta colocar campañas para las chiquillas de la píldora, o hablar, por ejemplo, de la juventud, que se cuide”. (Radialista dos)

El formato del programa es similar al de todos, poseyendo una cortina musical característica para el inicio del programa, el término de él y durante la locución, cada media hora se programan campañas a modo de comerciales, se realiza locución entre temas, con un habla informal, y un tono juvenil que busca acortar la distancia con los radioescuchas, haciendo uso de la función fática del lenguaje, que se caracteriza por mantener el contacto mediante la interpelación al radioescucha, frecuentemente se mandan saludos para gente conectada al Facebook de la radio, o a radioescuchas que llaman para pedir temas.

La relación con su comunidad de radioescuchas es reforzada con la organización de tocatas, la difusión de las mismas y con la grabación de saludos, que luego son transmitidos por la radio.

“a veces llevamos grabadoras y tenemos muchos saludo de los cabros, muchos saludo”. (Radialista dos)

Sus radioescuchas tienden a escuchar el programa solos, y presentan un alto grado de acuerdo con los temas tratados y la forma de hacerlo, por lo que mediante la escucha del programa estos estarían fabricando también sus conocimientos y opiniones respecto del hip hop, y otros temas cotidianos.

“Su buena onda, su carisma que tienen para conversar, a ver, de lo que hablan, que todo lo hablan con conceptos, todo con buen concepto, hay que estar bien informados para decir las cosas, lo dicen con buen vocabulario para que los oyentes que somos nosotros lo oigamos y entendamos”. (Auditor joven uno)

Este programa tiende a encontrar mejor recepción entre los jóvenes que gustan del hip hop, ya que por la forma de hablar y los temas que tratan se genera un poco de rechazo por parte de algunas personas más conservadoras, que prefieren no escucharlo y cambian de emisora.

“He escuchado hip hop, el hip hop lo encuentro un poco violento, las letras en español son un poco fuerte, no son mentiras, pero son un poco fuerte todavía para mi oído, hay mucho garabato también en las canciones del hip hop”. (Auditora adulta seis)

“yo escuché una canción como que ellos mismos hicieron ahí porque hablaba ‘del rico, que sale de vacaciones, el pobre se baña en la ducha en su casa si es que tiene ducha’, y así todo el rato. Entonces yo decía no, si yo quiero hablar en contra, no hago un hip hop, porque eso yo encuentro que no le va a caer bien ni al pobre ni al rico”. (Auditora adulta mayor tres)

No obstante los jóvenes que sacan al aire este programa son identificados con la radio y muchas veces constituyen el nexo entre la comunidad y la radio al pedirles que pasen avisos de servicio a la comunidad.

“Solo Rock and Roll”

Este programa se transmite los domingos de seis a nueve de la tarde. Se caracteriza por emitir clásicos del rock de los años 60 y 70, contar historias de diferentes bandas, además de mandar saludos, y atender peticiones de tema. Según lo permita el tiempo del locutor, a veces es transmitido durante la semana un símil de este programa que lleva por nombre “especiales rock”, que cuenta con menor locución, abocándose principalmente a la programación de música de un grupo de rock en particular.

“yo los fines de semana tengo un espacio que se llama sólo rock and roll en donde muestro temas diversos, les muestro varios grupos, y en la semana, antes de irme al trabajo, hago un espacio que se llama especiales rock, y especiales rock tiene una finalidad muy particular que se me vino a la mente y lo he logrado hacer y me ha resultado bien y me gusta como lo hago, que todos los días lo hago de lunes a viernes de tres a cuatro y media de la tarde, y todos los días muestro un grupo diferente, nunca repito un grupo”. (Radialista uno)

Al igual que en los programas musicales anteriores, se muestra música que no es considerada por las radioemisoras comerciales, que tocarían los temas de rock más conocidos, en este caso, “Sólo Rock and Roll”, muestra temas poco conocidos, y grupos musicales que han sido olvidados, resulta interesante también

mencionar que este programa ha contribuido a hacer un rescate de la memoria del rock chileno de los años sesenta y setenta a través de la realización de las cuñas “Historias del Rock Chileno”, que nos recuerdan los grupos más destacados de esa época.

El formato del programa es el mismo que el del resto; posee una cortina musical de entrada y de salida, con campañas y cuñas intermedias a modo de comerciales. A través de saludos y peticiones se refuerza la retórica de lo directo, al acercar a los auditores al desarrollo del programa, y a través de la función fática del lenguaje se simula el contacto constante. Se hace uso de un habla informal.

Este programa genera identificación principalmente por la música, que no se encuentra en otras radios.

“La escucho por mi edad supongo, por el recuerdo, porque me gusta esa música, es buena, aparte que no se escucha, las radios modernas se van quedando con lo más nuevo y van dejando lo otro atrás”. (Auditora adulta seis)

Los auditores pueden recordar durante la escucha de este programa momentos olvidados de su juventud y disfrutar de la música.

“La Máquina del Tiempo”

Es transmitido los domingos de 10:00 a 12:00. Es un programa que nació desde una demanda en la comunidad que se hizo manifiesta durante la realización de los puertos a puertos y que fue recogida por los integrantes de la radio. Es un programa de corte musical, sin locución, que se caracteriza por la música de la nueva ola, y música romántica de los ochenta y noventa, en español y en inglés.

“yo tiré la idea de música del recuerdo en su minuto, me preocupé de que la radio pudiese reflejar las distintas visiones que podían haber, sentía que una forma de que la radio se fuera enraizando en la comunidad de Rosario, que la gente la fuese sintiendo propia era ir entregando ciertas cosas que la gente quisiera escuchar”. (Radialista seis)

Este programa sin embargo se aboca sólo a la programación de música, sin realizar locución. Estructurándose al igual que los otros programas, con una cortina de entrada y de salida, y a mitad de la programación una tanda de descanso que es llenada con campañas educativas y de información.

Su horario, los domingos por la mañana, sintoniza con su público objetivo, dueñas y dueños de casa que se levantan temprano para aprovechar el día y cumplir con sus labores en la mañana para tener la tarde libre para descansar.

“- El programa que me gusta es el de los románticos los días domingo. Los días domingo dan uno que escucho siempre.

- ¿Y cómo se llama?

- La máquina del tiempo”.

(Auditora adulta dos)

“Escucha tu corazón”

Es un programa que cuenta con la conducción alternada de dos jóvenes mujeres, y se transmite los sábados y domingos de 14:00 a 15:00 hrs. En él se tratan temas de romance y vida en pareja, entregando música romántica más actual que la de la máquina del tiempo.

“porque bien a fondo soy un poco romanticon, entonces me gusta colocar temas románticos, hablar un poquito de varios temas, el amor, el desamor, la infidelidad también que un día lo puse aquí, entonces más va por eso”. (Radialista ocho)

La música romántica es popular en Chile, ya sea en la ciudad o en el campo, sus temas son el amor y el desamor, siendo algo que mueve a la gente y que conecta con sus sentimientos. De este modo la locución sigue la misma línea musical, conversando de temas relacionados con los afectos desde una perspectiva cercana.

“ahora estaba pensando en irme en una idea más grande y empezar a buscar más temas, de todo lo que tenga que ver con lo cercano, por eso mi programa se llama un tanto del amor, y ahí voy a tratar de buscar temas cercanos, qué es el amor, para mi vecino, para mi propia familia incluso y para mis amigos”. (Radialista diez)

Este programa no ha contado con una programación continua, por lo que se ha debilitado la posibilidad de hacerse reconocido por el público.

Programas musicales con menor desarrollo durante el año de estudio.

“La voz del Pueblo” Con la conducción de un joven escolar, es un programa de música punk, con discografías de grupos, saludos, informaciones locales y llamados. Se transmitía inicialmente los días sábados de 18:00 a 19:00 hrs. y domingos de 15:00 a 16:00 hrs, pero hoy sale al aire solo los domingos.

“De todo un poco” Con la conducción de un adulto conocido por su pasado de Disc jockey, fue transmitido de lunes a jueves de 22:00 a 23:00 hrs. el invierno y la primavera del 2011. Es un programa pensado para que la gente llame y pida la música que se le ocurra, sea del estilo que sea. Contaba con llamados, saludos y locución sobre la cotidianidad de Rosario.

“Tres por uno” Este programa es casual, sale algunos viernes después de “Noche de Cuervos”, cuando hay varias personas en la radio, dándose como un espacio para compartir.

“Frecuencia Rock” Programa que tuvo cuatro emisiones entre el mes de septiembre y octubre del 2011 y que se caracterizó por programar música chilena y hablar sobre la carrera de algunas bandas de rock nacional.

“Alerta Punk” Programa de música punk transmitido desde enero del 2012, con la conducción de una joven de Rengo. Es un programa que se caracteriza por poner música punk y dialogar sobre temas cotidianos.

3.2 Programas informativos:

En los programas informativos el interés principal está en la locución, teniendo a la música más como un apoyo o un descanso entre información e información. La locución busca informar con respecto a distintos temas que generalmente no son considerados por los medios de comunicación comerciales, entregando muchas veces una perspectiva divergente con respecto a ellos, ya que el medio cuenta con la autonomía necesaria como para denunciar empresas, políticos, acciones institucionales, carabineros, etc., lo cual no quiere decir que para brindar estas informaciones no se preocupen de apoyarse en hechos.

“Noticiero rural”

Programa de noticias que sale al aire de lunes a viernes a las seis de la tarde, y que se ocupa de contar noticias locales, comunales, regionales, nacionales, latinoamericanas y mundiales, para dar un panorama global de los hechos que están sucediendo. Es uno de los programas que ha tenido mayor continuidad en el tiempo y que se preocupa de darle un contexto a la radio y de informar a la población local sobre noticias institucionales y también noticias de base social. Para su preparación su locutor estructura cada día una pauta que avanza desde los temas micro a los macro, ayudado de diversos portales informativos, de los cuales se seleccionan noticias escritas, que son comentadas, así como audios, que son transmitidos íntegramente y respectivamente citados.

“entregar un panorama comunal, regional, trato de hacerlo así, empiezo de lo local, y a abirme hacia el mundo y esa es la estructura, empiezo con noticias locales, después paso noticias comunales si es que las hay, comunales, regionales, latinoamericanas, y cierro con Democracy Now”. (Radialista doce)

Entre los portales revisados tenemos a “Abya Yala” e informativo Púlsar, que son informativos de noticias latinoamericanas del día que se encuentran en permanente actualización, también “Democracy Now” que es un informativo que se focaliza en el actuar de Estados Unidos en el mundo. Es de estos medios que

presentan una visión más crítica de la situación latinoamericana y norteamericana que se seleccionan las noticias, para dar a los radioescuchas una información crítica y actualizada, sobre temas que tienen poca representación en los informativos nacionales.

También se utilizan audios de radio Cooperativa o Bío- Bío, para resaltar alguna noticia de carácter nacional, y de otras radios comunitarias, que poseen capacidad para producir audios. Para las noticias regionales y comunales, se revisa qué es lo que está informando TVN, a través de su informativo regional Red O'higgins, ya que es el informativo más masivo de la región, en el sentido de que tiene la capacidad de llegar a un público más amplio, por lo que marca la pauta de las informaciones regionales y se revisan diarios regionales como por ejemplo El Rancahuazo, El Rancagüino y La Sexta.

“yo leo por ejemplo los portales de Rengo que son como 7, los reviso todos los días, antes de hacer las noticias, yo a las 5 de la tarde me pongo a ver lo que hay, yo me demoro una hora en preparar mi programa, más una hora para sacarlo al aire, le dedico dos horas al programa, a hacerlo, porque tengo que revisar, portal por portal y buscar la cuestión, porque a mí me da más tranquilidad, porque es un programa donde hablo yo no más”. (Radialista doce)

Este programa necesita de una preparación previa y sería muy difícil si no contara con la ayuda de Internet. Su locutor demora aproximadamente una hora en revisar y definir las noticias que serán pasadas, esto sin contar con la producción de información propia. La elaboración de noticias propias requiere de trabajo. Los avisos económicos y sociales pueden llegar a la radio en el transcurso del día, pero si existe una noticia que requiere de un desarrollo mayor, se realiza un trabajo de campo, se acude al lugar del suceso y se entrevista a los implicados, esta información es posteriormente editada y sacada al aire. Para la realización de estas entrevistas se aprovechan los espacios de encuentro, en algunos casos se acuerda previamente la entrevista y en otros salen de manera espontánea al encontrarse con algún personaje que tenga algo que contar, alguna experiencia que tenga relación con algo que sea contingente o que nos hable del pasado y de las tradiciones. Cabe mencionar sin embargo que la producción de noticias

propias no es tan frecuente, no se cuenta con ellas todos los días, ya que su locutor trabaja de forma remunerada en otras labores.

Al igual que otros programas, se cuenta con una cortina de entrada y de salida, y campañas intermedias a modo de descanso (lo que serían comerciales en una radio comercial). Contando con una música característica para cuando el locutor habla. Se hace uso de un habla culto formal y se busca mantener el contacto con los auditores a través de la función fática del lenguaje.

Sin embargo este programa no es conocido por los entrevistados, ya que muchas veces conversando con ellos me dijeron que a la radio le faltaba un programa de noticias, y yo por mi parte les explicaba que existía y les daba su horario. Esto puede deberse a que su locutor no publicite mucho su programa entre la comunidad, o que cuando lo hace no recibe mucha atención.

“Área 18”

Fue un programa de la Asociación de Fútbol Rural de Rosario, la misma que facilita el espacio para que la radio pueda funcionar. Fue transmitido los días miércoles de 20:00 a 21:00 hrs, y difundía noticias del fútbol nacional y local, dando informaciones útiles para todos los clubes deportivos de la localidad, informaciones locales y saludos. Dejó de funcionar por falta de tiempo de sus locutores.

“pero al menos nosotros intentamos de expresar lo que nosotros sentimos cada semana, cada domingo yendo a la cancha, eso es lo que nosotros expresamos en la radio, el diario vivir con la gente del pueblo, el diario vivir con los demás deportistas, con los demás clubes, entregar, de repente tocamos temas a beneficio y cuestiones a pesar de que en la radio no se pueden dar como llegar y decir soltar los reclames, qué se yo, la propaganda y cuestiones, pero igual de repente por ahí”. (Radialista once)

El programa nació debido al lazo existente con los muchachos de la radio y la motivación que estos les transmitieron para comenzar con un programa radial. En él se entregaban los resultados de los campeonatos locales, nacionales e

internacionales, y también se comentaban noticias locales, como informaciones de las juntas de vecino u otras organizaciones.

El programa era escuchado por la gente aficionada al fútbol, especialmente gente que conoce a los locutores, y que va a las canchas los días domingos, quienes satisfacen sus necesidades de información local y de entretenimiento.

“el área 18 más que nada enterarme del deporte es por escuchar a los cabros porque ellos son mis amigos, el (nombre de radialista) es uno de mis amigos y el (nombre de radialista), esos son mis mejores amigos, y aparte el programa no es monótono, o sea, tiran sus tallas, me tiran tallas a mí cuando estoy allá, es para reírse no más”. (Auditor joven dos)

El formato del programa era similar a los anteriores, haciendo uso de una cortina y música característica de entrada, de salida y mientras se realiza la locución, con campañas y cuñas intermedias. Se utilizaba un habla informal, se hace uso de la función fática del lenguaje y se transmitía un espíritu de camaradería con los amigos, y con quienes llaman. Los llamaba gente para preguntar información sobre los partidos locales y para mandar saludos. Por el estrecho lazo de vecindad que mantienen con el equipo de la radio, las noticias futbolísticas y los resultados de los campeonatos siguen dándose durante el programa “Noticiero Rural”, pero es probable que “Área 18” vuelva a la programación en cualquier momento ya que las puertas para ellos han estado siempre abiertas, y no se rechaza a nadie que haya estado alejado de la radio, sea por la razón que sea.

“siempre supe del proyecto, lo que pasa es que yo a veces me alejo un poco de la radio por mi trabajo, ¿te acuerdas que yo te conversaba la otra vez, que a veces yo trabajo afuera?, entonces no tengo tiempo para participar directamente de la radio, pero lo que sí, cuando estoy acá lo hago, lo hago constantemente”. (Radialista siete)

“La voz de los trabajadores”

Es un programa que difunde información de los movimientos sindicales y los derechos de los trabajadores. Es transmitido los días viernes a las 20:00 hrs. de la tarde. Se plantea como un programa que presta un servicio social a la

comunidad ya que cuenta con un sindicalista y un abogado que asesoran a las personas en caso de presentarse problemas en los lugares de trabajo como vulneración de derechos, despidos injustificados, acciones antisindicales, etc. Estas personas viajan desde Rancagua a hacer el programa y varios de sus amigos los escuchan por Internet.

La música que se intercala con informaciones y asesorías es variada, prefiriéndose la música en español. Cuenta con el mismo formato de los otros programas, que es una cortina de entrada y de salida, en la cual se saluda o despide el programa, y una tanda de campañas intermedias a modo de comerciales. Se hace uso de un habla formal, haciendo uso de la función fática del lenguaje, que se caracteriza por mantener el canal de comunicación a través de la interlocución constante, invitando frecuentemente a llamar a la radio para realizar consultas.

Se entregan informaciones contingentes, de lo que sucede por ejemplo con las huelgas de los contratistas del cobre y movilizaciones de trabajadores a nivel nacional.

“Noche de cuervos”

Programa que fue transmitido el otoño, invierno y primavera del 2011 cada viernes a las 22 con música punk, contra-información, y opinión desde una mirada latinoamericanista, y anarquista.

Este programa requería de una preparación previa, ya que se revisaban temas de actualidad pero desde una perspectiva que no sale en los medios de comunicación del statu quo. En este sentido se le da una interpretación diferente a los hechos que son informados por los medios de comunicación comerciales, que muchas veces se quedan con una única visión de las noticias, la versión institucional, sin considerar a los sectores marginados o estigmatizados.

“El interés principal era la denuncia por un lado, la contra información que tenemos nosotros a diario con respecto a los medios tradicionales de información en donde nosotros no tenemos cabida, en donde se nos muestran solamente noticias sobre

lumpen, sobre la drogadicción de nuestro pueblo, sobre los robos, sobre el maltrato intrafamiliar, que por lo general se recurre a los más pobres". (Radialista cuatro)

Temas tratados fueron por ejemplo la criminalización del pueblo mapuche y del movimiento estudiantil, la liberación de los presos políticos, el caso bombas, el maltrato hacia los animales, y temas medioambientales. Al tratarlos, el locutor se identificaba con quienes resultaban desfavorecidos con las acciones opresivas del gobierno o de grupos económicos, por lo que transmitía apoyo para ellos, y comprensión de sus ideales. Observando los disturbios y la violencia desde otra perspectiva, desde la injusticia con los derechos e ideales del pueblo, como la expresión de la opresión que sobre ellos ejercen los carabineros como mantenedores del statu quo.

El formato del programa es como el de los otros, con una cortina de entrada y de salida, y tandas de campañas y cuñas intermedias a modo de comerciales. El habla utilizada es informal.

En este programa la música también toma un rol importante, para amenizar la noche, recurriendo a música punk, rock poblacional y en general música que no es considerada por las radios comerciales.

“Planeta Tierra”

Con la conducción de una joven bióloga, este programa era transmitido los domingos de 17:00 a 18:00 hrs. Era un programa dedicado a informar sobre los problemas ambientales contingentes a nivel nacional y local, y que daba recomendaciones para cuidar el planeta.

3.3 Programas Culturales

Estos programas se caracterizan por hablar sobre una cultura en particular, mostrando su música característica y hablando sobre sus formas de ser, de

pensar y sus comportamientos. Su fin principal es acercar esta cultura a la gente para que la conozcan y la respeten y en algunos casos se identifiquen con ella.

“Mapuche Rakizuum”

Este programa era transmitido los días domingos de 12:00 a 13:00 hrs., fue pensado por un Mapuche que llegó a la zona hace unos cuatro años atrás y al haber estado siempre vinculado al servicio social quiso hacer en esta zona del país algo parecido, que les permitiera a los inmigrantes mapuches, estar en contacto con su cultura. En él se conversaba principalmente de la cultura mapuche, ya que es un tema interesante y que no genera conflicto, de modo que se hablaba de la historia del pueblo mapuche y sus tradiciones, tratando de devolver a los oyentes el orgullo por su cultura. Este énfasis en el tema cultural se planteó como una estrategia para ir de a poco comentando temas más actuales, como es la problemática mapuche en el sur, los despojos de tierras y la criminalización que ha sufrido este pueblo.

“sentí de que debía partir por el tema cultural, viendo el tema del Ngillatúm, cómo se hace, por qué se hace, porque eso además desde mi punto de vista hacía que interesara a gente que no era Mapuche, entonces la gente mapuche, hay gente que no es Mapuche que a veces le importan cosas muy poco, pero cuando se trata de información a veces se toma, siempre fue mi intención, partir por lo cultural hasta después llegar a la parte de información a lo que es la actualidad, porque tampoco lo puedo dejar de lado, porque no podría hacer un programa mapuche, y omitir lo que está pasando en cuanto a las reivindicaciones, en cuanto a todo el trabajo social en el sur y cómo ha contrarrestado esto el Estado, pero yo decía, si parto con esto, voy a causar un efecto contrario, más que hacer que la gente solidarice con una causa, voy a hacer que la gente la rechace de plano, entonces mi anzuelo era la parte cultural, trabajando, haciendo ciertos análisis dentro del programa, señalando ciertas cosas que de hecho hubo gente que después llegaba y me decía, sabes que tienes razón, no lo había pensado así, entonces eso ya es un objetivo, o parte del objetivo que se está cumpliendo”.
(Radialista seis)

En este caso destacaba también la contra información, en el sentido de que se entregaba información que no es la oficial de los medios comerciales, sino desde un periodismo independiente comprometido por rescatar la visión de los

oprimidos, o de a quienes se les ha negado expresarse, y se les ha estigmatizado a partir de hechos explicados desde un único punto de vista, siendo este el de los medios hegemónicos. De modo que se entregaba una información, pero también se interpretaba, buscando generar una actitud empática para con el pueblo Mapuche.

“porque las otras radios, como dicen se arrogan o creen tener el derecho a informar lo que ellos suponen que la gente quiere saber, yo a través de este tiempo no es que el periodista informe, sino que el periodista procesa, ve su cuento y de repente lo que proyecta es su punto de vista a través de la información, entonces ahí... Nosotros lo vivimos mucho en el tema Mapuche, o sea yo tengo, porque uno conoce la realidad pero cuando uno escucha la información, lee la información sobre el mismo tema se da cuenta de qué motivaciones hay ahí, hay una gran responsabilidad, hay un gran poder ahí detrás que pocas veces se hace el uso que se debiera”. (Radialista seis)

Además de hablar temas sobre el pueblo Mapuche, se programaba música de la etnia o de temática Mapuche, y se pasaban audios de documentales o noticias desde Internet, y se hacía uso de Mapudungun para saludar, despedir o señalar algunos términos, siempre con su debida traducción para no ser obscuro, si bien la mayoría de la locución se realiza en español en un habla formal.

“En este minuto para saludar, pero cuando hacía trabajos acerca de ceremonias y cuestiones, siempre expliqué términos, hablé mapudungun entremedio de los programas igual, hoy día lo estoy usando más para el saludo pero cuando tengo que meterme en el tema cultural tengo que hacerlo en Mapudungun porque hay ciertas cosas que no son traducibles o la traducción pierde el verdadero sentido de una palabra”. (Radialista seis)

Este programa contaba con una muy buena recepción en el territorio.

“Entonces tienen mucho programa sobre los derechos de los mapuches, también un día que dijeron de todas las garantías que tienen de los gobiernos, no sé de qué gobiernos, en este, pero los niños para que estudien tienen becas y pueden ir a cualquiera universidad, las becas les sirven, entonces ellos difunden eso”. (Auditora adulta mayor tres)

“Del corral al Apiñadero”

Programa de folclor que era transmitido los días sábado a las 12 del día. Este programa colocaba música folclórica, especialmente cuecas y tonadas y daba información de las fechas de rodeo, domaduras y carreras a la chilena. Al ser su locutor una persona muy conocida dentro de su circuito huaso, era un programa que contaba con una alta escucha y participación.

“Es que llamaban, yo me acuerdo que llamaban y decían nos gusta esta canción, nos gusta esta cueca, y él las ponía”. (Auditora adulta siete)

Este programa era escuchado por gente que gustaba y se reconocía en el folclor criollo y en el campo.

“Debería volver el folclor, si somos parte del folclor nosotros, y somos campesinos, si para qué andamos con cosas, nos gusta la cueca y todo el cuento”. (Auditora adulta siete)

“Kultura Japonesa”

Con la conducción de dos hermanos, una joven de 19 y un joven de 14, era transmitido los domingos de 16:00 a 17:00 hrs. Era un programa que nació para hablar sobre animación japonesa y escuchar su música, pero que con el tiempo fue integrando información sobre la cultura de Japón.

“En un principio nos basábamos más en lo que era el animé, entonces explicar un animé, la música, los Opeth, una cuestión así, pero después me llegaron varias críticas constructivas por así decirlo y como el nombre era en general, cultura japonesa, empezamos a hablar sobre las costumbres de Japón, del cine cosas así”. (Radialista ocho)

Fue creado como una manera de mostrar la cultura animé, para dar a conocer esta tendencia, y romper con los posibles prejuicios frente a la forma de vestir y los distintivos que utilizan los muchachos que se hacen llamar “Otakus”, fanáticos de la animación japonesa.

“el mismo estilo animé, de cultura japonesa, entonces en el de cultura japonesa es como para mostrarle a Rosario o a donde llega ahora on line la señal, qué más o menos es ser Otaku”. (Radialista seis)

Al estar enfocado a un gusto más juvenil, el programa era escuchado vía Internet, contando con alta participación vía facebook, especialmente amigos y conocidos de la conductora, de lugares como Rengo, donde no llega la señal, manteniendo un contacto constante a lo largo del programa.

Se hacía uso de un habla informal, con un tono juvenil, y se mencionaban palabras en japonés, como los nombres de las canciones, de las series o términos claves o de difícil traducción que tienen que ver con la cultura de Japón, y que son explicados.

3.4 Programas religiosos:

Los programas religiosos tienen como tema central una doctrina religiosa que es transmitida a través de una locución en forma de prédica y de música religiosa. No siguen la estructura de una ceremonia religiosa sino que se amoldan al formato de la radio, intercalando música, locución, lecturas, testimonios, etc.

“Cristo Viene”

Programa religioso con música en vivo, transmitido todos los domingos a las 12 del día con la congregación Pentecostal de Portezuelo. Estas personas viajan desde la comuna de Malloa, en un sector donde no se escucha la radio y llevan la grabación de sus programas para compartirla con sus feligreses. Es escuchado también por personas de la localidad, que sin ser de la misma religión valoran la forma como expresan sus creencias.

“He escuchado esto de los pastores, no sé si son pastores o gente que va a predicar a la radio, no sé cómo será realmente, ellos tocan su música, se me ocurre que ellos llevan su música. Una vez escuché que estaban con guitarritas y

panderos y se escuchaba bonito, por eso me quedé escuchando, aparte que también cantan bien los evangélicos”. (Auditora adulta seis)

“Mensaje de Salvación”

Es un programa cristiano que difunde el mensaje evangelístico, transmitido los días lunes a las 20:00 hrs. En él se transmite el mensaje de que la fe en Cristo es lo que la gente necesita para su vida espiritual, para apoyar y salir adelante con su vida y sus problemas.

“Ese mensaje específico en nuestro programa es que la gente pueda convencerse de que la necesidad y la puerta que ellos no han tocado todavía es la que ellos necesitan, que Cristo es la respuesta a las necesidades del joven, del más adulto, del niño, de diferentes estatus”. (Radialista trece)

Para hablar durante el programa sobre este mensaje cristiano los locutores se basan en sus experiencias personales, que son compartidas para acercar a los oyentes. Se hace uso de la Biblia, a través de la lectura de pasajes, y se toca música cristiana renovada, que innova con música rock, pop, cumbia, entre otros.

Se hace uso de un habla formal y de la función fática del lenguaje que interpela a los auditores a través de la prédica. Posee, un formato similar al ya revisado en los otros programas.

3.5 Programas emotivos:

“La voz de la InKonciencia”

Es un programa de corte íntimo que muestra el mundo subjetivo de su locutora, con reflexiones personales, cuentos, lecturas de escritores consagrados, y música elegida según su estado anímico, donde resaltan el rock psicodélico, y la música anglo. Se transmite todos los sábados de 17:00 a 18:00 hrs.

El formato radial es similar a los anteriores, con una cortina de presentación otra de salida, y campañas intermedias. Se hace uso de un habla juvenil, relajada

e informal, también destaca la utilización de la función fática del lenguaje. La locutora cuenta con una pauta que se desarrolla de manera más o menos improvisada, programando música a su gusto y haciendo comentarios respecto a estas canciones. Son frecuentes las reflexiones a partir de sus escritos, realizados durante la semana según su propia inspiración. Su corte intimista es innovador en comparación con lo que se esperaría escuchar en la radio comercial, e incluso en radio comunitaria.

3.6 Programas de otros centros de producción radiofónica.

Existen también programas de otros centros de producción radiofónica que son emitidos por radio Konciencia, en los espacios en que no se cuenta con locución en vivo, son programas que tratan temas de relevancia nacional que por lo general encuentran poca cabida en la programación comercial. Algunos de estos programas son los siguientes (señalo algunos porque la contingencia noticiosa influye en la selección de estos programas):

- Semillas de agua, que es transmitida por radio tierra y radio Juan Gómez Milla. Este programa invita a reflexionar y dialogar sobre los proyectos mineros y su impacto en el medio ambiente, principalmente el proyecto Pascua Lama;
- Alerta educativa, que informa sobre el movimiento estudiantil y analiza el sistema educativo chileno,
- El Galeón Clandestino: programa semanal informativo y de conversación sobre temas de actualidad, realizado por Radio Placeres.
- Mapuexpress: programa de la agencia de noticias del mismo nombre, que busca visibilizar las noticias del territorio Mapuche.

- Y programas de La Radio del Sur, que tratan noticias latinoamericanas, colocando en lo posible podcast (archivos de audio), que hablen de Chile.

La importancia de conocer cuáles son los programas que transmite radio Konciencia y saber cuáles son sus temáticas, nos va orientando sobre los temas y mensajes que son importantes para este grupo de personas, así como, la participación, y las redes de difusión que hay detrás de ellos. Los contenidos se comienzan a volver recurrentes, volvemos a encontrar la presencia de temas latinoamericanistas, ecológicos, étnicos y educacionales, que se presentan como temáticas importantes para la población chilena y la local. Esto no es casual, sino que los radialistas visualizan cómo estos temas de carácter nacional, tienen incidencia en la localidad de Rosario. Por ejemplo, a través de la problemática de Pascua Lama, ellos reflexionan cómo afecta la minería regional en la región; a través de la selección de Mapuexpress ellos creen que es necesario mostrar el otro lado de la noticia por el respeto que les merecen sus radioescuchas y compañeros Mapuche, y así. Tal vez con el tiempo vayan integrando nuevos programas, pero esto siempre se hará con la capacidad que tiene el grupo radiodifusor para hallar la conexión entre estos temas que aunque tengan su origen en otras ciudades, son realidades que trascienden y dan cuenta de movimientos sociales que se están haciendo presentes en las diferentes regiones del país.

3.7 Campañas Educativas

Las campañas educativas también son parte de la programación habitual de radio Konciencia, siendo utilizadas a mitad de programas a modo de comerciales, o entre un programa y otro. Se utilizan campañas de otros centros de producción radiofónica que tengan que ver con temas cercanos y contingentes para la comunidad como el uso de transgénicos, la discriminación contra las mujeres, los derechos laborales, personajes históricos, etc. Se utilizan también campañas

propias con el fin de compartir un mensaje que sea útil, contingente y que eduque a la población en distintos temas.

La radio es conocida y valorada por esta capacidad de producción, ya que crean audios de calidad en términos de contenido y de técnica. Ganando en el año 2009 el primer lugar en el concurso nacional “Saca la voz, ponla en movimiento”, y una mención honrosa en la categoría “Soberanía alimentaria”, con sus radiocrónicas rurales.

“por ejemplo nosotros hemos aprendido mucho con las radiocrónicas. A través de las radiocrónicas nosotros mostramos prácticamente todo lo que pasa acá en el campo, tenemos ya como 20 radiocrónicas, hemos trabajado el tema de la soberanía alimentaria, el tema de las ciclovías, el tema del derecho a la comunicación, el tema de los abuelitos, el tema del invierno, entonces son campañas de aprendizaje para que la gente esté preparada, sepa lo que tiene que hacer o se informe”. (Radialista uno)

Radiocrónicas rurales

Las radiocrónicas rurales son la expresión más acabada de lo que es radio Konciencia, y nacen de la propuesta que les hace la ONG ECO, de crear cápsulas radiales informativas desde su perspectiva, de temas elegidos por ellos mismos.

Como radio Konciencia se presenta como una radio rural, tomó los temas de su territorio y los plasmó en veinte cápsulas radiales, que mezclan la información con la contextualización de esta, dramatizaciones, y finalizan con un tema musical de hip hop creado especialmente para ella, de acuerdo al tema que se esté tratando.

Para la grabación de radiocrónicas se acuerda un día en que pueda estar la mayor cantidad de gente para contar con varias voces e ideas, un domingo generalmente, y se busca información referente al tema en Internet, definiendo ciertos contenidos que serán leídos e ilustrados con una dramatización. Para la dramatización se piensan posibles situaciones, se genera una lluvia de ideas y a partir de ellas se selecciona una, se definen los personajes y se improvisa. En estas dramatizaciones se hace referencia a lugares conocidos de la localidad, se

usan los nombres verdaderos de los integrantes de la radio, y se usan grabaciones de sonidos propios.

Estas grabaciones son guardadas y editadas con el programa Adobe Audition, que les permite musicalizar y poner efectos de sonido. Para finalizar cada radiocrónica se compone un tema musical hip hop, que demora una semana o más y que está a cargo de alguno de los jóvenes hip hoperos que se van alternando en este trabajo. Tienen una duración aproximada de nueve minutos.

Los temas que tocan se mencionan a continuación:

- Agrotóxicos en Chile. Como afectan la salud de las personas.
- Soberanía alimentaria, el derecho de los pueblos a comer.
- Los derechos de los temporeros.
- El maltrato animal. Derechos de los animales.
- La bicicleta, transporte popular. Precauciones para su uso.
- Contaminación ambiental en el campo, efectos en la salud y en el desarrollo de nuestras vidas.
- El derecho al agua. Un recurso escaso que hay que cuidar.
- Libertad de expresión. Democratización del acceso al espectro radioeléctrico.
- Los transgénicos. Qué son y cuales son sus efectos en la salud de las personas.
- La seguridad frente a los terremotos. Cómo reaccionar en caso de terremoto.
- La tercera edad, la experiencia que no valoramos.
- La mujer, injusticias y derechos.
- Precauciones ante la llegada del invierno. Cómo prepararnos para la llegada del invierno.
- Manifestaciones Ciudadanas.
- El Pueblo Mapuche. Su identidad y Derechos.
- Derechos de los niños. Explotación laboral. Abuso sexual. Necesidad de áreas de esparcimiento.
- Prevención de accidentes caseros. Prevención en niños. Primeros auxilios.
- Prevención de robos y estafas. Prevención de robos de casa y vehículos.

- Bicentenario. Chile en el presente y aspectos de su historia.
 - Los monocultivos. Problemas ecológicos de las plantaciones de pino y eucalipto.
- Desertificación

Estas campañas son conocidas por la gente de la localidad que ha escuchado la radio, reconociendo a los personajes representados y valorando en algunos casos sus mensajes.

“Como cuidarse en estos tiempos de frío, los consejos que ellos dan, que nos cuidemos mucho, que cuidemos a los niños, a los ancianos, pero los peligros que puedan haber en la casa, no dejar la estufa prendida, e... preocuparse de que los niños no estén jugando, todo eso aconsejan en sus campañas que tienen, que en tiempos de invierno nos previenen, prevención, más que nada, prevención en la casa y fuera de la casa, eso es lo que más me ha llamado la atención, que a través de lo que ellos, emiten, emiten cuidados, respeto, eso”. (Auditora adulta uno)

Otros un poco más incrédulos, dudan de la veracidad de los temas tratados, como el dominio del agua, o la presencia de transgénicos en las comidas, lo que genera distancia con respecto a la radio.

Campaña de apoyo psicológico y prevención ciudadana.

Apoyados nuevamente por la ONG ECO, por el Servicio para el Desarrollo Juvenil SEDEJ, y el apoyo del Comité Católico Francés Contra el Hambre y por el Desarrollo. Estas campañas al igual que las radiocrónicas, combinan información con breves dramatizaciones.

Su modo de producción es similar al de las radiocrónicas, pero son de corte más breve de unos 30 segundos aproximadamente, sin integrar temas musicales hip hop.

Los temas tratados son:

- Prevención durante el terremoto.
- Terapias naturales de apoyo psicológico.

- Alerta de Tsunami, como reaccionar en caso de estar en la playa.
- Atención a los niños.
- Medidas de precaución en caso de terremoto.
- Unión frente a la catástrofe.
- Ejercicios de relajación.
- Rescate de heridos.
- Afrontar los terremotos con tranquilidad.
- Rol fiscalizador del Estado para la seguridad en caso de sismos.

Campaña por la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.

Son catorce campañas breves de tipo informativo, en que se escuchan diferentes voces del equipo de radio Konciencia. Fueron realizadas en cooperación con la Red de Medios de los Pueblos, a la cual pertenecen. El mensaje que transmiten es de democratizar las comunicaciones para democratizar la sociedad, mostrando la importancia de otorgarles espacio a las comunidades en el espectro radioeléctrico, y la importancia de una legislación que resguarde los derechos de los medios comunitarios en materia comunicativa, explicando también cómo se gestionan y cuales son las características de estos medios.

Campaña contra la trata de personas.

Elaborada en cooperación con Agencia de Noticias, y el Programa por un MERCOSUR Social y Solidario. Presenta dramatizaciones de testimonios de mujeres abusadas, que nos muestran cómo por medio del engaño operan este tipo de organizaciones, y nos pone en contexto la gravedad de estas mafias, el dinero que movilizan y la falta de legislación al respecto en nuestro país.

Sabías qué.

Estas campañas creadas de manera independiente, son breves datos históricos de la localidad de Rosario que tienen relación con lugares, y actividades de antaño. Estos datos es posible encontrarlos en el libro “Rosario Pichiguao”, y son los que se encuentran más socializados entre la población Rosarina.

Son cuatro cuñas, y al referirse a relatos que difunde radio Konciencia de la historia de la comunidad, a modo de ejemplo se detallan a continuación:

a. Azucol.

“Sabías que antiguamente existió en Rosario la gran fábrica de azúcar y alcohol Azucol. Producía azúcar y alcohol, el que se distribuía a casi todo el país. Funcionó en lo que hoy forma el policlínico Rosario, y la primera cuadra de la calle Juan Esperanza. La caña de azúcar provenía de Cuba, acá en Rosario se procesaba y transformaba en azúcar rubia, los productos eran llevados a la estación de ferrocarriles a través de un pequeño trencito que transitaba por la calle San Ignacio”.

b. Bomberos de Rosario

“Sabías que la tercera compañía de bomberos bomba Rosario nace como la brigada de salvataje el 29 de enero de 1971, el gestor y primer director de esta institución fue un conocido vecino de Rosario, que en esos años estaba ubicada al lado del Juan y medio, nos referimos a don Luis García Cartagena, más conocido como el negro García”.

c. Buques y Madera

“Sabías que la calle Buques y Madera lleva ese nombre por existir allí la gran barraca de maderas procedente del sur. Acá en Rosario se procesaban y pulían para luego enviarlas a los astilleros de San Antonio y construir buques con ella”.

d. Diario la razón

“Sabías que el primer diario que existió en Rosario se llamó la Razón, y que se editó de manera clandestina por estar en contra del pensamiento de las autoridades de la comuna de Pichiguao, cuya capital en aquel entonces era Rosario”.

Estas pequeñas narraciones constituyen un aporte cultural e histórico para los vecinos del sector, especialmente para los más jóvenes y los inmigrantes, que

muchas veces desconocen del agitado pasado de Rosario. De modo que ayudan a ir conociendo la historia del territorio, para así valorarlo y establecer un lazo más profundo con él.

“al tener visiones locales vas arraigando, vas haciendo una raigambre que a veces está ausente, aquí hay mucha gente que de repente no tiene un arraigo con su tierra inmediata, con su colegio inmediato, porque hay mucha gente que han llegado de otras partes, de Santiago vino mucha gente acá, entonces estos temas de la radio coloca, pienso yo que sirven como para ir generando este vínculo más de armonía con el pueblo”. (Radialista cuatro)

Estas campañas son escuchadas por gente de la comunidad y son valoradas positivamente.

“-Y el programa que escuchamos... a mí me gusta cuando hablan de los, las como se llama esto, tantas historias que hablan, cuando dicen de tantas historias, cosas, que bonito unas historias que cuentan, jóvenes que hablan.

-¿Cómo qué historias?

- historias por ejemplo del fundador del pueblo de Rosario”. (Auditora adulta mayor uno)

“En la radio tienen toda esa información también, siempre están ellos, informándole a la gente para que los jóvenes yo creo aprendan lo que es el pasado de este pueblo, están contando la historia de Rosario”. (Auditora adulta mayor dos))

De este modo la radio promueve el rescate y la preservación de la memoria histórica de la localidad, de la cual no ha habido mucha valoración por parte de las autoridades comunales, que se centran nuevamente en lo que es Rengo. Como ejemplo de esto tenemos el libro “Rosario Pichiguao”, que constituye el documento histórico más completo y vigente de la localidad. Este pequeño libro debió ser autofinanciado para su publicación, al no encontrar apoyo municipal.

IX. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES.

La selección de la radio comunitaria en el dial

Estudiar una radio comunitaria y su relación con los radioescuchas no es tarea fácil, pero no quiero justificarme al afirmar esto, sino que comprendan la dinámica que se genera al interior de esta radio comunitaria, y en su selección por parte de la comunidad en el dial, porque la radio comunitaria compite de igual a igual con las emisoras comerciales en el territorio, pero no funciona de la misma manera, ya que estas se mueven con otras lógicas de producción y motivaciones. Entonces, el radioescucha, que debe cumplir con todas sus labores diarias, ya sea, trabajo, estudio, labores de hogar, cuidado de hijos, animales o cultivos, cuenta con un pequeño tiempo de distensión en el cual ya sea por entretenimiento o por información puede recurrir a los medios de comunicación y en muchos casos lo hace. Pero en este momento se abren para ellos diversas opciones de soporte: la televisión, la radio, la Internet o los diarios y revistas; y según sus intereses y gustos estos eligen. Los que eligen la radiodifusión, valoran la facilidad de este medio de no requerir atención exclusiva, pudiendo realizar otras labores mientras se escucha, pero nuevamente se enfrentan a la opción de elegir qué radioemisora sintonizar.

En la localidad de Rosario, es posible sintonizar radioemisoras comerciales de Santiago, de Rancagua, de Rengo, Requínoa y alrededores, que se caracterizan por mantener un estilo musical definido en donde es fácil predecir qué artistas escucharemos y qué temas se conversarán, y en donde los programas salen todos los días, con una programación continua y con locutores experimentados. Radio Konciencia compite con esta oferta radial con desventaja, porque no cuenta con programas radiales durante todo el día, porque sus locutores están aprendiendo en la realización de su labor y porque pese a la diversidad de sus programas no puede llegar al gusto de todos. Además no todas las personas prenden el radio con la misma intención, algunas lo hacen para informarse, otras para escuchar música, otras para reír o sentirse acompañadas, y

no siempre se pueden satisfacer todas estas demandas a la vez, de modo que en el caso de radio Konciencia los públicos tienden a agruparse por programa o como diría Martín-Barbero, por los géneros.

La mayoría de las personas entrevistadas conocía solo algunos de los programas que se realizan en la radio y contaban con alguna idea de lo que el grupo de la radio quería transmitir, traspasando en algunos casos las lógicas de la radiodifusión comercial a la radio comunitaria. Al traspasar estas lógicas de producción ellas esperaban que la radio contara con programas matinales, concursos, llamados, y locutores con preparación radiofónica y un habla formal. Estas personas valoran que exista una radio comunitaria en Rosario y reconocen el esfuerzo que significó para el Centro Social y Cultural Kütral sacar el proyecto adelante, pero la escuchan solo a veces, cuando hacen zapping y oyen algo que les gusta y se quedan en el dial o cuando quieren escuchar su programa de preferencia, conocido porque les gusta la música o porque conocen al locutor.

La presencia de diferentes nociones de cultura en la localidad de Rosario.

Frente a estos filtros en la selección de la radio comunitaria, cabe preguntarnos entonces, de qué comunidad estamos hablando, cuando nos proponemos estudiar la relación radio comunitaria - identidad. Entendiendo lo comunitario como un vínculo social, la comunidad a la que llega radio Konciencia, es aquella que está abierta a su mensaje y a dejarse decir algo por ella, es el grupo de personas, que participa, y que se siente formando parte de esta comunidad imaginada que la radio comunitaria pone en escena; el resto de las personas son integrantes de la localidad, pero que no participan de este sentido de pertenencia local a través de la radio comunitaria, si bien podrían configurar este sentido a través de la participación en otro tipo de organizaciones.

Existen por ejemplo otras organizaciones en Rosario, que nos permiten reconocer distintas concepciones de cultura que tienen directa correlación con los relatos identitarios que estas ponen en escena. En el caso de “otra” organización cultural que es importante en el territorio, se trabaja con una noción en donde la

cultura letrada es la valorada, reduciendo la cultura local a una cultura campesina folclórica y estereotipada, buscando destacar a Rosario en el ámbito regional a través de la realización de fiestas costumbristas que realcen las temáticas rurales, pero con artistas foráneos. “Otra” agrupación deportiva, destaca lo que es el fútbol amateur y su capacidad para movilizar a niños, jóvenes y adultos en el ámbito rural, además de permitir la interrelación de los distintos equipos en la práctica futbolística, e incentivar un vínculo local a través del deporte mediante la asistencia a las canchas. Mientras que en el caso del Centro Social y Cultural Kütral y radio comunitaria Konciencia, cuyo nombre lleva adrede una falta ortográfica propia de la cultura hip hop, se apela a una cultura popular que defiende la memoria de los movimientos populares, nuestros pueblos originarios, y que difunde estilos musicales no comerciales e información vista desde los oprimidos. En este punto cabe señalar qué entendemos por cultura popular. Si bien por mucho tiempo se relacionó la cultura popular con lo rural y con la clase subordinada, hoy en día lo popular está desterritorializado y definido en mayor medida por la masividad, como una nueva forma de socialidad, que se da a través de la educación, la participación política y el consumo.

La participación comunitaria

La radio comunitaria en estos tres años de funcionamiento se ha abierto a la comunidad y a otras organizaciones, siendo fiel a su propósito comunitario, al sentido de servicio social que le dan a su práctica y ha permitido a distintas personas difundir sus actividades, siendo un dinamizador de la vida local, ya que si bien las personas pueden no escuchar la radio todos los días, con una persona a la que le llegue algún mensaje o aviso, esta lo transmite con sus cercanos, compañeros de trabajo, vecinos, y en los almacenes y negocios que en el ámbito rural son un espacio que sirve para compartir informaciones. Sin embargo hay organizaciones que no recurren a la radio comunitaria para compartir informaciones locales o para participar de la programación, dándose incluso el caso de personas que prefieren acudir a las radios de Rengo, lo cual debilita su

ingerencia en el territorio. Esta situación es frecuente desde los sectores que cuentan con mayor relación con la municipalidad, de modo que desvalorizando la organización de base social, prefieren el respaldo institucional que les otorga asistir a la radio del alcalde (radio Río Claro). No obstante existen otros casos en que organizaciones, han realizado programas, utilizando el espacio para darse visibilización y para informar acerca de su práctica, como es el caso del programa “Área 18” de una asociación de fútbol. También se han establecido relaciones con organizaciones incipientes que han recurrido al Centro Social y Cultural Kütral para solicitar su casa para la realización de reuniones, o su timbre para acceder a permisos municipales para realizar actividades, a través de su personalidad jurídica, en estos casos si bien se recurre al Centro Social y Cultural como un instrumento para conseguir sus objetivos, suele existir coherencia ideológica entre ellos.

La radio comunitaria Konciencia también dinamiza la vida local en su propia práctica, al realizar actividades como tocatas, producción de discos musicales de hip hop, actividades para recaudar fondos, realización de encuentros con otras radios comunitarias, participación en actividades comunitarias como ferias, etc.

Entre las personas entrevistadas, encontramos a algunas que pertenecen a familias oriundas de Rosario y otras que pertenecen a familias migrantes que llegaron a la localidad en busca de trabajo; las primeras se conocen entre sí debido a su permanencia en el territorio y las segundas, se han ido de a poco integrando de acuerdo a su participación. En general, la mayoría de las personas entrevistadas tienden a mantener una rutina de trabajo y a frecuentar siempre los mismos espacios, por lo que conocen a sus vecinos y compañeros de trabajo, pero existen pocos espacios de distensión en donde se puedan fortalecer los lazos comunitarios, o donde se puedan discutir sus problemas, tendiendo al cierre del núcleo familiar. La radio comunitaria entonces intenta romper con el aislamiento social de los sujetos al procurar instalar algunos mensajes y problemas locales en las casas de los radioescuchas a través de su emisión. Destacándose en este sentido el intercambio de informaciones de interés público y de mensajes entre radioescuchas, utilizando la radio como medio de información, y de socialización.

El arraigo local

La radio comunitaria tiene un fuerte componente local, pero también pretende traspasar fronteras, y ser representantes de la comunicación participativa en Chile y en el mundo, al formar parte de redes nacionales e internacionales de medios de comunicación alternativa y comunicación popular. De modo que sacan a la localidad de Rosario del anonimato, y la hacen reconocible para algunos como un lugar donde pasan cosas y no solo como un sector en la carretera cinco sur donde hay un conocido restaurante.

La radio comunitaria Konciencia tiene un arraigo con el territorio, al tener distintos tipos de programas pensados en distintos tipos de personas habitantes de Rosario y en sus competencias culturales. Considera a personas que gustan de distintos estilos musicales, y distintos temas, piensan en los temporeros, en las dueñas de casa, en los mapuches y en los jóvenes, habitantes de la localidad. Siendo los programas ya presentados los que activan la competencia cultural de cierto tipo de personas, son ellos y los mensajes que transmiten a través de la locución, la música y las campañas los que nos hablan de los relatos identitarios que se van configurando, entre radialistas y radioescuchas.

Hacia la construcción de un relato identitario local

Dentro de la variedad de programas presentados por radio Konciencia es posible ir descubriendo ciertos relatos que nos hablan de una identidad que se encuentra fuertemente localizada, actualizada y conectada con la realidad sociocultural de la población de la localidad de Rosario.

Como primer elemento constitutivo de identidad social, y el que más llama la atención es la presencia de un “otro” frente al cual mirarse. En este caso el “otro” es el centro de la comuna de Rengo, al que se le llama simplemente Rengo, entendiéndola como otra localidad dentro de la comuna. Este relato se encuentra en el equipo de la radio, en sus locuciones, en las noticias que difunden, y en una invitación permanente a los vecinos a unirse para que la localidad de Rosario

vuelva a ser comuna como alguna vez lo fue. Esta idea se encuentra tan presente en los radialistas como en los radioescuchas, siendo inevitable que en cada entrevista, con algunas pocas excepciones, salga el tema de la marginación en que se haya Rosario por parte de Rengo, en la dificultad que existe para acceder a espacios públicos administrados por la municipalidad, y en el anhelo de volver a ser comuna. De modo que Radio Konciencia está reflejando una idea ya compartida entre los habitantes de la localidad de Rosario, especialmente a través de sus locuciones, cuando se critica el abandono en que el municipio de Rengo tiene a Rosario y las localidades aledañas. Sin embargo hay personas que aunque comparten la opinión, están ya aburridas de que esta idea sea tan fuertemente presentada, aceptando las condiciones en las que se encuentran con resignación. No podemos saber cuál es el origen de esta idea, es una opinión que se encuentra tan internalizada entre los lugareños que se da por una situación evidente, que puede observarse al comparar el acceso a la cultura, a la recreación, a los servicios de salud, educación y a la vivienda, entre otros, que ellos hacen entre Rosario (y pueblos aledaños) y Rengo. Probablemente esta idea venga desde la misma época en que se anexó la comuna de Pichiguao a Rengo en 1928.

Constatamos también la presencia del elemento material como segundo elemento constitutivo de este relato identitario. Tenemos un territorio hacia el cual apunta la radio comunitaria y es principalmente el casco antiguo de la localidad de Rosario y las poblaciones que los circundan, es decir, al Gran Rosario, y a las localidades que formaban parte de la antigua comuna de Pichiguao, como son Los Choapiños, Lo de Lobos, La Chimba, El Retiro, Apalta, Camarico, El Delirio, Esmeralda, San Jorge, Santa Isabel, Naicura, Los Gómeros, Pueblo hundido, El Llano y El Establo. Este espacio es el que abarca la radio comunitaria por el aire y es al que frecuentemente envían saludos y del que reciben llamados, mostrando a través de la locución, cual es el alcance de la señal y cual es la comunidad a la que llegan.

La línea del tren que da origen al pueblo, la avenida Libertad, el cerro, el estero Tipaume, el río Claro, la carretera 5 sur, se convierten en hitos geográficos que marcan delimitaciones internas y le van dando identidad al territorio, de modo

que la estación de tren cuenta con un recinto de encuentro para festivales y eventos, el cerro es frecuentado el día 20 de septiembre de manera masiva, el río marca un límite y es un lugar de esparcimiento, la avenida libertad y la carretera 5 sur enmarcan el casco antiguo de la localidad. La radio comunitaria al mencionar a través de sus programas, locuciones, campañas y cuñas, los colegios, las plazas, la central de bomberos, la piscina, la línea del tren, el gimnasio, las avenidas Libertad o las Delicias saca a relucir un espacio conocido y cercano para los auditores, familiarizando y enraizando un discurso.

Las personas se conocen y esperan identificarse entre sí por medio del parentesco, amistades o por el sector donde habitan. Así, el territorio toma importancia y vida por las personas que lo ocupan, los espacios son identificados porque en ese sector vive tal y cual, y se va reconociendo el espacio como cercano o lejano, las personas en sus recorridos diarios van marcando trayectorias que van coincidiendo con sus espacio de acción, privilegiando los espacios cerrados, las amistades y la familia. Algunos no obstante participan de organizaciones sociales con lo cual amplían su espacio de acción, su interacción con otras personas y su apreciación del territorio, visto ya no solo como el lugar donde se desenvuelven, sino como el lugar donde se tiene ingerencia para hacer cambios, para mejorar.

Tanto radialistas como radioescuchas le atribuyen al territorio atributos subjetivos como un territorio tranquilo, bonito, y fecundo, muchas veces equiparando la placidez del lugar con las personas que lo habitan. Existiendo ciertas características compartidas, que se dan en la apreciación que los radialistas tienen de sus radioescuchas y que los radioescuchas tienen de los radialistas. En el primer sentido, se considera a los radioescuchas como personas que tienen un fuerte lazo con lo rural (independientemente de las dinámicas modernizadoras en que hoy se ven inmersos los territorios agrícolas), se piensa en ellos como personas de clase social media o baja, con presencia de un gran componente étnico mapuche, en personas que no se identifican con la derecha política, personas tranquilas, trabajadoras, y muy centrados en sus familias. En el segundo sentido se considera a los radialistas como personas que comparten el

lazo rural con el territorio, de clase social media o baja, defensores de la cultura mapuche, de orientación política izquierdista y motivación social.

La agricultura y la vegetación, favorecida por el clima y la cercanía de la cordillera y sus ríos, le dan un sello fecundo a este lugar, que es valorado por su hermosura, y como un lugar en donde el trabajo es abundante y liviano (en comparación con ciudades del sur), aunque no exento de esfuerzos.

Las características de esta identidad local particular, alcanza un segundo nivel de análisis, es decir, existe la presencia de una identidad local colectiva, pero esta se da más en el discurso que en las prácticas del territorio. Este discurso está fuertemente centrado en una historia común de independencia comunal, y en el referente de “Rengo” como el otro frente al cual se miran. En la práctica las personas se encuentran demasiado desconectados unas de otras, centradas en sus trabajos y sus núcleos familiares, cuestión que ha debilitado la posibilidad de movilizarse por la apropiación de su territorio. Lo cual queda demostrado en las iniciativas de recuperar la soberanía comunal que no han sido concretadas por falta de unión y perseverancia. No obstante existe apoyo a los movimientos sociales que de manera aislada se van gestando en el territorio local y regional.

Distintos géneros, diversas identidades

La radio comunitaria Konciencia trabaja con una representación general de sus radioescuchas que ha sido caracterizada como gente de campo, trabajadora, esforzada, tranquila y alegre, aunque cada programa está pensado en un tipo de auditor en particular. Cada programa en sí estaría representando un género, que activa distintas competencias culturales, y distintas identidades que exceden el ámbito local.

En la sociedad globalizada, la transnacionalización de la economía y de los símbolos, ha traído como consecuencia que las identidades se construyan a través de múltiples referentes sociales y culturales, por lo cual lo local, ha pasado a ser una dimensión de análisis más. Las identidades culturales en este sentido están desterritorializadas (García-Canclini, 1995), y los referentes con los que las

personas se identifican ya no tienen que ver con una clase social, la etnia o la nación, sino con hibridaciones culturales que nos hablan de factores como los gustos, el consumo cultural, la música, el género (como identidad de género), ideologías, el arte callejero, etc. Por lo cual en la radiocomunicación comunitaria los radioescuchas se estarían agrupando a través de los distintos géneros comunicativos por sus gustos musicales y sus intereses, más que por los referentes locales; pero aquello no quita que existan en la práctica comunicativa elementos que refieran a una identidad local, que se adopta como contexto.

Existen programas que piensan en un radioescucha que busca en la radiodifusión comunitaria, entretención, principalmente a través de la música, y aquí tenemos el conjunto de programas musicales con los que cuenta la radio comunitaria Konciencia, cada uno mostrando un tipo de música particular, que permite activar el gusto de distintos tipos de auditores. Algunos de estos programas activan una competencia que se da principalmente por grupos de edad, al colocar música de una época en particular en cada programa, otros por ideología, como sucede con los programas de música punk.

Los programas informativos por otro lado buscan dar información sobre temas de relevancia nacional e internacional, desde una visión muchas veces opuesta o en otros casos, más desarrollada que la que entregan los medios de comunicación comerciales. Visibilizando cómo afectan los acontecimientos a sectores sociales que han sido fuertemente estigmatizados, como ha sucedido con las luchas reivindicativas mapuche, el movimiento estudiantil, los movimientos ecologistas o grupos de personas que se oponen a la acción de empresas que intervienen sus territorios. También se conversan noticias locales, lo cual activa nuevamente el referente territorial y el sentido de pertenencia que la radio transmite a su comunidad de radioescuchas.

Los programas culturales permiten visibilizar una cultura que se encuentra presente en el territorio, a partir de la inquietud de sus propios miembros. Puede ser una cultura étnica como el caso del programa “Mapuche Rakizuam”, una noción de cultura folclórica como ocurre con “Del corral al apiñadero”, o una subcultura juvenil, como el caso de “Cultura Japonesa”, en cada uno de estos

casos se busca mostrar presencia en el territorio y mostrar la heterogeneidad cultural local. De modo que persistiendo los referentes locales, se produce lo que García-Canclini (2007) llama hibridaciones culturales, generando referentes mixtos con los cuales identificarse. Se puede ser mapuche y hip hopero, pero ese mapuche hip hopero sigue identificándose con Rosario, pues existe una identidad local entre los Rosarinos, un orgullo y una valoración del sector que se hace patente en sus discursos, más que en sus prácticas.

Los programas religiosos, se han abierto como un espacio para las personas cuya motivación es entregar un mensaje cristiano puedan hacerlo. Se ha otorgado esta posibilidad a distintas religiones pero los dos programas presentados son los únicos que han concretado. Estos programas nos muestran ideologías religiosas que constituyen un referente identificadorio muy fuerte para sus feligreses, ya que para ellos la religión tiene una posición central en sus vidas.

El programa “La voz de la inconciencia” que ha sido calificado como programa emotivo se ha definido como un programa que trata la subjetividad más íntima de la locutora. En él se da un espacio para la reflexión personal a través de la lectura poética en un ambiente experimental que tiene escasa relación con los formatos de la comunicación comercial. Es un programa creativo que nos muestra la posibilidad de hacer radio comunitaria sin caer en los formatos habituales, y nos relata los componentes de una identidad personal desprejuiciada, que se ha conformado en el ámbito del territorio local.

Lo local como contexto y parte de la radiocomunicación comunitaria

Podemos observar que lo local está presente tanto en las lógicas productivas como en las lógicas de los usos, y que es en los géneros en donde podemos observar la presencia de estos relatos identitarios. En cuanto a lógicas productivas, se trata de trabajadores y personas de clase popular, que durante sus tiempos libres (del trabajo asalariado), mediante autogestión del medio, bajo una lógica de organización horizontal, y promoviendo los derechos humanos, se orientan a una audiencia que comparte gran parte de sus características sociales,

y contextuales, en cuanto clase social, medio ambiente, trabajo asalariado, tiempo libre, escolaridad y presencia étnica. Por lo que se generan estrategias que comunican a ambos sujetos, que se escapan (como ya antes lo veíamos) de la lógica tecnicista del emisor-receptor, sino que tienen que ver con las imbricaciones sociales que se producen entre ambos, y es aquí en donde se piensan los géneros, como mediadores entre estas dos clases de sujetos que no son opuestos ni se hayan separados, porque la dinámica democratizadora de la radio comunitaria favorece que más allá de que el receptor sea importante porque elige, y construye sentido durante el consumo cultural de lo que selecciona, se da el caso de que es él mismo quien tiene la capacidad de decidir qué quiere incluir, o que mensajes quiere compartir, pudiendo utilizar activamente el medio. Los géneros entonces se piensan, y ni siquiera son tan pensados, sino que se generan en base a lo que las radiodifusores quieren compartir, y para quienes lo quieren hacer, es decir, quienes son sus destinatarios, son los géneros los que reflejan las distintas aristas de la cultura local.

El elemento local entonces le da un contexto a estas múltiples identidades culturales, pero a la vez las permea, ya que se inmiscuye en cada una de ellas a través de la noción de lo comunitario y de territorialidad, presentes en el ejercicio de la radio comunitaria, en sus lógicas de producción y en sus géneros. Esta identidad local no nos habla de una identidad estática sino de una noción fuertemente conectada con la vida cotidiana de los habitantes de Rosario, que podría llevarlos a construir comunidad, a movilizar a los actores sociales para su coordinación en el territorio y a levantar propuestas propias. Lo cual nos muestra la capacidad de la radiodifusión comunitaria a través de la consideración de una diversidad de personas, de mezclar lo local y lo global, intereses y gustos, siendo una muestra de las hibridaciones de un territorio.

Sobre los resultados de esta investigación

Los aportes de la presente investigación son principalmente la perspectiva teórica y los lineamientos prácticos que se emplearon para el estudio de la radio

comunitaria, la cual suele ser mayormente vista como un medio “alternativo” de comunicación, enfocándose en los efectos de su ejercicio. Nosotros hemos visto que más que un discurso alternativo, lo que se genera es una lógica participativa, que aporta a la democracia, participación y expresión cultural de las comunidades. Sin embargo no basta con que estas iniciativas existan para que sean exitosas, es necesario que se incorporen a los hábitos de escucha de las comunidades, y esto solo es posible desde la identificación con el medio y su inserción en la vida cotidiana. Para que la radio comunitaria Konciencia se insertara de manera más masiva dentro de los hábitos de escucha y ampliara su comunidad, sería necesario que imitara las lógicas de producción de las radios comerciales o que manteniendo las propias, lograra que los auditores se acostumbraran a ellas. Esto significa que las personas debieran acostumbrarse a otros horarios, a no escuchar publicidad, sino campañas sociales, y que participaran llamando, saliendo al aire, compartiendo avisos y ayudando a generar recursos económicos. Para lograrlo sería necesario que la radio tuviera más presencia en el territorio a través del rescate de noticias, hablas y personajes, además de una mayor continuidad de los programas.

Uno de los mayores retos de la investigación fue la selección del caso de estudio, ya que a diferencia de otras radios que pasan por ser comunitarias, pero en donde sus locutores tienen sueldo, la radio seleccionada es comunitaria y autogestionada, y por lo mismo su programación no es continua, lo cual ha sido identificado como una de las dificultades de incorporación a la vida cotidiana. Al tener solo tres años al aire y no contar con propaganda por vía terrestre, el reconocimiento que se logra por los auditores es en mayor medida básico, siendo difícil lograr desde los entrevistados la identificación y una opinión de todos los programas que la radio transmite. Como en una primera instancia de investigación se esperaba contar con una apreciación global de la radio, más que apreciaciones particulares, no se ahondó mayormente en los programas poco escuchados, por lo que el desarrollo de la investigación refleja las apreciaciones del grupo de entrevistados seleccionado según características de sexo y edad, más que a un representante de cada programa. En el análisis de los programas, podemos

constatar la importancia del género ranchero y del hip hop, como los géneros populares con mayor sintonía en el sector, y como los que estarían definiendo en mayor medida la identidad de radio Konciencia y de sus radioescuchas. Esto nos presenta la inquietud de que a partir de ellas se podrían desarrollar nuevas aristas de investigación, que fueran más allá del estudio de caso, para conocer la relación de estos géneros populares, con las radios comunitarias, especialmente en el ámbito rural.

A partir de esta investigación exploratoria sobre la relación de la radio comunitaria y la identidad local, surgen nuevos planteamientos acerca de cómo estudiar el fenómeno. Se sugiere trabajar más los lugares de mediación, con énfasis en los espacios en donde se genera la escucha, para desarrollar con mayor profundidad lo que los auditores construyen mientras consumen radio comunitaria. Así como utilizar la herramienta de grupos focales para favorecer el diálogo y el intercambio de opiniones.

Podemos afirmar que existe un relato de identidad local que media entre las lógicas de producción y los usos, en las radios comunitarias, debido a que radialistas y radioescuchas comparten muchas características sociales y culturales, que son posibles de descifrar. Ahora bien, la capacidad de extrapolar esta caracterización a otras radios comunitarias, es posible en la medida en que existan similitudes en las lógicas de producción y recepción, y en el contexto en que se desarrollan.

Hemos planteado también que existe una gran interconexión entre diferentes radios comunitarias y medios de comunicación de base social, por lo que muchas representaciones acerca de la realidad son compartidas por los distintos radialistas comunitarios del país, que se encuentran desarrollando campañas a favor de los movimientos sociales, de los derechos humanos, de la libertad de expresión, del derecho al espectro radioeléctrico, del medioambiente, contra los monopolios, etc. y por lo mismo, la radio comunitaria Konciencia permite observar lo que sucede con las radios participativas, libres, comunitarias, en el espacio nacional.

Nos surgen algunas preguntas como la incidencia de la radio comunitaria en la configuración de identidades locales, pero aquella interrogante con vestigios funcionalistas, abarca la totalidad de la realidad social, implicando cuestionar el sentido común de las personas y descifrando el lugar desde donde se configuró cada representación social, lo cual no fue abarcable desde esta investigación, ya que más que medir un efecto, nos enfocamos en comprender un fenómeno.

Es posible seguir perfeccionando esta investigación y desarrollar nuevas perspectivas de análisis, como por ejemplo ahondar en la autogestión del medio, la conformación de ciudadanía, o las estrategias para relacionarse con las comunidades. También sería interesante estudiar la radio comunitaria y su relación con los marcos que regulan la distribución del espectro radioeléctrico, que pongan de manifiesto la manera en que este derecho está siendo privatizado por los Estados y las cadenas de radios comerciales.

A partir del estudio de caso también se abren nuevas preguntas de investigación en la localidad como:

- ¿Qué características de la localidad favorecieron que se generara una radio comunitaria? ¿Existen características comunes en la conformación de otras radios comunitarias?
- ¿Por qué la comunidad de Rosario con un discurso tan unificado respecto de sus demandas independentistas no ha logrado unirse para conseguirlo? ¿Podrá radio Konciencia promover la conformación de un tercer nivel de identidad local, en la que los actores sociales se apropien del territorio?
- ¿Cuál es la valoración que existe de la comunicación local? ¿En qué medida el apoyo verbal está respaldado por acciones prácticas?

Hacer radio comunitaria en el contexto Nacional

Para finalizar es importante considerar el duro escenario en que se desarrollan los medios de radiodifusión comunitaria. La transnacionalización del sistema neoliberal afecta la producción de las industrias culturales y de los medios masivos de comunicación. Las frecuencias radiales son vendidas al mejor postor,

que coinciden con empresas que se apropian de la mayor parte de las frecuencias del territorio nacional. La tardanza en la aprobación de la ley y su puesta en marcha ha dejado a una serie de radios ejerciendo el derecho a la comunicación desde la informalidad, siendo algunas de ellas perseguidas y cerradas. Y sin embargo estas iniciativas siguen surgiendo y fortaleciéndose, utilizando medios técnicos, cada vez más al alcance de todos.

La radio comunitaria autogestionada y sin fines de lucro sigue existiendo y sobreviviendo en nuestra democracia neoliberal, a pura fuerza de tesón e inventiva. Con el apoyo comunitario y de otras organizaciones de la localidad, se va legitimando y constituyéndose lentamente en un activo actor comunicacional del territorio. Ganándose proyectos y recibiendo galardones se dan cuenta de la calidad de su trabajo, y de lo lejos que pueden llegar. Realizando puerta a puertas intentan integrar a más personas a la programación. Efectuando bingos, tocatas, peñas, vendiendo sopaipillas, y haciendo rifas consiguen mantener la radio al aire con el apoyo de su comunidad.

X. Bibliografía:

Álvarez, M. 2008. El desafío de las radios comunitarias. *Revista Anagramas* 6: 59-75.

Álvarez-Gayou, J. 2003. *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Paidós, México.

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) [Fecha de consulta: mayo de 2010] <<http://www.amarc.org/index.php?p=home&l=ES>>

Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile (ANARCICH) [Fecha de consulta: mayo de 2010] <<http://radioscomunitariaschile.blogspot.com/>>

Barth, F.1976. *Los grupos étnicos y sus fronteras*. Fondo de Cultura Económica, México.

Benedict, A. 1993. *Comunidades Imaginadas*. Fondo de cultura Económica, México

Buendía, L. Colas, P. y Hernández, F. 1997. *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. Mac Graw Hill. España.

Canales, M. 2005. La nueva ruralidad en Chile: apuntes sobre subjetividad y territorios vividos. *Seminario Chile Rural: un desafío para el desarrollo humano*, pp 33-39. PNUD, Chile.

Choque, M. 2006. Territorio e Identidades: El espacio como referente de identificación en los discursos radiales, de los sujetos populares de la ciudad de La Paz, Bolivia. En *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*, editado por Lindón, A., Aguilar, M. y Hiernaux, D. pp: 187 - 202 Anthropos, México.

Comas, D. (2008) Construyendo imaginarios, identidades comunidades: El papel de los medios de comunicación. XI Congreso de Antropología: *retos teóricos y nuevas prácticas*. pp:179-208. [Fecha de consulta: abril de 2011] <<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/antropologia/11/14/14179208.pdf>>

Cottet, P. 2006. Diseños y estrategias de investigación social: El caso de la ISCUAL. En: *Metodologías de Investigación social. Introducción a los oficios*. Editado por Canales, M. 185-218. LOM, Chile.

Decreto con Fuerza de Ley 8582. Decreto que fija la nueva división territorial de la República. Ministerio del Interior, Santiago, Chile, enero 1928. [Fecha de consulta: 15 de Abril de 2012] <<http://www.leychile.cl/N?i=5656&f=1928-02-01&p=>>

Decreto con Fuerza de Ley 8583. Ministerio del Interior. Santiago, Chile, enero 1928 [Fecha de consulta: 15 de Abril de 2012] <<http://www.leychile.cl/N?i=19463&f=1928-02-01&p=>>

De Ramón, A. 2000. Capítulo V, La Ciudad de Masas. En: *Santiago de Chile, (1541-1991). Historia de una sociedad urbana*. pp. 197-264. Editorial Sudamericana.

Dickey, S. 2004. La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación. En: *Revista Internacional de Ciencias Sociales, UNESCO. Número 49,3, 1997*.

Dubravcic, M. 2002. *Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales*. Editores: Universidad Andina Simón Bolívar, Ed ABYA YALA, Corporación Editora Nacional, Quito, Ecuador. [Fecha de consulta: 25 de marzo de 2010] < <http://uasb.edu.ec/bitstream/10644/172/1/SM21-Dubravcic-Comunicaci%C3%B3n%20popular.pdf> >

Gadamer, H-G. 1997. *Verdad y Método*. Ediciones Sígueme, España.

García Canclini, N. 2007. *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. 1ª ed. 2ª reimp. Editorial Paidós, Argentina.

García Canclini, N. 1995. *Consumidores y Ciudadanos, conflictos multiculturales de la Globalización*. Editorial Grijalbo, México.

Geertz, C. 1992. *La interpretación de las Culturas*. Editorial Gedisa, Barcelona.

Giménez, Gilberto. s.f. *La cultura como identidad y la Identidad como Cultura*. [Fecha de consulta: 11 de mayo de 2010] <<http://www.librospdf.net/gilberto-gimenez/1/>>

Gutiérrez, P. y Munizaga G. 1983. *Radio y Cultura Popular de masas*. *Ceneca*, Santiago.

Hernández, R., Fernández, C., y Sampieri, P. 2003. *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill, México.

Instituto Nacional de Estadísticas. Base de datos liberada 2002. [Fecha de consulta: Noviembre de 2011] <<http://www.ine.cl> >

Krohling, C. 2007. *Radio Comunitaria, educación y desarrollo social*. [Fecha de consulta: 13 de febrero de 2010] <<http://www.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/v5/index.html>>

Lameiras, J. Galindo J. Ed. 1994. *Medios y Mediaciones*. El colegio de Michoacán, México.

Larraín, J. 2001. *Identidad Chilena*. Editorial Lom, Chile.

Marchant, M. 2010. *Rosario Pichigüao*. Chile.

Martín-Barbero, J. 1987. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España.

Municipalidad de Rengo [Fecha de consulta: Enero 2012]
<<http://www.municipalidadrengo.cl>>

Ochsenius, C. 2003. Radios Comunitarias: ¿Segmentación o Protagonismo de las Audiencias? [Fecha de consulta 22 de abril de 2010] <<http://www.ongeco.cl/eco/Downloads/articuloOchsenius.pdf>>

Oliva, C. 2006. Radios Comunitarias: Gran espacio a la participación ciudadana, pero postergado en Chile. [Fecha de consulta: 20 de febrero de 2010] <http://www.periodismoudec.cl/estudiosdeperiodismo/index.php?option=com_content&task=view&id=57&Itemid=62>

Ortega, J. 2012. *La disputa por la palabra*. Editorial LOM, Chile.

Ortiz, Q. 1998. De los medios a las mediaciones o las preguntas por el sentido. En: *Iconos, revista de ciencias sociales*. Nº4. FLACSO-Ecuador. Pp. 62-67 [Fecha de consulta: 15 de noviembre de 2010] <<http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1359/1/08.%20Cultura%20y%20Globalizaci%C3%B3n.%20De%20los%20medios%20a%20las%20mediaciones...%20Ortiz%20C3%ADz%20Crespo%20Quinche.pdf>>

Osses, S. 2002. *Nuevos sentidos de lo comunitario: La radio comunitaria en Colombia*. Tesis para optar al grado de Maestro en Ciencias Sociales. Ed FLACSO, México. [Fecha de consulta: julio de 2011] <http://conocimientoabierto.flacso.edu.mx/medios/tesis/osses_sl.pdf>

Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) Rengo. [Fecha de Consulta: octubre de 2011] <<http://www.municipalidadrengo.cl/wp-content/uploads/2011/10/PLADECO-RENGO-.pdf>>

Radio Konciencia. [Fecha de consulta: octubre de 2010] <<http://radiokonciencia.wordpress.com/>>

Radio Konciencia. [Fecha de consulta: enero de 2010]<<http://radiokonciencia.org>>

Ramos, J. 2006. La radio comunitaria en México: seis lecciones aprendidas y algunas claves para el futuro. [Fecha de consulta: 20 junio 2010] <http://www.gentedemedios.org/portal/images/file/PDFs/01_La_radio_comunitaria_en_Mexico.Jose_M._Ramos.pdf>

Rodríguez, G. Gil, J. García, E. 1999. *“Metodología de la Investigación Cualitativa”* Ediciones Aljibe, España.

Safa, P. 1995. De las historias locales al estudio de la diversidad en las grandes ciudades: una propuesta metodológica. En: *Globalización e Identidad Cultural*. Bayardo y Lacarrieu, comp. Pp: 167- 182. Editorial CICCUS, Argentina.

Valles, M. 1997 “cap 6: Técnicas de conversación, narración. Las entrevistas en profundidad”. En: *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Editorial Síntesis, España.

Varela, M. 1999. De las culturas populares a las comunidades interpretativas. Fragmentación y consenso en el campo de comunicación y cultura. En: *Seminario Internacional Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina*, Pontificia Universidad Católica del Perú – Felafacs, edición en CD ROM, Lima.

Yañez, L. y Aguilera, O. 2001. Radios Comunitarias y de Mínima Cobertura, Diagnóstico Estado de la Situación en las Radios Comunitarias Chilenas. [Fecha

de consulta: 10 de mayo de 2010] <
<http://www.ongeco.cl/eco/Downloads/radios%20comunitarias%20y%20de%20minima%20cobertura.pdf>>

Yañez, L. 2004. Radio comunitaria, territorio y cultura: aproximaciones a la comprensión actual del fenómeno. En: Documentos de trabajo CECOM. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. [Fecha de consulta: julio de 2011] <http://www.comunicacion.uchile.cl/docs/CECOM_CUAD_1_2004.pdf>

Eco y Anarcich a.g. Seminario radios comunitarias: *“la radio que estamos construyendo en Chile”* [Fecha de consulta: 28 de septiembre de 2010] <<http://www.ongeco.cl/eco/Downloads/Seminario%20Radios%20Comunitarias%20%20Agosto%202002.pdf>>