

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE DESARROLLO ACADÉMICO DE LA INFORMACIÓN Y LA
COMUNICACIÓN (PRODIC)**

Tesis para defender el título de la Maestría en Información y Comunicación

“Las radios comunitarias como prácticas de educación popular”.

Autor: Estela Sellanes

Director de Tesis: Gabriel Kaplún

Montevideo, mayo 2016

Dedico esta investigación a mi madre, que me hizo más fácil el trabajo, mimándome y alimentándome el alma, el corazón y la panza. A mi hermana, por alentarme. A Emilia por existir. A Sebastián y Victoria, por acompañarme. A mi padre, por lo que fue. A Juliana. A Gabriel, por escucharme y aconsejarme y por abrirme puertas en el mundo de la investigación. A mis amigas, por hacerme reír, aún en los momentos de mayor dificultad. A los compañeros de AMARC, por estar siempre dispuestos. A toda la gente de El Prado FM, Horizonte FM y Palmira FM, y a la vida, por darme salud para enfrentar este lindo desafío.

Tabla de contenido

1. ANTECEDENTES, MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

1.1 Antecedentes y fundamentación

1.2 Marco teórico

Comunicación popular/educación popular

Radios comunitarias

Radios comunitarias y educación popular

1.3 Objetivos, preguntas que busca responder la investigación e hipótesis de trabajo

1.4 Metodología

Estrategia metodológica y actividades desarrolladas

Indicadores de la dimensión educativo-popular en las radios comunitarias de Amarc Uruguay

1. EL TRABAJO DE CAMPO

2.1 El Prado FM

Juntos informamos

Aportar

Así somos, así queremos ser

Tardecitas folclóricas

2.2 Horizonte FM

Una mirada hacia los Centros CAIF

Hora de mujer

La frutilla africana

Práctica en MOPI

2.3 Palmira FM

Lo que no se dice

Espacio salud adolescente

Unos para todos, todos para uno

Bajo las estrellas

2.4 Análisis de las tres radios investigadas

¿Cómo entienden las diferentes radios la educación y lo educativo?

Evaluando el grado de acercamiento a los indicadores

3. CONCLUSIONES

4. BIBLIOGRAFÍA

5. ANEXOS

5.1 Entrevistas exploratorias

5.2 Memoria de los dos primeros talleres

5.3 Pauta de entrevistas y observaciones

5.4 Caminos para fomentar/potenciar la dimensión educativa en las radios

5.5 Guión devolución del trabajo de investigación para las radios.

RESUMEN

Esta investigación busca identificar la dimensión educativa en las prácticas de las radios comunitarias de Amarc Uruguay, desde la perspectiva de la educación popular. En primer lugar se propone construir los indicadores de esa dimensión, para luego identificar experiencias educativas en las radios. Por último, busca proponer criterios o caminos a tener en cuenta para facilitar/ampliar espacios de educación popular en las radios comunitarias, como forma de potenciar ese aspecto.

Entendimos conveniente llevar adelante una investigación colaborativa, con componentes de investigación-acción participativa (IAP).

Palabras clave: radios comunitarias, comunicación popular, educación popular, participación, transformación social.

ABSTRACT

This research seeks to identify the educational dimension in AMARC Uruguay community radios, from the perspective of popular education. First, it intends to construct indicators of that dimension, and then identify educational experiences on the radio. Finally, it intends to propose criteria and ways to facilitate and expand opportunities for popular education in community radio as a way to strengthen that aspect.

We understood it was convenient to hold a collaborative research, with participatory action research components.

Keywords: community radio, popular communication, popular education, participation, social transformation.

1. ANTECEDENTES, MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

“...Alza tu voz sobre la voz sin nombre de todos los demás y haz que se vea junto al poeta el hombre. Llena todo tu espíritu de lumbre, busca el empinamiento de la cumbre, y si el sostén nudoso de tu báculo ofrece algún obstáculo a tu intento, sacude el ala del atrevimiento ante el atrevimiento del obstáculo”.

Palabras fundamentales: Nicolás Guillén.

Esta es una invitación a las radios comunitarias a desarrollar la dimensión educativo-popular, porque los medios, como dice Mario Kaplún, están educando o deseducando siempre, a lo largo de todos sus mensajes. Es una invitación a plantearse una pedagogía del medio radiofónico (Kaplún, 1999). A comprender que la radio tiene una función social que cumplir. Y como la persona se está educando siempre, a lo largo de toda su vida, y en radio todo programa de alguna manera educa, es una invitación a cuidar la programación. Es una invitación a desarrollar una radio que promueva y ponga en práctica valores, que procure la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y su comunidad, que se proponga elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión, y que aporte para que cada persona se asuma como agente activo de transformación.

Es una invitación a entender que hacer radio en un medio comunitario puede ser un proceso emancipador: un proceso de construcción de ciudadanía. Porque no se trata sólo de hacer radio por hacer oír otras voces, sino que, al hacer radio, el sujeto se empodera, dice su palabra, cambia y cambia su entorno. Y es también una invitación a que las radios comunitarias asuman el desafío de ayudar a las comunidades a apropiarse de los medios, a organizar y construir comunidad. Entonces, es en definitiva una invitación a plantearnos una alternativa de comunicación/educación:

Una alternativa de comunicación sería por tanto la expresión sistemática, coherente, creativa, complementaria, abierta y horizontal, que un grupo u organización logra ir desarrollando como arma de lucha ideológica que expresa e inter-comunica su nivel de conciencia, su avance organizativo y sus luchas (Núñez, 1996: 133).

1.1 Antecedentes y fundamentación

En América Latina se ha investigado abundantemente sobre medios comunitarios. Existe abundante información sobre su historia, fortalezas y debilidades (Mata, 1993b; López Vigil, 1997; Calleja, 2008; Villamayor, 2007; Villamayor y Lamas, 1997; Lamas, 2003).

En Uruguay, uno de los proyectos de investigación del Programa de Desarrollo Académico de la Información y la Comunicación (PRODIC) se propuso evaluar los impactos del nuevo marco regulatorio en los medios de radiodifusión comunitarios y las perspectivas de su evolución futura. Esta investigación dio a luz dos trabajos: uno que materializa los primeros avances de resultados del proyecto, que analiza la ley, la forma en que es percibida por los distintos actores sociales y su proceso de discusión parlamentaria y aplicación posterior (Graña, 2013), y un segundo trabajo que se centra en la situación de los medios comunitarios hoy (G. Kaplún, 2015).

Por otra parte, existen algunos trabajos específicos sobre las radios comunitarias (Bouissa, Curuchet y Orcajo, 1998; y Curuchet, Girola y Orcajo, 2006), que proporcionan información sobre las formas de gestión, producción y contenidos de los medios comunitarios y su relación con sus comunidades de referencia.

En tanto, un trabajo colectivo de un equipo de estudiantes de la Universidad de la República y muchos actores de las emisoras comunitarias asociadas a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias de Uruguay, en el marco del proyecto de extensión universitaria “Las radios no son ruido” (Davoine, Garofali, Hansen, y Sosa, 2011), resume el esfuerzo de todo un año de trabajo y comparte las experiencias de quince radios comunitarias localizadas en todo el país.

En cuanto a la vigencia e incidencia de este tipo de medios, si bien existe un estudio realizado por ALER en el año 2001 (Geerts y van Oeyen), en la investigación no fueron incluidas las radios comunitarias uruguayas.

Son en cambio escasos los trabajos que vinculan las radios comunitarias con la educación popular y por tanto consideramos que esta línea debe ser profundizada.

Las radios comunitarias cuentan, en nuestro continente, con una rica tradición. Las primeras radios comunitarias surgieron a finales de la década del 40 vinculadas con el accionar de la Iglesia Católica colombiana, para evangelizar pero también para alfabetizar a los campesinos pobres de la región. En el mismo momento, en Bolivia nacieron las radios mineras. En los años sesenta había medio millar de emisoras “educativas”, como se las empezó a llamar. Es por esa época que aparece una corriente encabezada por educadores y comunicólogos, orientados por la pedagogía llevada adelante en América Latina por Paulo Freire, cuya clave es la formación de hombres que sean capaces de transformar su propia realidad. A esta concepción educativa corresponde una concepción de la comunicación democrática, horizontal, participativa (Freire, 1969 y 2002; M. Kaplún, 1985).

El desarrollo de las radios comunitarias ha tenido relación con las necesidades comunicacionales de los movimientos sociales y de las comunidades locales a las que se involucra en la propia gestión del medio y a las que el medio busca contribuir a organizar (G. Kaplún, 2015). A partir de la década del 90, surge en Uruguay un creciente número de radios comunitarias o “alternativas”, como iniciativas de organizaciones y grupos locales, barriales, juveniles y gremiales, que se instalan generalmente sin autorización oficial y con equipos de emisión artesanales. Muchas de estas radios son perseguidas y sus equipos confiscados, pero esto no impidió que el fenómeno se mantuviera y siguiera creciendo.

La Ley 18.232, de Radiodifusión Comunitaria, que se aprobó a fines de 2007 y comenzó a ponerse en práctica a comienzos de 2008, reconoce a la radiodifusión comunitaria como un tercer sector, complementario a los medios comerciales y estatales, estableciendo una reserva de espectro de un tercio de las frecuencias disponibles en AM, FM y TV abierta; no establece límites de potencia o cobertura, ni restricciones para el financiamiento (pudiéndose incluir publicidad). Esta ley define a los medios comunitarios como aquellos gestionados por asociaciones civiles o grupos de personas sin fines de lucro, orientados a “la promoción del desarrollo social, los derechos humanos, la diversidad cultural, la pluralidad de informaciones y opiniones, los valores democráticos, la satisfacción de las necesidades de comunicación social, la convivencia pacífica y el fortalecimiento de los vínculos que hacen a la esencia de la identidad cultural y social del Uruguay” (Graña y Kaplún, 2010).

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) N° 19.307 está vigente desde el 29 de diciembre de 2014, fecha en que fue promulgada por el Poder Ejecutivo. Falta que se reglamente. La nueva ley deroga a la Ley de Radiodifusión aprobada en 1978 en plena dictadura militar, que permitió la concentración de las frecuencias y las licencias en pocas manos, y que ha sido vehículo para restringir el pluralismo y la diversidad de voces en los medios. La LSCA contiene un capítulo en referencia a los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, que es en concreto la Ley 18.232, de Radiodifusión Comunitaria, con algunas pocas modificaciones.

Con diferentes formas de llamarse (educativas, populares, comunitarias o ciudadanas), las radios alternativas, según Geerts y van Oeyen (2001) tienen un común denominador: son radios comprometidas, que: 1) Consolidan y defienden un proyecto de radio que garantice el acceso a la palabra a todos los grupos o sectores de la población a quienes siempre se les ha negado su uso; 2) Toman en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirven; 3) Representan la diversidad cultural del entorno; y 4) Apoyan y promueven los cambios necesarios para lograr una sociedad más justa. Es justamente este tipo de afirmaciones lo que nos proponemos contrarrestar con la realidad de las radios.

En un trabajo de fines de la década del 90, se decía que existían en América Latina aproximadamente mil radios que se podían considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas. Y que se identificaban por sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo con vigencia de los derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías en el poder (Lamas y Villamayor, 1997).

Es la relación entre la comunicación popular, la educación popular y la transformación de la sociedad el tema que nos impulsa a realizar esta investigación:

En las radios comunitarias nos encontramos con una estrecha relación entre la comunicación y la transformación de la sociedad. Para Ernesto Lamas (2003), la comunicación comunitaria tiene objetivos que van más allá de sí misma, ya que para este autor estas emisoras son parte de un proyecto que se propone modificar las relaciones sociales existentes, y uno de los aspectos más importantes de la

programación de las radios comunitarias es la medida en la que dicha programación se inserta en la realidad para modificarla. ¿Sucede esto con las radios comunitarias uruguayas? Es parte de lo que intentamos responder con esta investigación.

Sostenemos que toda práctica puede tener una dimensión educativa, y más aún, que las radios comunitarias pueden ser no sólo herramientas sino también espacios, experiencias de educación popular:

[La educación popular] es un proceso de formación y capacitación que se da dentro de una perspectiva política de clase y que forma parte o se vincula a la acción organizada del pueblo, de las masas, en orden de lograr el objetivo de construir una sociedad nueva, de acuerdo a sus intereses (Núñez, 1996:55).

Adriana Puiggrós (1998) maneja como tesis la presencia de lo pedagógico en todos los procesos sociales.

Todo programa educativo tiene un contenido político y, tenga o no una adscripción partidaria, si se trata de educación popular debe tener como finalidad compartir las tareas de conocimiento, recreación y transformación de la realidad. Se trata de socializar el Saber, de cambiar la relación Saber-Poder, de democratizarla (Puiggrós, 1983:37).

El antecedente más conocido de este tipo de planteos está vinculado a las experiencias llevadas adelante por el pedagogo brasileño Paulo Freire, pero también podemos referirnos a otras vertientes que incidieron tanto en la elaboración del pensamiento freireano como a otro conjunto de propuestas: a) la constatación de que el sistema formal no incluía a una porción muy importante de la población, lo que llevó a que se implementaran programas orientados a suplir en lo específico al sistema escolar; b) los intentos de renovación pedagógica, tanto en lo metodológico a nivel de aula como en la relación con la comunidad; c) los cambios a nivel de la Iglesia Católica vinculados al Concilio Vaticano II y posteriormente la Conferencia de Medellín, profundizados por la Teología de la Liberación; y d) los cambios a nivel de la izquierda latinoamericana, con una reformulación de las propuestas de trabajo con los sectores populares (Bonino, Celiberti, Ferrando, 1985).

Las prácticas de educación popular reconocen como punto de partida la realidad concreta en la que están inmersos los participantes, es decir, colocan la realidad como un elemento central a analizar y transformar.

Como puntos en común entre la comunicación comunitaria/popular y la educación popular, encontramos: el carácter dialógico y participativo, la construcción colectiva, la búsqueda de la capacidad de empatía, la tendencia a “construir movimientos”, de ayudar a construir actores, el análisis crítico de la realidad, la opción por los excluidos (en el caso de la comunicación, los excluidos del poder decir, del poder comunicar), la necesidad entonces de restituir a los sectores populares la palabra de la que han sido despojados. Ambas, comunicación popular y educación popular, son prácticas políticas que buscan la transformación social, que asumen la posibilidad de subvertir la dominación y construir una nueva hegemonía, pensando en términos de Gramsci.

Entonces, nos preguntamos: ¿Es posible pensar el trabajo de las radios comunitarias de Amarc Uruguay como prácticas de educación popular? Lo que hacen las radios comunitarias, ¿tiene una dimensión educativa?

Un mensaje educativo no es solamente un objeto que proporciona información sino que, en un contexto determinado, facilita o apoya el desarrollo de una experiencia de aprendizaje, es decir, una experiencia de cambio (Kaplún, 2003).

...en una sociedad de dominación y de crecientes niveles de exclusión, se necesitan de acciones estratégicas que permitan transformar el espacio educativo en espacio comunicativo y, a su vez, que permitan a este espacio comunicativo generar estrategias orientadas a un cambio de la sociedad. Educar para el cambio es educar estratégicamente para construir una sociedad de la comunicación. Pero esto requiere un enorme potencial de compromiso en nuestras sociedades, donde el capitalismo se consolida sobre la base de la violencia y la exclusión (Rebellato, 1998).

Se trata de superar el modelo unidireccional por modelos basados en la prealimentación y la participación de las audiencias en la propia programación y gestión del medio, buscando que los receptores sean emisores y receptores a la vez (M. Kaplún, 1985 y 1998). Entonces, cabe preguntarse qué comunicación y para qué aprendizajes llevan adelante sus programas las radios comunitarias, y cuánto cumplen los comunicadores con su función de facilitadores del diálogo.

El desafío –arduo y urgente desafío- a que nos enfrentamos los comunicadores radiofónicos de América Latina es el de realizar programas que tengan un contenido y un objetivo auténticamente educativos, y que a la vez sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares y responder a sus necesidades (Kaplún, 1999:24).

Se trata, pues, de concebir la radio como instrumento de educación y cultura populares, con una función social que cumplir.

A partir de la construcción común, no impuesta desde arriba, es posible plantearse cambios profundos. Como plantea Gabriel Kaplún (2007), desde esta perspectiva hay que reconocer espacios y escenarios de la comunicación muy distintos de los mass media. Las calles, las plazas, los pequeños grupos colectivos son escenarios privilegiados de la comunicación comunitaria. Y es allí donde los medios juegan un papel importante, buscando interactuar con y en esos espacios y no pretendiendo sustituirlos. Teniendo en cuenta esa visión, cabe preguntarnos: ¿son las radios comunitarias facilitadoras de la comunicación, capaces de dinamizar espacios grupales? ¿Son capaces de ayudar a las comunidades a apropiarse del medio? ¿Ponen en discusión los problemas de las sociedades? ¿Son realmente participativas, o los modos de gestión, producción y organización están lejos de serlo? ¿La comunidad las siente como propias?

Este trabajo se propone entonces estudiar la dimensión educativa en la práctica de las radios comunitarias de Amarc Uruguay, es decir, ver en qué aspectos se puede reconocer que las radios están cumpliendo un papel educativo desde la perspectiva de la educación popular.

La propuesta dialógica de la educación popular es estratégica en cuanto pretende impregnar todos los usos de la radio según una racionalidad comunicativo-emancipatoria. La potenciación de los procesos comunicacionales haciendo hincapié en las mediaciones, más que en la incorporación de la producción donde el receptor pasa al lugar de emisor, puede ofrecer una respuesta a la pregunta sobre cómo recuperar y potenciar pedagógicamente una cultura de sentidos y no sólo de imágenes, una cultura donde la palabra oral y el diálogo tengan un sentido constructivo transformador (Huergo, 1997:181).

Las ideas de educación popular han estado presentes en diversas radios de América Latina:

Las ideas de la educación popular irrumpieron en muchas emisoras educativas latinoamericanas que habían empleado años y esfuerzos –con éxito, pero también con limitaciones– en la educación formal. [...] Las emisoras que emprendieron el camino de la educación popular adoptaron la participación de la audiencia como perfil básico de sus programaciones. Era lógica esta opción, dado que la nueva pedagogía de Freire enseñaba que

‘sólo el pueblo educa al pueblo’. Había, entonces, que abrir los micrófonos y las cabinas para que la gente viniera y opinara. Más aún: había que sacar la radio a la calle, al mercado, a la parada de buses, a la reunión de la junta de vecinos, a la vida cotidiana de los radioescuchas. Había que experimentar esa radio de doble vía, como soñaba Brecht, donde los radioescuchas fueran también radiohablantes (López Vigil, 2007).

En el mismo sentido, resulta interesante lo que plantea Ernesto Lamas, en su libro *Gestión integral de la radio comunitaria*:

Muchas de las radios comunitarias en América Latina poseen una cantidad de políticas que exceden su programación radial. Ya sea el desarrollo de programas educativos de diverso tipo, la mediación entre la comunidad y las dependencias del Estado o la satisfacción de necesidades de la población que han sido abandonadas por el mismo Estado (alfabetización, campañas de solidaridad). El desafío permanente es poder articular y equilibrar ambas líneas de acción. De lo contrario se corre el riesgo de generar una participación puramente comunicacional (dada por el acceso al micrófono) que no esté inserta en prácticas políticas que intervengan en la realidad social. Los medios de comunicación no deben sustituir los espacios de toma de decisiones, los espacios de la política, en los que los ciudadanos deberían insertarse para influir verdaderamente en la organización social. En todo caso, de lo que se trata es de promover, a partir de estrategias comunicacionales, la consolidación de los sujetos políticos (Lamas, 2003:8).

También somos conscientes que debemos tener en cuenta que la definición de comunidad y de medios comunitario no es obvia, como tampoco lo es la relación entre ambos: para algunos, la comunidad se asocia exclusivamente al territorio y a lo local, otros lo refieren también a imaginarios y sentidos compartidos, otra línea hace alusión a la gestión de la radio. Con la idea de “comunitario” siempre hay dos posibilidades que están en tensión: si la comunidad es algo que está detrás o es algo que está adelante. Si la comunidad está detrás, la radio representa a esa comunidad y lo que hace es darle voz, poner el micrófono; pero a veces, lo que está más presente es el barrio, la ciudad, la comunidad por delante, en el sentido de algo a construir. Muchas veces las radios, más que representar, lo que quieren es construir comunidad. Ayudar a que la gente que vive en una zona o en un barrio, o que siente algo en común, se organice (Kaplún, 2007).

Por otra parte, la participación no se define a partir de la simple propiedad del medio, sino de factores más profundos que explican una identidad sentida, vivida y expresada como tal (Crespo, 1983).

Además, nos propusimos confrontar los discursos de las radios con sus prácticas comunicacionales concretas e indagar sobre las distintas tradiciones y “apellidos” (comunicación participativa, alternativa, popular, educativa, para el desarrollo, comunitaria, ciudadana, horizontal, grupal, de base, etc.) que han dejado su huella en el debate y en las prácticas comunicativas presentes en estos medios (G. Kaplún, 2007).

Pero, ¿por qué estudiar las radios comunitarias de Amarc Uruguay? En primer lugar, porque las radios asociadas a Amarc Uruguay comparten una finalidad: hacer comunicación comunitaria y, en segundo lugar, porque nos encontramos con que Amarc, como organización, hace referencia explícita a que cada radio asociada constituye “un proyecto que busca transformar las condiciones de existencia para construir un mundo más justo...” (amarcalc.org).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) es el referente organizacional, político y comunicacional del movimiento de radios comunitarias, ciudadanas y populares. Su misión es “promover la democratización de las comunicaciones para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible” (amarc.org).

Amarc fue creada en 1983 y agrupa cerca de 4.000 miembros y asociados en más de 110 países (amarcalc.org).

Los y las periodistas, comunicadores/as, radios comunitarias y centros de formación y producción asociadas a AMARC contribuyen a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que busque la paz, la amistad entre los pueblos, la democracia y el desarrollo. Son organizaciones y personas que trabajan por la democratización de la comunicación, la sociedad y la cultura. Reflejan y ayudan a construir las identidades, hablan las lenguas locales y producen nuevas agendas públicas para el debate de la ciudadanía. Esta construcción de ciudadanía se fundamenta en la capacidad de las mujeres y de los hombres, adultos, jóvenes, niños y niñas de establecer relaciones humanas basadas en la equidad y la igualdad (alc.amarc.org).

En América Latina y el Caribe, la asociación fue fundada en 1990. Amarc ALC cuenta con más de 500 asociadas directas y 1500 se suman a través de sus redes nacionales (amarcalc.org).

Los medios comunitarios de Amarc Uruguay se guían por una serie de principios que fueron votados y aprobados en la Asamblea de Amarc-Uruguay del 9 de diciembre de 2007 y refieren a que los medios de comunicación comunitarios son de propiedad colectiva, son emprendimientos sociales no lucrativos, independientes y pluralistas que se definen por su rentabilidad sociocultural; representan los intereses de su comunidad; son espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas. Estos principios especifican además que “La defensa de los Derechos Humanos, la promoción del desarrollo humano, la equidad de género, el respeto a las identidades étnicas, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes, la protección de la niñez y de las personas de edad avanzada, la educación y la salud, así como la integración nacional y regional, constituyen prioridades para los medios de comunicación comunitarios”. También señalan que la participación de las mujeres en los medios comunitarios debe estar garantizada en todos sus niveles y que “los medios de comunicación comunitarios son solidarios entre sí. Se hermanan, se apoyan mutuamente, intercambian programas, planes y sueños” (www.sitio.amarcuguay.org).

Amarc Uruguay toma sus decisiones colectivamente en las asambleas nacionales y la Mesa Nacional es la instancia de dirección colectiva entre asamblea y asamblea. Todos sus integrantes tienen igualdad de condiciones en la toma de decisiones. Entre otros colectivos, integran Amarc Uruguay las siguientes radios comunitarias: El Puente (La Teja-Montevideo); Vilardevoz (Reducto-Montevideo); Espika (Santa Lucía-Canelones); Horizonte (Paysandú); La Cotorra (Cerro-Montevideo); Alternativa (Young-Río Negro); Universo (Montes-Canelones); Timbó FM (San José); La Heladera FM (José Pedro Varela-Lavalleja); General Artigas (Toledo-Canelones); El Prado (Paso de la Arena-Montevideo); La Bruja (Melo-Cerro Largo); Palmira (Nueva Palmira-Colonia); Impactos (Salto); Utopía (Colonia Nicolich-Montevideo); Horizonte Max (Artigas); El Capiz (Valizas-Rocha); La Quimera (Atlántida-Canelones); Radio Parque (La Paloma-Rocha); La Zurda (Montevideo, emite por Internet).

Como es imposible analizarlas todas, definimos incluir en esta investigación al menos tres radios comunitarias (una de Montevideo y dos del interior).

Es necesario aclarar que diversos aspectos personales y profesionales, sociales y políticos me motivaron a realizar esta investigación: en primer lugar, porque soy parte del colectivo de una radio comunitaria del interior del país, integrante de Amarc Uruguay; en segundo lugar, porque trabajé durante casi diez años como periodista en un semanario de San José, hasta hace poco tiempo asociado a Amarc Uruguay; además integré durante algunos años el equipo de corresponsales populares de Púlsar, la agencia informativa de Amarc para América Latina y el Caribe, y también soy egresada del Curso Interdisciplinario de Educación Popular del Programa de Educación Popular (PEP), que surge en el año 1988 con el objetivo de ampliar el espacio de la educación popular en el Uruguay.

1.2 Marco teórico

Para el grupo de investigación AlterMedia, que funciona en el marco del PRODIC¹, los medios alternativos se definen por la propiedad (pública, comunitaria, cooperativa, etcétera); por la gestión (colectiva y con participación social) y por los contenidos (actores, formatos, narrativas: educativos y culturales). Pero AlterMedia avanza en una conceptualización que propone la idea de “alternativas mediáticas” como espacio en constante construcción, articulando medios y formas diversas de comunicación.

Partimos de la premisa de que más allá de la propiedad y la gestión colectiva, sin discurso alternativo no hay medio alternativo. Para que un discurso sea alternativo debe disputarle al discurso mediático hegemónico el poder de nominar la realidad. Por tanto, un discurso mediático alternativo se define por su funcionamiento discursivo contrahegemónico. (Amman y Da Porta, 2008). Pero, más que promover un discurso alternativo, creemos que a las radios comunitarias pueden promover la acción, acción que lleve a transformar la realidad y, por tanto, se hace indispensable revisar críticamente la idea-eslogan de ‘darle voz a los que no la tienen’, ya que la acción de imprimir visibilidad a organizaciones y actores sociales subalternos no ha logrado transformar las situaciones de injusticia y desigualdad, ni cambiado las relaciones de

¹ Programa de Desarrollo Académico de la Información y la Comunicación. Universidad de la República.

poder, por lo que se necesita “intervenir estratégicamente en la organización y en la proyección social de quienes luchan por transformar la realidad” (Ammann y Da Porta, 2008). Y esto requiere desarrollar una pedagogía: la formación de nuevas competencias, sentidos, sensibilidades tanto para comunicar como para recibir. (Da Porta, 2008). De manera que se hace necesario trabajar lo político a través de procesos de comunicación/educación popular, procesos que permitan que las demandas de los excluidos puedan hacerse oír, acceder al espacio de lo público, proponer discursos antagónicos a los reconocidos por la hegemonía y que contribuyan a transformar la realidad.

Al igual que Gramsci (1970), creemos que todo hombre tiene un potencial creador, aunque el sistema reprima. Para Paulo Freire basta ser hombre para ser capaz de captar los datos de la realidad. “Basta ser capaz de saber, aun cuando sea un saber meramente vulgar. De ahí que no haya ignorancia absoluta ni sabiduría absoluta” (Freire, 1969:101). Es esa confianza la que, creemos, puede inspirar a las radios comunitarias a construir comunidad.

Gramsci encontró en el “sentido común” (visión ingenua, cotidiana, cargada de prejuicios y estereotipos) un saber que reproduce esquemas dominantes, a la vez que encierra capacidades de resistencia y potencialidades. Esa capacidad de resistencia puede inspirar a las radios comunitarias a construir su discurso alternativo. Dice Mario Kaplún (1998) que Gramsci, en su propuesta para una educación popular, consideraba imprescindible incluir “la crítica al vivo del ‘sentido común’. Sin ella –afirmaba– el esfuerzo del educador ‘queda estéril’; pues, para el pensamiento popular, esta crítica del sentido común es el único medio de acceso a los problemas reales: “sólo ella puede incorporar a los sectores populares al proceso de toma de conciencia y la creatividad histórica” (M. Kaplún, 1998:144). Las radios comunitarias, a través de su proyecto político comunicacional pueden aportar a la toma de conciencia a través de la crítica al sentido común.

Para Bourdieu, el habitus es un sistema de disposiciones adquiridas por medio del aprendizaje implícito o explícito que funciona como un sistema de esquemas generadores de percepción, pensamiento y acción. Es justamente en el proceso de socialización (a través de la familia, el barrio, la escuela y los medios masivos) que se

van incorporando en las clases sociales dominadas los habitus de la clase dominante, de tal forma, la clase dominante puede hacer de sus propios intereses los intereses de toda la sociedad. Por tanto, si se pretende realizar acciones contrahegemónicas es necesario revisar los habitus comunicativos más cotidianos, donde también existen prácticas transmisoras, persuasivas y conductistas. Es precisamente la comunicación popular la que tiene posibilidad de crear nuevos habitus comunicativos (Vargas, 2010). Pero además creemos necesario que los medios comunitarios revisen permanentemente sus habitus comunicativos.

Los medios comunitarios surgen por necesidad. Necesidad de otra comunicación, es decir, una necesidad que es motivadora y movilizadora:

Concebir las necesidades sólo como carencia implica restringir su espectro a lo puramente fisiológico, que es precisamente el ámbito en que una necesidad asume con mayor fuerza y claridad la sensación de ‘falta algo’. Sin embargo, en la medida en que las necesidades comprometen, motivan y movilizan a las personas, son también potencialidad y, más aún, pueden llegar a ser recursos. (Max-Neef, Elizalde y Hopenhayn, 2010: 21).

Es decir que la necesidad otorga a las personas un carácter potencialmente activo. He ahí, entendemos, al igual que Bouissa, Curuchet y Orcajo (1998), uno de los motores del nacimiento de los medios de comunicación alternativos.

Gabriel Kaplún (2007) plantea que desde los años sesenta, en América Latina la comunicación se ha poblado de una constelación de apellidos emparentados entre sí: comunicación alternativa, popular, educativa, para el desarrollo, comunitaria, ciudadana... Y también participativa, horizontal, grupal, de base... Y otros más específicos: local, rural, sindical... Y muchas combinaciones: comunicación grupal liberadora, popular educativa, rural para el desarrollo... Distintos nombres pero un mismo desafío: democratizar la comunicación, democratizar sociedad.

Quienes más desarrollan el concepto de radios ciudadanas son Lamas y Villamayor (1997), que definen el ejercicio de la ciudadanía como la “participación real y activa de las personas en la construcción de la sociedad y en su transformación”. Puntualizan que ejercer ciudadanía desde las radios implica participación (busca otra forma de narrar la vida de personas y de grupos sociales cuya voz reclama ser escuchada desde sus propias identidades).

Alfonso Gumucio Dagron (2001) habla de “comunicación participativa para el cambio social” y destaca la horizontalidad de esta forma de comunicación, al igual que el proceso (los pueblos tomando en mano propia su futuro a través de un proceso de diálogo y participación democrática en la planificación de actividades comunicacionales); lo colectivo; el proceso de comunicación adaptado a cada comunidad; el diálogo y los instrumentos de comunicación para ayudar a identificar, definir y discriminar las necesidades sentidas reales; procesos de comunicación apropiados por el pueblo; y la concientización.

En el mismo sentido, la radio al servicio de la educación y el desarrollo supone algunas finalidades básicas: motivar a los oyentes, informarles, enseñarles destrezas cognoscitivas o activas y modificar determinados aspectos de la conducta (Mc. Anany y Jamison, 1981).

Para ALER², la comunicación educativa es participativa (la relación entre emisores y sus audiencias es lo más horizontal posible; existe diálogo, interlocución); plural (da cuenta de las diversas corrientes y tendencias políticas e ideológicas, culturales...); integral (toma en cuenta al individuo como sujeto racional, emocional y trascendente y parte de sus intereses, necesidades, gustos...); y crítica (estimula el razonamiento, el análisis, el debate, la polémica y la argumentación) (Gerbardo, 2010).

En nuestro país, las radios alternativas optaron por el apellido “comunitarias” quizá por razones institucionales de conveniencia, porque la Ley de Radiodifusión Comunitaria amparaba ese nombre. En realidad, el evento más trascendente que institucionalizó el nombre ocurrió en agosto de 1983, cuando en el marco del Año Internacional de las Comunicaciones, promovido por las Naciones Unidas, seiscientos radiodifusores provenientes de 36 países se reunieron en Montreal (Canadá) y fundaron la Asociación Mundial de Artesanos de Radios Comunitarias (AMARC), que se conoce actualmente como Asociación Mundial de Radios Comunitarias.

² La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) es una red de comunicación educativa popular. Fue creada en 1972 cuando 18 radios de la Iglesia Católica deciden asociarse. Tiene un servicio radiofónico de interconexión intercontinental.

Pero, más allá del apellido que se emplee, lo importante es qué se proponen las radios que se dicen comunitarias, alternativas, populares... Nos gusta decir que las radios comunitarias deben ser alternativas, alterativas y populares. Alternativas por su funcionamiento discursivo contrahegemónico. Alterativas porque buscan transformar la realidad. Y populares en el sentido político que le confieren María Cristina Mata (1993a) y Jorge Huergo (2004): porque las prácticas de comunicación popular “constituyen uno de los tantos modos que distintos colectivos, instituciones, organizaciones y movimientos desarrollan para cambiar las lógicas del poder que son también las lógicas de la comunicación hegemónica. Permitir que se escuchen voces silenciadas, intentar poner en agenda temas y problemas que otros medios de comunicación ocultan o soslayan, alentar expresiones culturales que el mercado desecha porque no son rentables, son algunas manifestaciones de esa búsqueda” (Mata, 2011: 17).

Para Jorge Huergo (2004), lo popular no sólo significa la democratización de la voz y la palabra, sino que fundamentalmente significa luchar contra las formas injustas de vida. Es decir que los sujetos populares, no son los “destinatarios” de la transformación social, ni son tampoco destinatarios de la acción educativa, sino que son los actores de la transformación social (Goldar, 2013). Por eso, repetimos, nos gusta decir que las radios comunitarias deben ser alternativas, alterativas y populares, porque esto implica luchar contra formas injustas de vida; implica que los colectivos organizados se asuman como actores de la transformación social; y para ello es necesario construir comunidad, que la comunidad se organice y sea capaz de decir su palabra.

El vínculo de la radio con la comunidad es fundamental cuando pensamos en las radios comunitarias como prácticas de educación popular. Cada radio puede desarrollar estrategias para estimular la participación y la educación popular, por tanto, pensar en qué modelo de comunicación está implícito detrás de cada proyecto radial resulta crucial. Mario Kaplún (1985) propone hacer explícitas y analizar las concepciones educativas que subyacen a las prácticas comunicacionales, a la vez que las concepciones comunicacionales que operan en las prácticas educativas. Y por ello distingue tres modelos en la relación comunicación/educación: Los dos primeros exógenos, o planteados desde fuera del destinatario: el primero se corresponde con una comunicación que pone énfasis en los contenidos, comunicación entendida como

transmisión de información, y el segundo, que pone énfasis en los efectos: una comunicación entendida como persuasión, centrada en estrategias de difusión para el cambio de conductas. El tercer modelo es el endógeno porque parte del destinatario, que es considerado sujeto y no objeto. El énfasis en este modelo está puesto en los procesos de transformación de las personas y las comunidades y se preocupa por la interacción dialéctica entre las personas y su realidad. Es éste un modelo centrado en la comunicación intersubjetiva y la participación.

Comunicación popular/educación popular

Es imposible no encontrar un vínculo, correspondencia y complementariedad entre las prácticas de comunicación popular y la educación popular. Hablar de comunicación y de educación como dos campos separados no tiene sentido en el mundo actual (Gumucio Dagron, 2007). Asimismo creemos necesario recuperar el valor semántico de “educar” y de “comunicar”, pues ambos han sido distorsionados por el uso:

Aunque las raíces de educar, provienen del latín “educere” y “educare”, el primero significa sacar lo que está adentro del ser humano, para prepararlo como ser social, mientras que el segundo nos remite a una acción de moldear y guiar. Sacar de adentro hacia fuera el potencial de conocimientos y valores, apoyar el desarrollo de algo que ya existe en el ser humano, en lugar de simplemente moldearlo, hacerlo igual a otro, para que asegure la transmisión de ciertas informaciones. Educere implica preguntar, dialogar, pensar y crear, en oposición a memorizar y repetir. (Gumucio Dagron, 2007).

Comunicarse es ponerse en contacto con otro, entablar relaciones, compartir nociones y sensaciones (Mata y Scarafino, 1993).

Comunicación deriva de la raíz latina communis: poner en común algo con otro. Es la misma raíz de comunidad, de comunión; expresa algo que se comparte: que se tiene o se vive en común (Kaplún, 1985: 64 y 1998: 60).

Rosa María Torres (2005) habla de la necesidad de una educación en y para la ciudadanía, en y para el ejercicio de los derechos, y, en ese sentido, a los cuatro pilares para la educación del futuro propuestos por la Comisión Delors (1996) –aprender a ser, a conocer, a hacer, y a convivir con otros– propone que habría que agregar un quinto pilar: “aprender a cambiar”.

¿De qué hablamos cuando hablamos de educar para la ciudadanía? Cabe aclarar que cuando hablamos de ciudadanía asociamos la idea de ciudadano con la idea de sujeto político, integrante de una colectividad en la cual los derechos y obligaciones deben ser permanentemente revisados por los mismos beneficiarios de los derechos. Educar para la ciudadanía es entonces educar al ciudadano como sujeto político. Ciudadanía “como una práctica que implica la capacidad de ser sujeto en todos los ámbitos en que se construye el poder”. De manera que “la práctica ciudadana nombra no sólo el ejercicio de deberes y derechos de los individuos en relación con el Estado, sino un modo específico de aparición de los individuos en el espacio público caracterizado por su capacidad de constituirse en sujetos de demanda y proposición respecto de diversos ámbitos vinculados con su experiencia” (Mata, 2010a y 2006: 8). Pensada de esta manera, uno advierte que en realidad la ciudadanía es una categoría fundamentalmente comunicativa, que no hay ejercicio de la ciudadanía sin el ejercicio de la comunicación. Entonces, “la ciudadanía comunicativa implica el desarrollo de prácticas tendientes a garantizar los derechos en el campo específico de la comunicación” (Mata, 2006: 13). Se trata de reconocer que sin ciudadanía comunicativa no hay ciudadanía, que el derecho a la comunicación constituye al individuo como sujeto político.

Para Mata y Córdoba (2009), la protesta social y la acción colectiva son dos categorías que se encuentran profundamente unidas a la condición ciudadana. Manejan la idea de que existen ciudadanos no porque existan derechos instituidos, sino por el resultado de ese acto de aparición en el espacio público que implica el ejercicio del derecho a la comunicación. En el mismo sentido, Sidney Tarrow (1997) plantea que los movimientos generan el efecto de democratizar la agenda pública.

Las radios comunitarias no pueden sustituir los espacios de toma de decisiones pero pueden contribuir al ejercicio de los derechos a la comunicación en el espacio público. El objetivo final de los proyectos comunicacionales de estas radios puede ser la alteración de las condiciones sociales injustas, ya sea en el ámbito de lo económico, lo político o lo cultural. Pero, somos conscientes de que la participación en los medios de comunicación comunitarios no anula las desigualdades sociales, entonces es imprescindible confluir con otras acciones colectivas que tengan por objetivo la transformación. Un camino seguro es apelar a la educación popular.

Es Daniel Prieto Castillo (2005) quien, adhiriendo a las palabras de Simón Rodríguez, refiere al “interaprendizaje” como clave de la “educación”³. La condición humana está signada por el aprendizaje y en el aprendizaje hay siempre otro. Debemos procurar aprender del otro, aprender con el otro, y entender que como elemento sustantivo de esa relación está la comunicación. Pero, el hecho de estar juntos en algún espacio no asegura la existencia de comunidad y por tanto no asegura el interaprendizaje. (Prieto Castillo, 2005). Entonces vale que nos preguntemos, como lo hace Gabriel Kaplún (2015) ¿Qué radios para qué comunidades?

La educación requiere de una comunicación que tenga como protagonistas a los sectores en ella involucrados; refleje sus demandas y necesidades; se acerque a su cultura; acompañe procesos de construcción de conocimientos; ofrezca instrumentos para localizar, procesar e intercambiar información; facilite vías de expresión; permita la sistematización de experiencias mediante recursos apropiados a diferentes situaciones; colabore en promover y facilitar el aprendizaje y el interaprendizaje. Y, una comunicación entendida de esta manera privilegia la interlocución; el otro como punto de partida y fundamento del proceso; las relaciones de cercanía; el compromiso de claridad; la capacidad discursiva; y el manejo de medios. Y en el juego pedagógico se incluyen tres señalamientos: partir siempre del otro (de sus experiencias, expectativas, creencias, rutinas, sueños...); compartir, no invadir (ya que un acto pedagógico se funda en el respeto, la tolerancia y el reconocimiento de las características de cada uno de los participantes); no forzar a nadie (se ejerce violencia cuando son impuestos conceptos, métodos y técnicas destinados sólo a cumplir con los propósitos del promotor) (Prieto Castillo, 1994).

³ Inspirado en la utopía de Jorge Huergo, Ismar de Oliveira Soares (2009) presenta a la “educación” como la búsqueda sistémica de la autonomía de la palabra. Y de los valores educativos que le dan soporte, destaca: a) la opción por aprender a trabajar en equipo, respetando las diferencias; b) la valorización de los errores como parte del proceso de aprendizaje; c) el amparo a proyectos dirigidos a la transformación social; d) la gestión participativa de todo el proceso de intervención comunicativa. Presenta finalmente a la “utopía de la educación”, como la “gestión democrática de la comunicación” en espacios educativos.

Así, Prieto Castillo (1994) nos invita a recuperar la “dimensión pedagógica de la educación”. De la misma manera, invitamos nosotros a recuperar la dimensión pedagógica de la comunicación. Para ello, el comunicador/educador popular debe ser un facilitador de la comunicación y estimulador del diálogo y para ello antes deberá recoger de la comunidad sus inquietudes, deseos, problemas, esperanzas, necesidades... y luego deberá devolver todo eso a la comunidad de manera pedagógica, de modo que ésta pueda aprender críticamente de esa experiencia para comunicarla y transformarla. Y eso es hacer educación popular.

Si hablamos de educación popular, debemos decir que se le reconoce una larga tradición en América Latina: Nace en la década del 60, época de rebeldía, inspirada por las ideas de Paulo Freire, una pedagogía desde los oprimidos, una alternativa pedagógica para la liberación que se opone al autoritarismo y al espontaneísmo irresponsable (González, 2010).

¿Qué es, qué se propone la educación popular? La educación popular es un proceso de construcción colectiva permanente que no tiene un camino metodológico único. Es una propuesta política, ética, pedagógica y epistemológica que propone una metodología transformadora.

Para definir la educación popular, nos vamos a referir a Carlos Núñez (1996:55): “es un proceso de formación y capacitación que se da dentro de una perspectiva política de clase y que forma parte o se vincula a la acción organizada del pueblo, de las masas, en orden a lograr el objetivo de construir una sociedad nueva de acuerdo a sus intereses”.

De acuerdo a Carlos Núñez (1996:127-128), lo comunicativo es la dimensión pública y/o masiva del hecho educativo, y la comunicación popular debe ser “el micrófono que amplifica y difunde los contenidos que se producen en el proceso de acción-reflexión-acción de los grupos y/u organizaciones. La comunicación popular es pues, la dimensión colectiva masiva de la educación popular y lo educativo”. Por tanto, el objetivo mayor es ir logrando que las masas organizadas vayan creando sus medios, produciendo sus mensajes, rescatando su cultura, generando sus códigos.

Diversos autores se refieren a la educación popular como un modelo de enseñanza aprendizaje que se basa en la producción y apropiación colectiva del conocimiento (Leis, 2009); un modelo que desde una opción por los pobres y excluidos contribuye a la formación de actores sociales y sujetos políticos capaces de transformar su vida, comunidad y sociedad (Conde Prada, 2009); una corriente que implica una opción por los pobres y que exige la gestación de una propuesta educativa que los haga “sujetos de vida digna” y de “ciudadanía responsable” (Pérez Esclarín, 2003); una corriente pedagógica con una clara intencionalidad política pues opta por los sectores excluidos (Borjas y Ortiz, 2008); una corriente cuya apuesta pedagógica se concreta de acuerdo y en coherencia con los niveles en los cuales se encuentran las personas y grupos con quienes se trabajará, creando las condiciones para que esos sujetos aprendan a trabajar en grupo, a ser solidarios, a construir un mundo orientado por valores que cuestionan, critican y son re-creadores del mundo (Mejía, 2009); una propuesta que proclama la indignación moral ante lo que está sucediendo y se propone cambiar el mundo (Berlanga Gallardo, 2013); “(u)n sentido político que aspira a construir nuevas formas de poder y de relaciones en las que los seres humanos podamos ser socialmente iguales, humanamente diversos y crecientemente libres” y cuyo postulado básico es la dialéctica permanente entre acción-reflexión-acción, que es lo que entraña su potencial emancipatorio (María Rosa Goldar, 2013); una perspectiva o enfoque transversal a todo acto humano considerado como una oportunidad de humanización, y que juega un papel de “histéresis”, disfuncional al sistema imperante (“no se trata sólo de denunciar lo que ya no va más, sino que la histéresis anuncia el tránsito hacia otros horizontes de sentido”) (Alejandro Cussiánovich, 2012).

Torres Carrillo (2010) elige cinco elementos para conceptualizar la educación popular: 1-Una lectura crítica del orden social vigente; 2- Una intencionalidad política emancipadora frente al orden social imperante; 3-Un propósito de contribuir al fortalecimiento de los sectores dominados; 4. Una convicción que desde la educación es posible contribuir al cambio social; 5-Un afán por generar y emplear metodologías educativas dialógicas, participativas y activas.

Para Nydia González (2010), la educación popular se define como una pedagogía del oprimido para la concientización del mundo que vivimos y del mundo que queremos.

Tres rasgos la caracterizan: la dimensión política; la dimensión pedagógica; y la dimensión comunicativa.

En este sentido, tanto la educación popular como la comunicación popular apuestan a la organización del sujeto popular.

El sujeto popular es el pueblo dominado que expresa en su organización una cultura del silencio y el olvido; el pueblo que aprende a investigar su realidad, a rescatar su historia como parte de un modo de pensar distinto; el pueblo que colectivamente va descubriendo que el saber y el poder son formas indisolubles de dominación, pero que son también armas indisolubles para su liberación (Rebellato, 1988).

Para Rebellato (1996) los procesos de construcción de poder local se convierten en instancias privilegiadas de educación; por eso, “la apuesta de la educación popular es a profundizar los espacios de poder de los vecinos, en especial de las organizaciones populares y de los sectores más postergados de la sociedad”.

Hay quienes ven claramente en la educación popular una contribución en la construcción de paradigmas emancipadores. No queremos dejar de aludir al planteo de Boaventura de Sousa Santos (2006), cuando afirma que hay emancipación social y además, que esta emancipación hay que reinventarla:

No es simplemente un conocimiento nuevo lo que necesitamos; necesitamos un nuevo modo de producción de conocimiento. No necesitamos alternativas, necesitamos un pensamiento alternativo de las alternativas (de Sousa Santos, 2006:16).

Según Boaventura de Sousa Santos, existen cinco modos de producción de ausencias en nuestra racionalidad occidental: la monocultura del saber y del rigor; la monocultura del tiempo lineal; la monocultura de la naturalización de las diferencias que ocultan las jerarquías; la monocultura de la escala dominante; y la monocultura del productivismo capitalista. Y hay cinco formas de ausencia que crea la razón metonímica, perezosa, indolente: “el ignorante, el residual, el inferior, el local o particular, y el improductivo”. Pero propone una forma de invertir esta situación con una “sociología insurgente”. Propone entonces sustituir las “monoculturas” por las “ecologías” y propone cinco ecologías: la ecología de los saberes (donde el saber científico pueda dialogar con el saber popular, el de los indígenas, el de las poblaciones urbanas marginales, el campesino...); la ecología de las temporalidades

(reconocer que existen diferentes tipos de temporalidades); la ecología del reconocimiento (propone descolonizar nuestras mentes para producir algo que distinga lo que es producto de la jerarquía y lo que no lo es); la ecología de la trans-escala (muchos de los discursos de los ejecutivos, o de las agencias transnacionales tienen una escala para ver los fenómenos que no es la de los obreros o la de los campesinos); la ecología de las productividades (la recuperación de los sistemas alternativos de producción, de las organizaciones económicas populares, de las cooperativas obreras, la economía solidaria...).

Si las radios comunitarias reconocieran estas ecologías en su discurso y en su práctica, mucho se avanzaría hacia un camino de transformación.

Alfonso Torres Carrillo (2009) pone en diálogo las ideas de Paulo Freire sobre lo que pueden ser los rasgos de una posición y una conciencia críticos del mundo y esboza criterios para la construcción de una propuesta de formación de educadores populares en perspectiva con los paradigmas emancipatorios. Habla de: curiosidad epistémica; colocarse críticamente frente al mundo; pensar desde opciones de transformación; formación de pensamiento y subjetividad crítica como experiencia colectiva; reflexividad; coherencia entre el pensar y el actuar. Nos sirve su planteo para pensar en los propios radialistas como sujetos de educación popular (comunicadores/educadores) que apelan a la educación popular de la comunidad en la que están inmersos y a la que se dirigen e invitan a participar.

Siguiendo a Rosa María Goldar (2013) en cuanto a su planteo sobre los movimientos sociales populares, decimos que las radios comunitarias pueden ser al mismo tiempo sujetos y actores de procesos educativos, porque: desarrollan prácticas educativas, los propios procesos organizativos cumplen un fuerte papel pedagógico: son aprendizajes para, en y desde la acción; y a nivel societal (hacia el conjunto de la sociedad) desde su acción político-organizativa y desde su práctica cultural (construyen nuevos imaginarios), pueden colocar distintas claves emancipatorias que denuncien el carácter opresivo de múltiples relaciones sociales y en diferentes planos.

Benjamín Berlanga Gallardo (2009) nos propone reeditar y editar nuevas rebeldías para fortalecer prácticas subversivas y de resistencia; nos propone partir de nuestras prácticas, mirar lo que hacemos y mirar lo que somos y preguntarnos si lo que

hacemos como práctica de educación popular es subversivo y hace resistencia. El planteo nos resulta interesante para aplicarlo a las radios comunitarias: la propuesta entonces para los radialistas es a mirarse, mirar lo que son y lo que hacen las radios y preguntarse si lo que hacen, hace resistencia. Y es una invitación a esos radialistas a asumir el rol de comunicadores/educadores que estimulen el conocimiento crítico y reflexivo de la realidad, y la transformación al servicio de las alternativas estructurales que el pueblo necesita; y a fortalecer la organización del pueblo que lucha por conquistar sus derechos. Para ello, el trabajo grupal, colectivo, resulta fundamental:

Al integrarse a un trabajo grupal, al escuchar y opinar, los sentimientos y las ideas compartidas adquieren un valor diferente; la realidad empieza a ser nombrada, conocida, puesta sobre la mesa. Dejamos de estar plenamente sometidos a ella para empezar a comprenderla, a analizarla críticamente. El proceso grupal da el marco afectivo, asegurador, que permite bajar las resistencias al cambio... (Ferrando, 1985:45).

Se necesita trabajar por la “promoción popular”, esto es: “una acción que tiende a poner las condiciones y facilite el que las clases explotadas se organicen, luchen por sus intereses de clase y se vayan haciendo cada vez más capaces de tomar y ejercer el poder organizadamente” (Ferrando, 1985:131).

Construir una pedagogía de la educación popular exige necesariamente involucrar a los educadores populares como sujetos capaces de reflexionar desde y sobre sus experiencias (Torres Carrillo, 2012). De la misma manera, construir una pedagogía de la comunicación popular exige involucrar a los comunicadores populares como sujetos capaces de reflexionar sus prácticas y, en esa reflexión, transformarlas.

Así como la transformación social necesita de la educación, necesita de la comunicación:

“Educar para el cambio es estratégicamente para construir una sociedad de la comunicación”.
“La emancipación y la comunicación se necesitan y se enriquecen mutuamente. (Rebellato, 1998).

Radios comunitarias

El término “radio comunitaria” se aplica a modelos muy diferentes y diversos de hacer radio, en función del contexto y determinados intereses. En general, las radios comunitarias son emisoras que no sólo se encuentran ubicadas en comunidades (rurales o urbanas), sino que son propiedad de las mismas y son ellas las que las manejan y gestionan al servicio de toda la población. Su desarrollo ha tenido relación con las necesidades comunicacionales de los movimientos sociales y de las comunidades locales, a las que se involucra en la propia gestión del medio y a las que el medio busca contribuir a organizar (G. Kaplún, 2015).

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogeneización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un aviso 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, ésta es una radio comunitaria (López Vigil, 1997: 538-539).

Imágenes como éstas que nos propone López Vigil sobre las radios comunitarias es lo que buscamos contraponer con la realidad de las radios comunitarias de Amarc Uruguay.

Pero hay más: en las radios comunitarias nos encontramos con una estrecha relación entre la comunicación y la transformación de la sociedad. Como plantea Ernesto Lamas (2003), las emisoras son parte de un proyecto que se propone modificar las relaciones sociales existentes:

...no se trata simplemente de emisoras de radio sino de proyectos político-culturales y comunicacionales. Los colectivos, los grupos de personas que las llevan adelante se proponen objetivos socio-culturales y comunicacionales que van más allá del armado de una programación radial. Y los proyectos sólo pueden comprenderse en el marco de las situaciones sociales en los que nacen, de las realidades sociales en las que surgen y a las que pretenden transformar (Lamas, 2003: 4).

Los medios comunitarios son aliados de una educación concebida como proceso de aprendizaje permanente, de toda la vida. Los medios comunitarios no son sólo un vehículo para transmitir información diferente a la de los medios comerciales y pertinente a las comunidades, sino que son en sí mismos procesos y prácticas comunicativas que contribuyen a construir tejido social (Gumucio Dagron, 2007).

Gabriel Kaplún (2007) resume muy bien ciertas características y hasta podría decirse incoherencias de las radios comunitarias, como: El adjetivo participativo figura en el discurso de todas, pero en muchos casos los modos de gestión y producción están lejos de serlo y las comunidades no perciben a las emisoras como propias. Pero, al mismo tiempo, muchas radios logran que la comunidad esté presente en todos los aspectos, desde consejos consultivos para decisiones sobre programación a programas de puertas abiertas, corresponsalías locales o festivales masivos. Plantea también que muchas radios no encuentran cómo articular lo local (que les da identidad) con lo nacional e internacional; al mismo tiempo otras articulan redes en que comparten información y producción a nivel regional, nacional e internacional. También presentan estas radios problemas de financiamiento y sustentabilidad, lo que las lleva, a muchas de ellas, a vivir en la precariedad; algunas se salvan con estrategias comerciales que terminan por desdibujar su identidad y otras logran financiamientos diversificados, desde aportes de los oyentes a publicidad, apoyos estatales y de la cooperación internacional, etc.

Según Bouissa, Curuchet y Orcajo (1998), los objetivos a los que aluden las radios comunitarias son: propiciar la integración de las realidades locales para lograr objetivos comunes; ayudar a cubrir las necesidades e inquietudes barriales; impulsar lo local y el rescate histórico, social y artístico de la zona; fomentar la difusión de una ideología política particular; apoyar las luchas sociales, promover la apropiación del medio radial por parte de la gente; rescatar, conservar y crear valores así como una sensibilidad diferente a las que promueven los medios masivos, contribuir a la comunicación intervecinal; mejorar las condiciones de vida; democratizar las comunicaciones y la sociedad; dar voz pública a las mayorías empobrecidas; promover el cambio; brindar servicios a la comunidad; servir de articulador entre diferentes actores...

Obviamente, no puede existir tarea colectiva sin una mínima organización y además, “la continuidad de una emisora parece estar dada por la inserción y apropiación de los escuchas” (Bouissa, Curuchet y Orcajo, 1998:208).

Para Rafael Roncagliolo (ex presidente de AMARC) hay tres lógicas de funcionamiento que establecen las verdaderas diferencias de los medios de comunicación: la lógica de la rentabilidad económica; la lógica de la rentabilidad política y la lógica de la rentabilidad sociocultural. En esta última lógica es donde entran los medios comunitarios (López Vigil, 1997).

El Informe Mc Bride (1980) abogaba por un intercambio libre de ideas, de informaciones y de experiencias entre interlocutores situados en un plano de igualdad, sin predominio alguno ni discriminaciones. Son diversos los organismos internacionales que reconocen el papel de los medios de comunicación comunitarios en el desarrollo, el fortalecimiento de la democracia, la construcción de la paz, en garantizar la diversidad cultural o incluso para controlar la gestión del Estado: La Coalición para una Comunicación Democrática⁴ plantea que “organismos de derechos humanos como la CIDH⁵, IELSUR⁶, SERPAJ⁷ y Amnistía Internacional reconocen la importancia de los medios de comunicación comunitarios para el pleno ejercicio de los derechos humanos. En este sentido el Estado tiene que asumir la promoción de los mismos, facilitando y garantizando su existencia” (Coalición para una Comunicación Democrática, 2011). Para el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) “los marcos legales y regulatorios que protegen y fomentan los medios comunitarios son especialmente claves para asegurar la libertad de expresión y el acceso a la información de los grupos vulnerables”. La Relatoría de Libertad de Expresión de la

⁴ La Coalición para una Comunicación Democrática es un colectivo de organizaciones de la sociedad que bajo la idea de democratizar las comunicaciones se propone defender y promover el pleno ejercicio de los derechos ciudadanos, como el derecho a la libre expresión, al acceso y a la producción de cultura, y el derecho a la información y la comunicación.

⁵ Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

⁶ Instituto de Estudios Legales y Sociales del Uruguay.

⁷ Servicio Paz y Justicia.

OEA⁸ ha expresado la importancia de estos canales de ejercicio de la libertad de expresión comunitaria. Por tanto, la existencia de los medios comunitarios va en línea con los estándares internacionales sobre la libertad de expresión (CIDH, 2009) y de desarrollo mediático (Unesco, 2008).

Uno de los temas de interés de quienes estudian y han estudiado las radios comunitarias es conocer cómo se sostienen. No existe radio que no haya pasado por etapas de carencia de recursos, y sin embargo, se sostienen. Son pocas las experiencias que han sobrevivido sin apoyo de la propia comunidad, sin el involucramiento activo de las comunidades, aún las dependientes de financiamiento externo. Así, surge que la sostenibilidad económica es apenas un factor entre otros que determina la sostenibilidad de un proceso de comunicación comunitaria; los otros factores importantes son la sostenibilidad social y la sostenibilidad institucional. La sostenibilidad social está íntimamente relacionada con la participación de los actores locales, en tanto, la sostenibilidad institucional es el marco que facilita los procesos participativos. Y, sin un equilibrio entre los tres factores, la sostenibilidad a mediano y largo plazo es imposible (Gumucio Dagon, 2011).

Curuchet, Girola y Orcajo (2006) plantean que las radios comunitarias deben brindar un buen producto comunicacional y eso los lleva a preguntarse si es posible de manera amateur o si es necesario profesionalizar la labor de los radialistas. De allí la pregunta que se plantean: “¿estamos frente a radios o ruidos comunitarios?”. Lo necesario, sostienen, es “Apostar a dejar de ser un testimonio, una experiencia romántica, una propuesta marginal, para hacer y ser una comunicación que facilite el pleno ejercicio de los derechos humanos” (2006:184).

Radios comunitarias y educación popular

Las radios comunitarias que desarrollan una dimensión educativa pueden asumir ciertos elementos básicos de mediación pedagógica: partir siempre del otro; trabajar la información de manera pedagógica y no descuidar que la forma también educa. El

⁸ Organización de los Estados Americanos.

hecho educativo puede estar presente como un eje transversal en toda la programación de la radio. Cada espacio, ya sea informativo, de opinión, deportivo, de entretenimiento puede desarrollar intencionalidades educativas destinadas a entregarle un saber a los oyentes.

La educación popular, valiéndose de la radio, puede contribuir a la formación integral de las personas:

La educación popular, valiéndose de la radio, puede contribuir a la formación integral, a la construcción de una persona más libre y solidaria, en tres dimensiones esenciales: el corazón, la mente y las manos. Educar el corazón implica formar en la sensibilidad ante la realidad, la indignación ética ante lo que pasa a su alrededor a través de un tratamiento de la noticia adecuado, que ofrezca equilibrio, mostrando también el lado bueno de la realidad... (García, 2002:12).

Cuculiza y Kalinowski (1991) compilan experiencias educativas a través de la radio. Uno de estos ejemplos, es el del Instituto de Cultura Popular (INCUPO) de Argentina, miembro de ALER, que trabaja con población campesina minifundista, asalariados del campo, vendedores ambulantes y empleadas domésticas y que con su trabajo se propone fortalecer las organizaciones de esa población y profundizar su protagonismo. Una de las líneas de trabajo es la comunicación popular, que utiliza variedad de medios, entre ellos la radio. Su objetivo es hacer de esos medios expresión de los intereses y necesidades del pueblo y para ello se enfatiza en la formación de comunicadores populares y la apropiación, por parte de los grupos de base, de formas y técnicas de comunicación. Otra línea es la educación popular, que busca afianzar el protagonismo de personas y grupos por una activa participación democrática. Los programas radiales dentro de este esquema de comunicación popular parten de una manera crítica de mirar y considerar la realidad; fomentan la participación de la audiencia (entrevistas, cartas, debates, avisos). Pero, claro está, hacer que la radio se convierta en un medio participativo exige una cuidadosa organización. Están organizados en equipos de trabajo: los equipos provinciales son grupos interdisciplinarios formados por educadores, comunicadores, técnicos, promotores; el equipo central de comunicación se responsabiliza de la planificación de los programas de radio; el equipo de servicios agrupa a educadores, comunicadores y técnicos y su misión es apoyar trabajos específicos de los otros equipos, así participan en el análisis

de los programas de trabajo, en la profundización metodológica, en la sistematización de experiencias, en la investigación y evaluación. A nivel de base trabajan con comunicadores de organizaciones de barrio. Conocer y revisar modelos exitosos cómo este y otros tantos que deben ocurrir en toda América Latina, puede resultar interesante para radios que piensan la dimensión educativa.

Tomando como referencia a Gabriel Kaplún (1996; 2001), decimos que un material educativo (que bien puede ser un programa de radio) es un objeto que facilita una experiencia de aprendizaje, es decir, una experiencia de cambio y enriquecimiento en algún sentido: conceptual o perceptivo, axiológico o afectivo, de habilidades o actitudes, etc. Además, que muchos materiales que no fueron elaborados con intencionalidad educativa pueden cumplir esa función utilizados adecuadamente; y a su vez que es frecuente que muchos materiales que sí fueron elaborados con fines educativos no logran cumplir esa función. También afirmamos que una creación de calidad requiere la conjunción de varios saberes: conceptuales, educativos, comunicacionales, artísticos, técnicos y que por ello es un desafío la conformación de equipos o formas de trabajo que permitan articular estos saberes. Kaplún (2004) nos propone tres ejes para el análisis y construcción de mensajes educativos: el eje conceptual, el pedagógico y el comunicacional. El eje conceptual refiere a los contenidos, su selección y organización, y requiere realizar un importante trabajo de prealimentación. El eje pedagógico es a través del que establecemos un punto de partida y un punto de llegada tentativos para el destinatario del material, un camino que le invitamos a recorrer, una perspectiva nueva que queremos abrirle, y por ello es fundamental conocer las “ideas previas” de los sujetos, que, para nosotros, educadores comunicadores serán “ideas constructoras”, para provocar un “conflicto conceptual” deconstruyendo algunas de las concepciones iniciales e iniciar la construcción o reconstrucción, problematizando. Es la misma idea de Freire, cuando afirma:

En la realidad de la que dependemos, en la conciencia que de ella tengamos educadores y pueblo, buscaremos el contenido programático de la educación. El momento de esta búsqueda es lo que instaura el diálogo de la educación como práctica de la libertad. Es el momento en que se realiza la investigación de lo que llamamos el universo temático del pueblo o el conjunto de sus temas generadores (Freire, 2002:109).

El eje comunicacional tiene que ver con construir la figura retórica o poética, la metáfora adecuada. Y para ello habrá que tener un buen banco de experiencias, códigos, historias, imágenes, olores, sabores, costumbres, anécdotas... Usaremos juegos de palabras o imágenes, juegos de sentidos; inventaremos historias, crearemos personajes... G. Kaplún (2004) también nos recuerda que un buen material requiere de una investigación previa: de textos, contextos y sujetos, y que para construir conocimientos muchas veces hay que deconstruir otros previos.

A su vez, Daniel Prieto Castillo (1994b) habla de mediación pedagógica: esto implica “lograr la comunicabilidad de los materiales y de las relaciones presenciales”. Y afirma que un camino para lograr cercanías, reconoce y valora las posibilidades que ofrece para el aprendizaje la vida cotidiana.

Mario Kaplún (1999) presenta a la radio como instrumento de educación y cultura populares y como promotora de auténtico desarrollo. Si siguen un modelo de comunicación/educación problematizadora, que ponga énfasis en el proceso, los programas de radio tenderán a estimular un proceso en los oyentes más que a inculcarles conocimientos; ayudarán al oyente a tomar conciencia de la realidad que lo rodea, partirán de su problemática concreta; les facilitará los elementos para comprender y problematizar esa realidad; estimularán la inteligencia, harán pensar, llevarán a la reflexión; se identificarán con las necesidades e intereses de la comunidad y procurarán que ella descubra esas necesidades e intereses; estimularán el diálogo y la participación; estimularán el desarrollo de la conciencia crítica y la toma de decisiones autónoma.

Para Paulo Freire (1969) la educación verdadera es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo. En ese sentido, decir la palabra es transformar la realidad, y decir la palabra no es privilegio de algunos, sino derecho fundamental de todos los hombres. Y como nadie dice la palabra solo, sino que la dice para otros, decirla significa un encuentro de los hombres. Las radios comunitarias pueden ser el lugar de encuentro de los hombres. Diciendo su palabra, el hombre renuncia a la postura de objeto y asume la de sujeto. Un sujeto con esperanza. Y la esperanza está en la raíz de la inconclusión de los hombres (Freire, 2002). Es decir, mientras el hombre viva, estará en permanente búsqueda.

Todo esto puede ayudar a recuperar la dimensión educativa en las radios comunitarias. Puede contribuir a la búsqueda de este camino.

1.3 Objetivos, hipótesis de trabajo y preguntas que busca responder la investigación

Esta investigación tiene por objetivo contribuir a que las radios comunitarias de Amarc Uruguay puedan pensar/identificar la dimensión educativa en sus prácticas y por tanto potenciar ese aspecto repensando sus prácticas desde la perspectiva de la educación popular.

Como objetivos específicos, se propone:

- Construir los indicadores de la dimensión educativa en las radios comunitarias.
- Identificar la dimensión educativa en las prácticas de las radios comunitarias de Amarc Uruguay.
- Proponer criterios que posibiliten ampliar la dimensión educativo-popular en las radios comunitarias para, en definitiva, potenciar ese aspecto.

Esta investigación busca responder las siguientes preguntas:

-Lo que hacen las radios comunitarias de Amarc Uruguay ¿puede considerarse una práctica de educación popular?

-¿Se plantean las radios como objetivo desarrollar propuestas de educación popular?
¿La dimensión educativa es pensada por los radialistas?

-¿Qué dificultades que se visualice esa dimensión?

-¿Cómo puede potenciarse ese aspecto? ¿Cómo pueden facilitarse/ampliarse espacios de educación popular en las radios comunitarias?

Otras preguntas que ofician de elementos inspiradores para este proyecto: ¿En qué medida afecta la precariedad de las radios y la escasa profesionalización para pensar la dimensión educativa? ¿De qué manera participan las organizaciones sociales en la radio? ¿Cómo participa la audiencia/comunidad en la definición de la programación y

las producciones? ¿Cómo es el vínculo de las radios con la comunidad? ¿Cómo es la vinculación con otras radios comunitarias? ¿Se trabaja en red con otras radios? ¿Existen experiencias educativas en la red?

A modo de hipótesis, manejamos que:

-Las prácticas radiales pueden ser educativas, pero, en el caso de las radios comunitarias de Amarc Uruguay, no ha habido una reflexión explícita sobre esta dimensión.

-Es frecuente la tensión entre el discurso y la práctica: Está muy arraigado en el discurso de las radios su función educativa, el hecho de que las radios ayudan a construir actores, que están insertas en los procesos sociales, etcétera, etcétera, pero después, en la práctica, todo eso no es siempre evidenciado.

-La precariedad de las radios y la falta de oportunidades de formación de quienes participan en ellas, puede incidir en que la dimensión educativa no sea pensada.

1.4 Metodología

Consideramos importante el involucramiento, de algún modo, de los sujetos en la investigación, por eso creímos conveniente llevar adelante una investigación colaborativa, con componentes de investigación-acción participativa (IAP).

El término “investigación-acción” proviene de Kurt Lewin y fue utilizado por primera vez en 1944. Mediante la investigación-acción, Lewin argumentaba que se podían lograr en forma simultánea avances teóricos y cambios sociales.

Lewin había indicado que el proceso se inicia porque hay una insatisfacción con un estado actual de cosas.

Dentro de la IAP, el proceso de investigación debería verse como un proceso dialéctico, un diálogo a través del tiempo. El quehacer investigativo debe tener una clara vinculación con la práctica transformadora, lo que supone la superación de la división clásica entre el ‘sujeto’ y el ‘objeto’ de la investigación (Ander-Egg, 1990). La IAP no termina en la producción de conocimientos, sino que pretende actuar frente

a las realidades sociales, transformándolas desde el protagonismo de los actores. Y esto es justamente lo que pretendemos con esta investigación.

El trabajo participativo-investigativo es “descubrimiento y creación”, y busca no solamente explicar sino también mejorar o reformar situaciones actuales. El investigador participativo asume la obligación de transformación para la justicia social. En este sentido, la teoría no puede separarse de la práctica ni el sujeto del objeto; el investigador consecuente puede ser al mismo tiempo sujeto y objeto de su propia investigación y experimentar directamente el efecto de sus trabajos. (Fals Borda, 2009).

En la investigación-acción el objetivo está centrado en conocer y comprender un aspecto de la realidad, contextualizado, para actuar. La búsqueda de datos y elaboración de teorías estarán dirigidas a guiar la acción. En este caso, el objetivo estará centrado en identificar la dimensión educativa en las radios y la acción estará dirigida a potenciarla.

La participación de los sujetos en la propia investigación se corresponde con lo que plantea Óscar Jara (1984), cuando establece:

Para nosotros, educadores populares, la investigación participativa (su concepción, sus métodos, sus técnicas y procedimientos) son la única opción metodológica posible para implementar una dinámica de investigación coherente con nuestros postulados (1984: 4).

...la investigación participativa debe ser un trabajo auténticamente educativo, insertado en una praxis social y que contribuya a que el pueblo se reconozca como sujeto capaz de enfrentar organizada y colectivamente su problemática (1984: 2).

...no es posible concebir un proceso de investigación participativa que no tenga una dimensión educativa correspondiente (1984: 3).

De igual forma, no concebimos un proceso de educación popular que no tenga una dimensión investigativa coherente con él. (1984: 3-4).

Para esta investigación se aplicaron técnicas cualitativas de investigación: entrevistas a informantes calificados, entrevistas a los radialistas, observación de prácticas educativas y análisis de programas.

La perspectiva cualitativa [...] se interesa por el modo en que los actores construyen –y son construidos por– sus contextos cotidianos de interacción. [La] expresividad humana, que vuelve manifiesta nuestra subjetividad ante los demás y ante nosotros mismos, constituye el objeto de la investigación cualitativa; aquí, los sujetos ocupan el lugar central de la escena en su condición de agentes activos, constructores directos de la trama social de la que participan. La investigación cualitativa es, en suma, una exploración de mundos intersubjetivos de vida, de experiencia cotidiana compartida comunicativamente (Graña, 2008: 46-47).

Optamos por el enfoque cualitativo porque básicamente nos centramos en la palabra de los propios sujetos de la investigación y en la observación directa de sus prácticas.

Un aspecto metodológico que debí tener en cuenta en esta investigación es el problema que podía generar el hecho de estar “implicada”, por ser integrante de una radio comunitaria que forma parte de la Red de Amarc. Si bien esto podía representar ventajas para el trabajo, también significaba un aspecto a manejar con cuidado, teniendo en cuenta que debían asegurarse las “distancias óptimas” que contribuyeran a generar una perspectiva crítica durante todo el trabajo de campo.

Estrategia metodológica y actividades desarrolladas

El trabajo de investigación se centró en analizar cuánto las radios se acercan o se alejan, en su funcionamiento cotidiano, de lo que podría ser considerado una práctica de educación popular. El énfasis estuvo puesto en ver cómo se organizan, en analizar los discursos de los radialistas y sus prácticas radiales y en responder las preguntas de investigación, para lo cual fueron muy valiosos los indicadores elaborados sobre la dimensión educativo-popular en las radios comunitarias.

No nos propusimos con esta investigación detenemos a analizar este asunto desde las audiencias, eso queda como posible tema de estudio para una futura investigación.

Inicié el trabajo con una revisión bibliográfica sobre radios comunitarias y educación popular, interiorizándome sobre el estado del arte y realizando fichas de lectura que me permitieron construir el marco teórico. A la vez realicé cinco entrevistas a informantes calificados que sirvieron como insumo para elaborar lo que llamé los

“Indicadores de la dimensión educativa en las radios comunitarias de Amarc Uruguay”.

Teniendo en cuenta que mis tiempos no iban a ser los mismos que los de los otros sujetos que pudieran participar/colaborar con la investigación, consideramos oportuno que los radialistas se involucraran en los momentos claves de decisión. Es por este motivo que se buscó una instancia inicial de encuentro con ellos para invitarlos a colaborar con la investigación y donde se discutieran los aspectos a tener en cuenta en la misma; una instancia de debate para discutir el diseño de la investigación, una instancia en la que los propios radialistas pudieran hacer parte del trabajo de campo (básicamente las observaciones de prácticas educativas y de programas de radio), y finalmente una nueva instancia para pensar los caminos que faciliten, a futuro, espacios de educación popular (como manera de potenciar la dimensión educativa de las radios comunitarias).

El 10 de mayo de 2014, en una Asamblea Nacional de Amarc se realizó un taller donde presenté el proyecto de tesis e invité a los radialistas a colaborar y participar en la investigación. Al finalizar el taller, los interesados en participar de la investigación completaron sus datos en una planilla. Con este insumo, se creó un grupo de correo electrónico para hacerles llegar información y convocarlos a participar de las siguientes instancias, además de pedirles sugerencias y comentarios sobre diferentes aspectos para el avance de la investigación (ver en anexos).

El trabajo continuó con la construcción de los indicadores, que sirvieron para elaborar la pauta de entrevista y observación que luego llevaríamos a cada radio investigada (Ver en anexo pauta de entrevistas y de observación). Tanto los indicadores, como la pauta de entrevista, se les hicieron llegar por correo electrónico al grupo de interesados en participar de la investigación para que hicieran sus aportes, comentarios y sugerencias.

Luego se mantuvo una reunión con la Mesa de Amarc para planificar un taller vivencial con las radios, y se aprovechó esa instancia para mostrar los indicadores elaborados, de manera que la Mesa también pudiera hacer sus comentarios y sugerencias.

El 30 de agosto de 2014 se realizó el taller vivencial, cuyo objetivo fue compartir el concepto de educación popular y en base a ese concepto, ver qué aspectos educativos llevan adelante las radios comunitarias, además de definir, entre todos, las tres radios a investigar (ver en anexos).

La selección de las radios fue resuelta por el propio colectivo. Se definió que las tres radios a investigar fueran El Prado FM (Montevideo), Horizonte FM (Paysandú) y Palmira FM (Nueva Palmira). La decisión básicamente se debe a que las radios del interior son radios con experiencias interesantes a analizar, al igual que la radio de Montevideo, además que esta última no ha sido incluida en investigaciones anteriores.

La investigación continuó con las visitas a las tres radios elegidas. Para ello, se instó a los radialistas de todas las radios a participar de las visitas. La intención era involucrarlos en la investigación, de manera que una radio tuviera la posibilidad de analizar a otra, sin embargo esto no se concretó del modo como lo habíamos proyectado. Sólo en la visita a una de las radios fui acompañada por otros dos compañeros de Amarc, de diferentes radios. En las radios se realizaron entrevistas colectivas y entrevistas a referentes de los programas propuestos para analizar (los programas elegidos fueron los que los propios radialistas identificaron como los “más educativos”). De cada radio nos llevamos programas grabados para su posterior análisis (si bien la idea inicial era observarlos al aire, por la distancia de las radios, era muy difícil de concretar, ya que había que viajar varias veces a cada radio, si pretendíamos analizar al menos tres o cuatro programas diferentes). La observación a programas y prácticas educativas sí se concretó en El Prado FM, donde observamos a los niños de la escuela 242 preparando el programa y luego realizándolo en la radio y también observamos la salida al aire del programa “Aportar”.

Posteriormente a las visitas a las radios, se realizó, en diciembre de 2014, en asamblea y campamento de fin de año de Amarc, en el Camping El Hidalgo, en el balneario La Floresta, un taller de devolución y proyección donde se discutieron propuestas para elaborar una guía con criterios o caminos para potenciar la dimensión educativa en las radios (ver en anexos).

Para finalizar, en diciembre de 2015, en asamblea nacional, realicé una devolución de la tesis a las radios y allí se acordó armar un guión radial que resumiera las diferentes

instancias de la investigación y los principales resultados, para que circulara e incluso pudiera salir al aire en la programación de las radios. El guión ya fue elaborado y se encuentra en proceso de grabación (ver en anexos).

Indicadores de la dimensión educativo-popular en las radios comunitarias de Amarc Uruguay⁹

De las entrevistas exploratorias a los informantes calificados (ver en anexos), a quienes se les preguntó sobre el vínculo entre la comunicación popular y la educación popular y sobre los aspectos que consideran no pueden descuidar las radios que piensen en la dimensión educativa, y del marco teórico, derivaron los siguientes indicadores:

-La radio comunitaria contempla, en su proyecto político comunicacional, la dimensión pedagógica y favorece aprendizajes.

-La radio comunitaria favorece aprendizajes en quienes hacen radio y en quienes escuchan la radio.

-Los contenidos/enfoques de las radios comunitarias buscan fomentar la conciencia crítica y el empoderamiento social.

-Los mensajes o contenidos elaborados son abiertos: a la reflexión, la pregunta, la duda, el razonamiento personal del destinatario.

-La radio comunitaria invita a realizar y realiza un autodiagnóstico de la realidad: ordena, clasifica y prioriza problemas y alternativas.

⁹ Los indicadores fueron elaboración personal y puestos a discusión con el colectivo de Amarc.

-Las radios ponen al alcance del oyente información práctica para la vida: temas como salud, higiene, alimentación, relaciones interfamiliares, etc.; información sobre cuestiones nacionales o internacionales, informaciones que le llevan a entender mejor su propia vida.

-La radio comunitaria arma equipos productores que permitan articular saberes y piensen el programa educativo como tarea colectiva.

-La dimensión educativa está presente en la vida de la radio y principalmente en su programación, como eje transversal.

-Cada espacio, ya sea informativo, de opinión, deportivo, de entretenimiento, desarrolla intencionalidades educativas destinadas a compartir un saber con los oyentes.

-Los radialistas se escuchan entre sí; trabajan y planifican en equipo; registran constantemente los contenidos que discuten; evalúan procesos, sistematizan, y todo ese proceso siempre es educativo.

-Se aprovechan los errores como fuente de aprendizaje.

-La radio comunitaria toma posición a favor de las clases populares y de su liberación.

-La radio comunitaria opina, da su punto de vista y plantea su opinión cada vez que es oportuno, en defensa de las clases populares.

-La radio comunitaria cuestiona y ofrece resistencia a las realidades injustas.

-La radio comunitaria se integra al entorno, a la vida del barrio y la comunidad.

-La radio comunitaria abre sus micrófonos al ambiente social y cultural de la comunidad, rescata fiestas y tradiciones y se une a las celebraciones populares.

-La radio comunitaria difunde los reclamos del pueblo, las luchas de la comunidad y rescata los valores populares.

-La radio comunitaria realiza actividades con el fin de organizar y construir comunidad.

-La radio aprovecha la especificidad y fortaleza del medio radiofónico para la educación popular.

-La radio comunitaria utiliza la totalidad de los recursos del medio (música y efectos de sonido) y aprovecha su magia; emplea los juegos de palabras, la dramatización, la poesía, el absurdo, el humor; activa la fantasía e inteligencia de los oyentes; establece una comunicación cálida, personal, que llega a la esfera emocional, afectiva; presenta, a través de distintos personajes, diferentes posiciones, problematizando al oyente.

-La radio asume una concepción dialógica.

-La radio posibilita y fomenta el diálogo: el radialista dialoga con sus destinatarios/interlocutores; favorece el diálogo de éstos con otros interlocutores; favorece el diálogo con el contexto; favorece el diálogo del oyente consigo mismo.

-Todos los actores se sienten parte, comprometidos con un proyecto común y la toma de decisiones es democrática.

-Se fomenta la participación de reporteros/corresponsales populares que envían noticias, entrevistas, comentarios...

-La radio construye alianzas con organizaciones no gubernamentales locales, con organismos de cooperación y otras instituciones.

-La radio forma redes con otras radios comunitarias.

-La radio comunitaria investiga.

-La radio comunitaria investiga en textos, contextos y sujetos.

-La radio comunitaria realiza un trabajo de pre-alimentación, para entender qué saben, qué quieren, qué piensan, qué imaginan, qué ignoran los destinatarios, a cuáles de sus necesidades podría responder el programa.

-La radio comunitaria promueve la participación.

-El público participa de alguna manera en la producción de los programas.

-La comunidad es una comunidad que controla todos los aspectos de la iniciativa comunicacional: financieros, administrativos, técnicos, de capacitación, etc.

-Desde la gestión se crean las condiciones para que los sujetos aprendan a trabajar en grupo.

Estos indicadores sirvieron como base para luego elaborar la pauta de entrevistas y de observación para llevar a las radios comunitarias (Ver en anexos).

7. LAS RADIOS INVESTIGADAS

Antes de comenzar con este capítulo, cabe aclarar que del momento en que realizamos el trabajo de campo, a la actualidad, la realidad de las radios ha cambiado. Algunos de los programas ya no están al aire. Radio El Prado, que al momento de nuestras visitas y entrevistas funcionaba en un local al fondo de la casa de uno de sus radialistas, dejó de salir al aire porque el dueño de casa se mudó. Actualmente, el colectivo se encuentra abocado a conseguir un nuevo local para funcionar, a través del Centro Comunal. Esperan poder continuar funcionando en el barrio. Y Horizonte FM, que también funcionaba en un local cedido por uno de sus radialistas, presentó un proyecto ante la Dirección de Deportes y pasó a funcionar en la Plaza de Deportes de Paysandú, para lo cual se firmó un comodato por cinco años. Se alquiló un contenedor y se armó

una pequeña sala de salida al aire. También le fue autorizado un aumento de potencia y un aumento de altura de antena.

7.1 El Prado FM

El Prado 99.9 FM inició sus transmisiones el 31 de diciembre de 2004. Se llama El Prado pero está en el Paso de la Arena. Cubre parte de los bulevares, parte del Cerro, Paso de la Arena, La Teja hasta Carlos María Ramírez, parte de Colón y Sayago.

El Barrio Paso de la Arena abarca Camino de las Tropas, Luis B. Berres, Las Higuieritas, Eduardo Paz Aguirre y Santa Lucía. En cuanto a su historia, su nivel organizativo y su gente, de la entrevista colectiva con los integrantes de la radio surge que es un barrio obrero y que cuenta con varias fábricas y empresas que dan trabajo en la zona: COUSA, que tiene dos fábricas en el barrio; Urusal (en Luis Batlle Berres y Camino de las Tropas); la carpintería Álvaro Fernández (Luis B. Berres y Eduardo Paz Aguirre). Luego señalan que hay muchos talleres de motos, talleres mecánicos de vehículos y cantidad de comercios. El corazón comercial del Paso de la Arena está ubicado en Luis B. Berres y Tomkinson. En cuanto a organizaciones del barrio, destacan al Club Chimenea (club de fútbol); El Club Andorra, de la tercera edad; la Cooperativa Tres de Abril y el salón comunal del barrio Villa Sarandí.

Cuando empezaron a emitir, no tenían permiso. Hoy en día funcionan en la legalidad, pero, según señalan, obtener el permiso no fue algo importante para ellos:

“No fue importante. No nos cambió nada. Nos dieron el permiso y ‘ta; fue un halago, porque fuimos de las primeras, entramos en el grupo de las primeras... CXC... pero nosotros no lo usamos porque para nosotros no fue un logro importante; lo importante para nosotros fue haber subsistido estos diez años, tener gente, porque lo más difícil para una radio comunitaria es... porque acá no hay lucro, no hay plata, no hay nada. Al contrario... Hay gente, y es importante...”.

Algunos integrantes venían de una experiencia previa en otra radio comunitaria, en El Pozo FM, una radio que primero funcionó en Sayago y luego se mudó más cerca del barrio.

Su principal cometido es el apoyo a la comunidad. El 6 de enero de ese año, y como todos los años, la radio realizó una campaña del juguete para llevar a los niños del

Hospital Pereira Rossell. Siempre se va dos veces al año, en el Día del Niño y en Reyes, y lo que sobra se reparte en cualquier barrio carenciado. Es un medio que está, acompaña en el barrio, tiene su presencia. Desde sus inicios estableció vínculo con la gente del barrio.

Integran el colectivo alrededor de veinte personas. Hay gente del barrio pero algunos vienen de otros lados.

Cuando a sus integrantes se le pregunta por los objetivos de la radio, responden que el principal objetivo es “sobrevivir”:

“Y creo que siempre fue lo nuestro, sobrevivir... una radio que se maneja sin dinero. [...] Esta radio, sin nada, sin tener presupuesto ninguno hace un montón de cosas por los niños. Qué objetivo: subsistir... En lo personal, en diciembre yo me jubilo; yo trabajo bastante bien y eso es lo que me permite mantener parte de la radio. Entre todos ponemos, pero siempre quedamos en rojo. Y a fin de mes hay que pagar la luz, si no, al otro mes, quedamos fuera...”. (Carlos González).

La radio no vende publicidad, sino que se sostiene con el aporte de los mismos integrantes del colectivo:

“No vendemos publicidad. El ingreso que tenemos es de los compañeros: los compañeros que puedan aportar, aportan; es muy poco, 200 pesos, 300 pesos... Lo que pueden aportar. Los que no tienen, no aportan, y de ahí sumamos. Nunca da para los gastos. Donamos la diferencia” (Carlos González).

Nadie cobra por su trabajo en la radio, son todos voluntarios. Dicen que económicamente están “de regular para abajo” y que eso influye en el trabajo:

“Influye porque nosotros tratamos de mejorar. Nos cuesta mucho. Por ejemplo, la radio se nos llueve: el otro día se nos estropeó el teléfono que tenemos [...] teníamos un [teléfono] manos libres, el híbrido, se nos quemó uno, no lo pudimos reponer. Cada vez que estamos tratando de juntar plata para comprar algo, siempre viene algo: una ayuda para otra persona, y siempre lo utilizamos para otro y nunca podemos comprar, entonces a veces te enoja y te decae. [...] Se nos rompió la consola y nos donaron una, nos salvaron la vida. [...] Trabajamos para el centro comunal, hace como tres años y nos habían prometido una ayuda, no en plata, porque nosotros no queremos plata. Y bueno, ahora estamos por comprar un proyector. Tenemos 10 mil pesos que a través de la Intendencia, lo cobra La Cotorra, y nos da a nosotros 10 mil. Pensamos comprar el proyector porque acá en verano damos cine. Nos encanta dar cine... Hay gente que dona ojitos para los niños... Es lo que nos satisface a nosotros personalmente...” (Carlos González).

Afirman que las decisiones de la radio se toman en colectivo, pero claramente Carlos es el líder (de hecho figura como el director). Cuando se les pregunta quién decide la programación, la respuesta es que todo quien quiere hacer un programa, puede hacerlo, que lo que se le explica es que es una radio familiar y se aclara que no se puede hacer proselitismo político o religioso.

La programación es variada, está el programa de los niños de la escuela 242, el informativo, que vía Skype se hace en dúplex con FM del Carmen, de Puntas de Manga, programas musicales, un programa del Centro Comunal Zonal.

Los ejes temáticos prioritarios para la radio son “los sociales”; con esto se refieren a que la radio está dispuesta a ayudar a la comunidad:

“Ella hace programa social, otros musicales, pero mayormente creo que hay algo ahí que no sólo va en el programa musical; siempre va más allá, no se quedan solamente con lo musical. Yo lo he visto, cuando alguien tiene un programa y le piden algo, hay que ayudar a alguien, cómo se esfuerza ese programa en darle, en darle, en darse, sacrificar parte de lo que es su programa. [...] El mío hace lo mismo, cuando tiene un pedido de ayuda como que vuelca mucho más para ahí...” (Carlos González).

En cuanto a la música, se escucha de todo: tropical, tango, folclore, reguetón, cumbia, música romántica, boleros... La inclusión de este tipo de música responde, según ellos, a que es lo que a la gente le gusta.

Cuando se les pregunta si lo local está presente en la programación, si la vida cotidiana del barrio se refleja de alguna manera en los programas, la respuesta es que sí, y comentan que de hecho la radio comenzó a transmitir, en el año 2013, la fiesta del barrio, la fiesta del Paso de la Arena.

El contacto con las organizaciones es prácticamente inexistente, sin embargo dicen que “es una radio de puertas abiertas”, que la Intendencia tiene un programa y que siempre se apoya desde la radio al club Chimenea y la escuela.

Cuando se les pregunta de qué manera participa o influye la comunidad en la programación de la radio, responden que la comunidad está representada en la radio:

“Todos somos integrantes de la comunidad acá. Acá tenemos una ventaja. Tenemos desventaja totalmente con las radios comerciales, pero una ventaja enorme sobre ellas: primero, nosotros hablamos el mismo idioma que la gente del barrio...” (Carlos González).

“Acá nos escuchan porque somos iguales. Tenemos las mismas desventajas, sufrimos el fin de mes, tenemos las mismas condiciones, entonces nos entendemos bárbaro. Nosotros no tenemos que andar fingiendo palabras lindas, simplemente hablamos como hablamos...” (Carlos González).

Para El Prado, lo “comunitario” pasa por ayudar a la comunidad, pero también a “dar voz a los que no tienen voz”:

“La radio le da voz a los que no tienen voz. Creo que muchos de nosotros no tendríamos posibilidad de expresarnos a través de un micrófono en otro lado, y sin embargo tenemos una radio ahí en el fondo que sí podemos expresarnos. Entonces le estamos dando voz a los que no tienen voz. Acá tanta gente se comunica... Nuestro amigo Miguel que se comunica de Piedras Blancas, nos escucha por Internet, y él da información de la Asociación de Psicópatas del Uruguay. Esa persona no podría tener voz... Hay amigos que tenemos en Maracaná... porque tenemos muchos amigos especiales que... Julito de Cadorna, Matías de Maracaná... son niños que no tienen oportunidad. Llamamos a una radio, los escuchamos primero y le dicen ‘no, no podés salir al aire’. Y acá salen al aire. Entonces le estamos dando voz a los que no tienen. La radio comunitaria abierta tiene eso: darle voz a los que no tienen voz...” (Carlos González).

Cuando se les pregunta si consideran que la radio tiene un componente educativo, si cumple un papel educativo, no dudan en responder que sí. Un vecino, que no tiene programa, pero que forma parte del colectivo, responde:

“Sí, sí. Subrayalo a eso que eso es fundamental. El objetivo específico que tiene la radio es educar, tratar de educar”.

Otra de las integrantes del colectivo, en este caso una mujer, hace referencia a la enseñanza de la radio a través del ejemplo, de los valores que transmite al volcarse a los vecinos, al ayudarlos. No falta quien señala que la radio enseña a la gente del barrio a ser solidaria, pero también se hace referencia a lo que se aprende al estar haciendo radio, en la propia práctica:

“El aporte cultural que tiene... ¿Si hemos aprendido, si hemos enseñado?, creo que todos lo hemos hecho. Yo he crecido en la radio... Yo soy una persona con pocos estudios y a través de esto... mismo cuando elaboramos, cuando hacemos el informativo central, vamos a dar una información y no la podemos leer nada más, tenemos que ir y aprender para poder enseñar. Yo sinceramente crecí con la radio” (Carlos González).

Profundizando aún más, les preguntamos si creen que la radio logra que la gente que los escucha, aprende, y en ese caso, qué tipo de aprendizajes, y las respuestas pasan por decir que “la gente aprende con la radio porque la radio es formadora de opinión”.

En cuanto a si la radio favorece cambios, transformaciones en las personas del barrio, la respuesta es que sí. El ejemplo que ponen es el de gente que tenía muchas dificultades para expresarse, accede al micrófono y participa de un programa, como ha ocurrido con niños de la escuela 242.

Cuando se les pregunta si la radio promueve la organización del barrio, la respuesta es claramente que no, que el rol de la radio es otro: “informar y tratar de unir”.

La radio tiene algunas actividades extra-radiales, pero no son muchas: el cine en el barrio una vez al año para niños y adultos –porque se proyecta un dibujo animado y una película-, donde además se consigue algo para darle a los niños de comer, alguna golosina, alfajores o panchos, generando un vínculo especial... o la campaña de juguetes, para lo que se convoca a los vecinos y algunos se suman consiguiéndolos, acondicionándolos, arreglándolos y llevándolos hasta el hospital. Pero ninguna de estas actividades tiene un fin educativo en sí.

En la radio no hay reuniones de planificación, salvo cuando hay alguna actividad importante que hacer y amerita reunirse para organizar, pero no hay planificación conjunta de programas o de actividades educativas. Tampoco se hacen evaluaciones con periodicidad. No existe un espacio pensado detrás de eso. Sí se evalúa pero informalmente, en el encuentro entre compañeros, pero no de forma que quede registrado, y esto no se hace porque hay otras prioridades:

“No hay papel escrito. No, no hay. [...] Habría mil cosas para hacer, pero creo que la primordial es existir. En la radio tendrías un montón de cosas más para hacer... pero a veces no hay capacidad” (Andrea).

Tampoco se investiga sistemáticamente a la comunidad, los sujetos, la gente del barrio para conocer sus gustos, sus intereses o sus necesidades; sí hay actitud de apertura, es decir, sí se recibe lo que el vecino tiene para decir, a través de mensajes de texto, o cuando llama a la radio, o cuando se encuentra con el conductor en el almacén del barrio y le hace algún comentario sobre el programa, pero no es que la radio, los radialistas salgan al barrio a investigar esto. No hay un trabajo pensado, sistemático que se realice en este sentido:

“No, yo creo que cada uno hace la audición en base a lo que más o menos uno maneja” (Josefa).
“Nosotros tenemos programas abiertos, se incita a que la gente llame y se queje o dé opiniones...
Estamos abiertos, pero no es que vayamos nosotros a averiguar...” (Carlos González).

Las asambleas o reuniones en la radio se realizan cuando hay un problema que resolver o alguna actividad que organizar:

“Pahhh, son esporádicas. Las hacemos cuando nos pelean: cuando URSEC¹⁰ me pelea, cuando el MEC¹¹ me pelea, o cuando DINATEL¹² me pelea, ahí vamos y salimos como de adentro de un gorro...
Y si no cuando vemos que estamos con la soga muy en el cuello... Cuando los citamos a todos o porque hay algo para organizar, o porque hay una asamblea de Amarc, o el pretexto es que nos juntamos para comer algo...” (Carlos).

Los integrantes del colectivo, por lo general se mantienen desde hace años. Hay quien participa desde el comienzo, hay quien está desde hace nueve años, cinco años... Y cuando viene gente nueva a integrarse, se le da un espacio:

“Ah sí, sí, sí, siempre están viniendo a preguntar si pueden hacer un programa. Nosotros tenemos un interno acá en casa de la radio, suena allá y suena acá: hay gente que llama para venir a conocer la radio y cuando llega pregunta cómo se puede hacer un programa. Lo primero que les decimos es vengan a conocer la radio” (Carlos).

No se conoce en realidad qué cantidad de gente escucha la radio. Sí identifican un cierto número de vecinos que siempre envía mensajes o llama, incluso gente de otros barrios y países que escucha la radio por Internet. Por las entrevistas y las observaciones, se puede apreciar que los radialistas se escuchan entre sí, escuchan los otros programas e incluso envían mensajes y participan.

Cuando se les pregunta para qué sirve ser parte de una red como Amarc, la respuesta es que “estar juntos nos sirve para ir ganando experiencia. Compartir experiencias con otras radios...” (Emir Martínez). Y frente a la pregunta si se aprende por formar parte de la red, la respuesta es: “Yo aprendo de otras radios al conversar con los

¹⁰ Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones.

¹¹ Ministerio de Educación y Cultura.

¹² Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual.

compañeros. Yo comparto opiniones y experiencias con los demás. Eso es lo que me encanta a mí... (Carlos González).

El espacio está bien cuidado. Es un local con un hall pequeño de entrada, un baño y sobre la derecha, la cabina y la sala de operaciones, separada por una mampara de vidrio. Las paredes en ese espacio están recubiertas por una moquette. En la cabina, un escritorio y un micrófono y tres sillas de computadora bien cómodas ocupan parte del espacio. Decoran las paredes algunos recuerdos como diplomas y fotos, incluso forman parte de la decoración algunas radios viejas. Es un lugar confortable. En la sala de operaciones, que es a lo primero que se accede si uno ingresa hacia la derecha desde el hall, hay un escritorio, dos computadoras, un micrófono y la consola.

El transmisor es artesanal. Tienen dos transmisores, uno más precario que el otro. Todo se consigue a fuerza de trabajo y a puro pulmón. Los siguientes pasajes lo demuestran claramente:

“Tuvimos una consola que la trajimos del interior, se había roto de una radio del interior, nos la regalaron. La mandamos a arreglar y anduvo un tiempo, después nos tuvieron que donar una porque no teníamos. [...] Nos regalaron, nos habían mandado una estufa eléctrica porque nos cagábamos de frío en invierno, no la pudimos poner nunca en funcionamiento porque pagamos mucho de luz; usamos un primus, tenemos un primus...” (Carlos González).

“En un programa del informativo yo me caigo de una silla porque le faltaba una rueda. Me caigo y claro, tuve que decir: ‘perdón, me caí porque me falta una rueda’. Eso era un domingo y el miércoles yo estaba en el programa de los niños y llega un camión [de una conocida firma comercial en Uruguay] y nos dice que venía a traer unas sillas [...] las habían comprado de Australia y nos donaron las sillas [...] No tenemos compresor, tenemos que usar el oído para ver si sale bien parejo la música con la voz... Nos falta el híbrido telefónico, que se nos rompió, tratamos de juntar plata para comprarlo y tuvimos que gastar en otra cosa... Es un sacrificio. Es a garra. Pero yo estoy lleno de orgullo porque para que funcione una radio diez años, sin plata...” (Carlos González).

“Juntos Informamos”

Es el informativo institucional de la radio. Se emite los miércoles de 20 a 23 horas. Lo conducen Carlos González y Emir Martínez, y cuentan con una corresponsal (Rosana Araújo) que está radicada en Estados Unidos, en Miami. Se contacta vía Skype. Antes

vivía en el barrio Prado y un día empezó a escuchar la radio, se contactó y le propusieron que hiciera el trabajo de corresponsal. Lo asumió con mucho gusto y a raíz de su vinculación con la radio se integró a algunas organizaciones en el país del norte. En sus intervenciones informa todo lo vinculado a los inmigrantes, la defensa de sus derechos y derechos de las mujeres.

El programa tiene poco más de diez años, porque lo iniciaron Carlos y Emir en otra radio: La Ruta FM. Según dicen sus conductores, en la primera parte del programa se emite alguna entrevista o se invita a alguien para entrevistar, aunque eso después no lo pudimos apreciar en la observación, al menos el día que analizamos la salida al aire del programa, no hubo entrevistas ni entrevistados.

Luego de la entrevista, si es que la hay, vienen las noticias locales y nacionales (se leen titulares de los diarios y de los diarios en la web) y después se le da un espacio de 15 o 20 minutos a la corresponsal desde Estados Unidos para que haga su intervención. Posteriormente se establece la conexión con radio El Carmen FM, vía Skype, desde donde Eduardo, otro colega, hace su informe. El Carmen es una radio comunitaria de Puntas de Manga. Sin embargo, el día de la observación, el contacto con El Carmen no se concretó. Por último va lo que llaman “la hora del boliche”, que es un espacio de humor.

En la observación se registra que el programa no es previamente preparado. Se nota cierta precariedad en el trabajo de producción. Se basa en la lectura de tres diarios (El País, La República y El Observador) y en páginas de radios del país y la región, vía Internet, y los conductores hacen comentarios sobre lo que van leyendo, dando diferentes visiones, a veces opuestas:

“...no tenemos un prejuicio de las distintas opiniones. [...] Nunca nos hemos propuesto opinar de la misma forma. Discrepamos al aire de la misma forma como lo hacemos cuando charlamos. Nos parece correcto ese proyecto ¿no? No sólo en temas de fútbol, sino en lo político (en lo político me refiero a cosas que suceden a diario), discrepamos y nos parece interesante y es una forma de que la audiencia tome partido, por uno o por otro... Buscamos temas polémicos en realidad, para discutir a veces...” (Carlos González).

Cuando se les pregunta por los objetivos del programa, los conductores mencionan en primer lugar, informar, y luego resaltan su carácter de poder opinar libremente sobre cualquier tema:

“Principalmente informar, con ningún formato preestablecido, digamos. Todos entendemos que distintos informativos, distintas radios, no que estén flechados, pero desde la dirección vienen ciertas ideas de apoyar ciertas causas y otras no. En el caso nuestro, somos libres, tenemos esa ventaja enorme”. (Carlos).

Según sus conductores, el informativo entretiene, denuncia, informa y educa:

“Denunciamos causas que se dan en nuestro barrio. Las diferencias que hay con otros barrios, las carencias que nosotros tenemos, y por supuesto denuncias que hay de los vecinos, a veces se quejan y bueno nosotros las reproducimos ¿no? Hemos hecho cosas... Una de las políticas que tenemos nosotros cuando nos interesa algo, llamamos a un político y lo ponemos al aire; no le advertimos que lo vamos a llamar, lo llamamos y lo sacamos al aire, y nos ha dado buenos resultados. Hemos hablado con los ministros, con el alcalde... Se ha portado bien el alcalde con nosotros. Con el presidente...” (Carlos).

Se dirigen a la gente del barrio: “Si habláramos para Pocitos no nos van a escuchar, entonces hablamos para nuestra zona” (Carlos).

No emiten música durante el programa, porque aclaran, “es un informativo”. Tampoco cuentan con piques para diferenciar espacios o bloques dentro del programa.

Cuando se les pregunta quiénes escuchan el programa, su respuesta es que la audiencia está bien identificada por ellos:

“Sí, la audiencia que tenemos es muy personalizada. Cuando nos llaman y nos dicen: ‘hola, buenas noches’, nosotros sabemos quién nos llama. Nos conocemos. Está bueno. Siempre pensamos: a nosotros nos encantaría llegar al Centro, a Pocitos, pero si hacemos eso capaz perdemos eso que tenemos que es que nosotros sabemos con quién hablamos. Indudablemente toda la gente que nos escucha es toda gente de trabajo, todos muy humildes...”.

Creen que son escuchados porque hablan el mismo idioma que la gente que los escucha, lo que en parte muestra que la radio representa a la comunidad:

“Hablamos el mismo idioma que ellos. No necesitamos cuidarnos de hablar con palabras difíciles, porque nosotros quizá busquemos la misma verdad que busca la gente, que es dar las distintas opiniones y sacar tu propia verdad. Nadie es dueño de su propia verdad, simplemente la creamos nosotros. Lo hacemos con convicción, y cuando somos honestos a través del micrófono, la gente te

cree. Acá no necesitás impostar voz, no, tenés que mostrarte como sos, la gente te descubre como sos, y si te sigue es porque te cree honesto, si no, no. Y hay gente que te sigue...”.

Reconocen que no investigan como deberían lo que le interesa al público o a la comunidad y aclaran que es porque no hay tiempo para hacerlo. En cuanto a si tienen presente a la audiencia, si parten de su experiencia, dicen que eso “es muy complejo”. Si bien por sus comentarios y por lo que pudimos recabar se nota que no salen a investigar esto metódicamente, sí se nota cierta apertura a lo que la audiencia les pueda expresar a través de llamadas, correos, o personalmente en el barrio.

Dicen que se busca la participación de los oyentes, pero cuando hablan de participación se refieren a que los vecinos envíen mensajes o llamen mientras el programa esté al aire. Si algún vecino llama, sale al aire directamente, es cierto, puede opinar o informar sobre lo que quiera.

Lo que piensa la comunidad del programa dicen saberlo por los mensajes de texto que envían, o por lo que dicen en sus llamadas telefónicas, pero no es que salgan ellos a investigarlo. Y, consultados sobre si lo que opina la gente se toma en cuenta para reformular el programa, responden que es difícil poder aseverarlo, pero que “a veces inconscientemente uno va cambiando de acuerdo a lo que la gente va pidiendo. Es natural”.

Cuando se les pregunta si es pensada la dimensión educativa en el programa, responden que “es de pensar que sí”, y dicen creer que el informativo hace que la gente aprenda:

“nosotros somos formadores de opinión. Hemos demostrado cuando tomamos en discusión un tema, hay gente que toma la opinión de Emir como valedera y a veces toman la mía. Somos formadores de opinión. Siempre la discrepancia que pueda surgir entre nosotros, enseña; o le da la opinión a la gente de tomar una posición. Nos pasa a todos en la vida” (Carlos González).

Los conductores dicen aprender, por el sólo hecho de buscar información, y que también aprenden de la gente que participa. El informativo no tiene ninguna actividad extra-radial. Lo definen como un programa comunitario:

“... [por] la participación de la comunidad. Y porque nosotros somos comunitarios... todos pertenecemos a un barrio y es una de las metas llegar al barrio. Y aparte participa la gente del barrio. Son ellos los que opinan, mandan los mensajes, llaman”.

Cuando se les pregunta si llamarían al programa “educativo”, la respuesta es: “No es el fin nuestro enseñar. El fin nuestro es informar, pero al informar estás educando. Se enseña. Pero no es el motivo fundamental”.

Queda clara la vocación de servicio que tiene la radio, también a través del informativo:

“Nosotros tenemos los conceptos bien claros: nosotros pedimos al alcalde, no para nosotros, sino para otros...”.

En cuanto a si el programa hace algo a favor de los oprimidos, señalan que defienden al humilde:

“Nosotros defendemos al humilde, porque somos humildes... Nosotros somos protestones... El orejano nos representa a nosotros porque somos rebeldes. Cuando damos una información que nos parece jodida o desmedida, protestamos, protestamos contra los políticos...”.

De la escucha de un programa al aire, podemos apreciar que si bien dicen tener bloques bien diferenciados, esto no se nota al aire. No hay piques que identifiquen los bloques. No hay cortes musicales. No hay publicidad. Es el programa y la voz de los conductores, tres horas al aire. Sólo hay una promo de presentación al inicio. El lenguaje es distendido. Se generan diálogos entre los conductores. Se centra en información nacional e internacional. Se sostiene básicamente en la lectura de noticias de tres diarios (La República, El País y El Observador), no diferenciándose en este aspecto de los informativos tradicionales que pueden salir al aire en una radio comercial. Se detienen bastante en leer noticias insólitas o picarescas, que poco tienen que ver con la vida del barrio, salvo cuando se lee algún comunicado de alguna actividad en particular que se va a hacer en la zona. La lectura de titulares no respeta un orden, por ejemplo, en un tramo del programa se pasa desde una noticia sobre los creadores de la lámpara led que reciben premio de física, a que el Comisionado de Cárceles pasó al plantel del Partido Nacional, que Uruguay tiene un plan preventivo contra el ébola... Se lee una noticia sobre un “violento rapiñero” que está en La Berro; Luego que en Bélgica hay apuestas por el premio Nóbel, que el que más apuesta tiene es el Papa Francisco y luego otra noticia sobre las evacuaciones en el norte del país.

La audiencia participa a través de mensajes de texto. No es un informativo participativo en el sentido de contar con espacios para las organizaciones, no existe

una relación profunda de la radio con las organizaciones de base de la comunidad. En su intervención, la corresponsal de EE.UU. trata temas de derechos humanos, de inmigrantes, derechos de la mujer. Comienza hablando del virus del ébola que ingresó a EE.UU. Pasa por temas como los ataques aéreos en Irak, crisis humanitaria, las elecciones de noviembre y del descontento que hay en la población latina. Habla del tema de la criminalización de los grupos afros y de las protestas por este motivo. Después queda dialogando el resto del programa con los conductores cada vez que ellos le dan pie. Algunas veces se corta la conexión, pero al rato Rosana vuelve a aparecer.

Si alguien llama, se lo saca al aire. Por lo general son vecinos para saludar, u otros compañeros de la radio que están escuchando, o algún vecino que llama para informar sobre alguna actividad que se va a realizar en el barrio.

En otro tramo del programa pasan a algunas noticias internacionales, que van desde que el Nobel de química fue para los desarrolladores de la nanoscopía, o que en Francia hay una mesa de 15 millones que el Museo del Louvre la quiere comprar, o una noticia sobre Jessica Parker. Es decir, variedad de temas e informaciones, sin orden preestablecidos, más que por donde los lleve la lectura.

En determinado momento Carlos se va, demora más de una hora en volver y cuando vuelve empieza a leer titulares que Emir ya había leído. Cuenta que había ido a la casa a cenar. Mientras está el programa al aire también se escucha, varias veces, al perro de la casa que ladra, e incluso los conductores comentan que en el barrio hay muchos perros sueltos y hacen alusión al peligro que esto significa.

“Aportar”

El programa “Aportar” sale al aire los viernes de 18 a 20 horas. Lo conducen Sergio y Gastón Komjetán, que son padre e hijo. Según ellos, el programa es educativo-musical. Nosotros creemos que es un programa de entretenimiento y cultural. Abordan curiosidades e información novedosa. El día 10 de octubre, que fue cuando hicimos la observación, se trataron como temas: los celos y la evolución de la forma de escuchar música en el tiempo; además se compartió la biografía de los Gipsy Kings.

Gastón y Sergio producen y conducen el programa. Emir les hace de operador. Hacen el programa desde el año 2010. Tienen buenas voces, buena dicción. Como fuentes de información utilizan Internet y revistas. Traen los guiones previamente armados, escritos a mano, en forma muy ordenada, separados por bloques. El estilo de comunicación de los conductores es coloquial. Por momentos dialogan entre ellos y hacen también participar de las conversaciones al operador. Se fomenta poco la participación de la comunidad, salvo algunas veces cuando se la convoca, leyendo los teléfonos de la radio y el celular para que envíe mensajes.

De la observación de una salida al aire pudimos apreciar que como cortina musical, durante todo el programa, eligieron un tema de León Gieco. Comienza el programa con una promo con la música de cortina y la voz de Sergio. Luego de los saludos de los conductores, anuncian que esa es la edición 222 de Aportar, en el quinto año consecutivo. Anuncian que es el día de San Casio y luego hacen referencia al pronóstico del tiempo. Inmediatamente después Sergio nombra dos de los auspiciantes del programa. Tienen mucha publicidad, sobre todo de pequeños comercios de la zona, y suelen nombrarla antes de cada tema musical o al presentar algunos de los temas que se van a tratar en el programa. Sergio lee los anuncios y luego de leerlos envía saludos a los propietarios o responsables de los comercios; los nombra uno a uno, mostrando cercanía con la gente del barrio.

Gastón anuncia sobre qué se va a estar hablando en el programa: los celos, qué son, si hay algún tipo de tratamiento, sobre la evolución de la forma de escuchar la música a través del tiempo y por último una biografía homenaje de los Gypsi Kings. Inmediatamente después, inician la columna de humor, y en la columna eligen pasar un cuento de Luis Landriscina.

El programa tiene una estructura bien marcada, con diferentes bloques, sin embargo, no hay piques que anuncien ni diferencien cada uno de los bloques: el bloque de humor, los informes, “las siete o diez”, la noticia insólita, la frase para la reflexión... En la primera hora del programa, la música elegida es música popular rioplatense, luego el ritmo va aumentando. Ambos conductores tienen un buen manejo del lenguaje radiofónico. Sergio sobre todo es quien lleva el hilo conductor y aporta la pizca de humor, la frescura, con comentarios simples. Se dicen al aire, repetidas veces,

los teléfonos de contacto de la radio para que la gente llame o envíe mensajes. Cuando algún vecino envía algún mensaje para pedir un tema, se lo trata de complacer. Todos los mensajes son leídos y se les envía saludos a quienes se comunican y agradecen el contacto o la llamada.

El barrio está presente en el programa. Por ejemplo, la frase para la reflexión no es una frase tomada de un libro, de un filósofo, de un político o de una persona de renombre de Uruguay ni del mundo: sino que eligieron unas simples palabras que le escucharon decir a una almacenera del barrio. También se informa sobre actividades previstas en el barrio y se habla de la historia del lugar.

El día de la observación, mientras hacían el programa, en determinado momento entró Carlos González, el director de la radio, con un metro a tomar medidas, comentando que se les había llovido la radio y se les había estropeado una laptop que aún no habían encendido, esperando a que se secase. Entra, toma las medidas y queda conversando con Emir, el operador, sobre qué conviene hacer con las chapas, los tirantes, etcétera.

Desde que empezaron con la idea de hacer el programa, Sergio ya sabía que el suyo iba a ser un programa “con información didáctica. Siempre un informe central didáctico, con columnas”. Él es árbitro internacional de fútbol, pero siempre tuvo claro que no iba a hacer un programa deportivo. Se acercó a la radio como oyente de un programa folclórico que había los sábados y domingos de mañana. Sergio además es meteorólogo, aunque nunca ejerció como tal. El conductor del programa de folclore fue quien le propuso integrarse al programa “Juntos Informamos”, como meteorólogo:

“La sorpresa fue que cuando llegué, dieron los titulares, pasé el informe meteorológico y cuando me iba a ir no me dejaron ir, me hicieron quedarme las tres horas... Y estuvimos un año y medio en ese programa, y Carlos me dijo: ‘¿por qué no hace un programa usted solo?’ Y bueno, así fue cómo iniciamos”.

Gastón, su hijo, tiene 15 años y está en cuarto de liceo. En el futuro piensa estudiar algo vinculado a la comunicación. Padre e hijo no forman parte de ninguna organización de la zona. Son del Paso de la Arena, aunque Gastón vive en otro barrio. Para preparar los informes se guían por las redes sociales, Internet, buscadores y revistas didácticas:

“traemos dos informes didácticos, si son pequeños, o si no, uno más grande. Siempre tratando que sea entretenido, didáctico, que caracterice a las personas o las refiera en algún nivel. Después, en cuanto a la música, sabemos lo que la gente prefiere: música en español, generalmente. [...] La elegimos entre los dos”.

De alguna manera, se tiene presente los gustos de la audiencia en la elección de la música. Por lo general, en los diferentes bloques se trata algún aspecto “didáctico”, como dicen ellos, o algún tema vinculado al barrio. Por ejemplo, el día que fuimos a observar el programa, tenían pensado un bloque destinado a hablar de la calle Yugoslavia, que cruza por Luis Batlle Berres frente a la aceitera, pero después no dio el tiempo: “Es para saber porque a veces uno vive en una calle y ni siquiera sabe a qué se refiere el nombre”.

Obviamente, les preguntamos a qué se refieren cuando dicen “didácticos”, y la respuesta de Gastón fue:

“Por ejemplo, informes que caractericen a la audiencia sobre lo que uno de repente vive en algo cotidiano, día a día y no se da cuenta de ese aspecto. Hoy por ejemplo vamos a dar los celos, algo que en toda la sociedad convive en algún nivel y de repente no tiene bien definido qué es, si tiene alguna solución, tratamiento, etcétera... Más que nada son informes que caractericen a la audiencia en algún nivel”.

Es interesante cómo Gastón resalta la posibilidad que representa la vida cotidiana como fuente para pensar los programas. Las radios pueden cumplir un papel importante, llevando a la reflexión sobre aspectos de la vida cotidiana e incluso del contexto más amplio.

Cuando se les pregunta por los objetivos del programa, Sergio contesta que el objetivo es “[d]ejarle algún conocimiento a la audiencia”, e incluso destaca que ellos mismos aprenden con los informes. Gastón dice que el objetivo del programa, como su nombre, es “aportar”.

En un programa generalmente se pasan unos 15 temas musicales y cuatro o cinco informes, además de alguna reflexión, o una frase significativa. Una de las columnas consiste en nombrar diez cosas que seguramente no sabíamos, cosas que las encuentran en Internet, buscando también que la gente se entretenga. Sólo por poner ejemplos de lo que se hace, cuando llega el invierno tratan de dar consejos para el

invierno, sobre cómo cuidarse, cómo evitar un resfriado. O cuando es feriado, se busca información en referencia a qué se está celebrando. Por ejemplo, para la fiesta del Paso de la Arena tenían pensado conseguir la historia del barrio.

Dicen dirigirse a gente de todas las edades, pero que el grueso de la audiencia es adulta y eso se tiene en cuenta a la hora de elegir la música que sale al aire. Conocer realmente a la audiencia en el sentido de saber quiénes son, cuántos, de dónde, es difícil. Sí se sabe que los escuchan por aire, pero también por Internet, incluso de otros países (Estados Unidos, España, Brasil, Australia, por ejemplo). Tienen un Facebook del programa, donde publican algún adelanto de lo que se escuchará en la semana.

No existe un trabajo sistemático de investigación para saber qué le interesa al barrio, sino que lo que se sabe es lo que se conoce por el diálogo directo con los vecinos. Sí se intenta tener presente a la audiencia:

“...en algún intercambio de palabras, saludos de algún vecino que pasa por el camino he visto que le dicen: ‘Che Sergio, muy bueno el programa, me gustaría que hables de tal tema la semana que viene, etcétera’. Bueno, nosotros intentamos buscar temas didácticos para la audiencia, pero lo mejor, lo que más nos gusta es que la audiencia sea complacida con lo que quiera. O sea, nosotros le damos el núcleo y ellos lo amoldan, le dan la forma al programa...” (Gastón).

Los oyentes se contactan a través de mensajes de texto e incluso llaman al teléfono fijo o envían correos electrónicos; a veces sucede que vienen a visitarlos y salen al aire. Cuando se les pregunta si saben lo que piensa la comunidad del programa que hacen, la respuesta denota que tampoco hay un trabajo sistemático de investigación para conocer estos aspectos:

“Y los comentarios que tengo yo es que el programa gusta. Ha gustado más desde que lo fuimos adaptando, porque nosotros empezamos con música lenta. Era una hora de música lenta, después era media hora de canto popular pero más bien lento, y después la última media hora de música en español, movida. Y entramos a captar que en la última media hora nos llamaba más gente, nos pedía tal tema, y a veces eran ocho menos cinco y nos pedían un tema... Nos fuimos adaptando...”.

Con el programa, según los conductores, la gente aprende cosas simples para la vida cotidiana, ya que muchas veces se dan consejos útiles:

“Muchas cosas domésticas que uno ignora. Te doy un ejemplo, el otro día, dentro de las diez cosas que uno ignora pasamos una que yo la verdad no la tenía en cuenta, y es algo absolutamente doméstico [...]

que una heladera cargada consume muchísimo menos electricidad que una heladera completamente vacía... La respuesta es que los alimentos conservan el frío, entonces la heladera permanece mucho más tiempo apagada si está cargada”.

“Un día hicimos un informe de características de los perros. Fui hasta una veterinaria a preguntar sobre características de los perros, distintas, cosas que uno no sabe e hicimos un informe que quedamos helados, de cosas que no sabíamos de los perros” (Sergio).

Al veterinario no le hicieron una entrevista para que saliera él al aire, fueron a su local y le comentaron sobre el programa, y que querían hacer un informe. Se nutrieron, anotaron lo que el veterinario les dijo y luego lo desarrollaron ellos, los conductores. Entrevistas por lo general no se hacen en el programa. Dicen que cuando tocan algún tema “polémico”, a veces la gente opina, pero que por lo general la audiencia es “medio haragana” para opinar. El programa no tiene ninguna actividad extra radial.

Cuando se les pregunta si consideran al programa como un programa comunitario, la respuesta es:

“Podría llamarse social comunitario; porque la radio comunitaria obviamente está dispuesta a la sociedad, dispuesta a la zona. Puede intercalar opiniones toda la gente que nos escucha. Por eso yo lo podría clasificar como social. Social, educativo, informativo...”. (Gastón).

Piensan que el programa puede cambiar actitudes en la gente:

“La idea es aportar algo positivo para que se formen en todos los aspectos, ciudadanos también...” (Sergio).

“Así somos, así queremos ser”

En este caso, además de la entrevista y la observación y análisis del programa, hicimos la observación de lo que llamamos la “práctica educativa”. Es decir, del trabajo previo de la maestra con los niños para la preparación de uno de los programas que saldría al aire, ya que lo consideramos una instancia educativa más.

A la hora 10:00, siete chicos (niños y adolescentes) cruzan con su maestra hasta la Terminal de Paso de la Arena para tomar el 128 e ir a la radio. Lo hacen todos los miércoles. Todos tienen pases libres. No usan túnica. La maestra tampoco. 10:15 llegan a la radio. Los espera un papá con otro chico, Gustavo, que también asiste a la

escuela. La maestra intenta generar vínculo con las familias y que todos quienes se quieran integrar al programa, puedan hacerlo. Pero no es común encontrar apoyo. Sin embargo, Luis García, el papá de Gustavo, colabora mucho:

“Está bueno. Es comunicación. Es un espacio que tiene la escuela y la escuela se acerca un poco más a la comunidad. Está bueno porque entre todo lo que hacen los gurises también se divierten”. “Para los niños es una novedad y aparte van aprendiendo. Quizá mañana sea una herramienta más” (Luis García, padre de uno de los niños).

El programa de los chicos de la escuela 242 sale al aire los miércoles a las 10 de la mañana. La Escuela 242 es una escuela agraria especial; queda en Luis Batlle Berres 6588, equina Cibils, en una amplia casa, que fue cedida a Primaria. Allí funciona un taller de huerta, un taller de cocina, un taller de economía doméstica, uno de carpintería, y se cuenta con una maestra de apoyo. A esta escuela se ingresa por un diagnóstico y con un estudio de la maestra itinerante.

María Ambrosi es la encargada del taller de radio, además es maestra de aula de la clase 5/6, que este año funcionó con seis chicos de Primaria y seis que tienen un perfil de egreso. Esta clase funciona en un contenedor, fuera de la casa vieja de la escuela.

Todos los martes, los chicos van a la piscina del Comando del Ejército; los martes cada quince días también participan de un taller de ajedrez, en la Comuna Mujer. También tuvieron, durante un tiempo, un taller de expresión corporal. Los viernes participan del laboratorio de Liceo, con un profesor, donde han trabajado básicamente en Ciencias Naturales y tenían previsto comenzar un taller de sexualidad. Cuentan a su vez con un docente de educación física.

De toda la oferta que tiene la escuela, el taller de radio es el único optativo. En él participan niños de 12 a 15 años. La radio colabora con que los niños se apropien de la lectura, estimulen la memoria y desarrollen la expresión oral:

“Esta es una clase común y corriente como todas las del país, lo que tienen las escuelas especiales es que tienen como muchos niveles: tenés niveles de matemáticas, de lecto-escritura; tenés desde el que está haciendo sus primeras aproximaciones a la lecto-escritura, al que lee bien, entonces tenés que buscar instancias que unifiquen eso, que vos puedas trabajar todo esto desde la propuesta. La radio es una de esas cosas que me da, porque está el que no sabe leer todavía, pero se está apropiando del código, y lo ayuda a seguirse apropiando; además estimula la memoria. La parte del lenguaje, de la expresión oral... para ese déficit que tenemos en especial, es importantísimo. Que el gurí sepa

expresarse, es importante: tener un repertorio argumentativo, presentarse en un trabajo, poder explicar algunas cosas, es muy importante. Yo creo que la radio te da esas herramientas” (María Ambrosi).

Si bien el programa sale al aire los miércoles, los niños junto a la maestra lo van pensando desde los días previos. Los niños son quienes proponen los temas, además de la música, los poemas, la receta y la entrevista. Con la música se llegó a acuerdos: no puede hacer apología de la violencia. Si alguno de los temas musicales que proponen los niños contiene malas palabras, incita al consumo de drogas o hace apología de la violencia, no está permitido, pero se trabaja en base al por qué de la prohibición. La preparación del programa es una instancia educativa más.

Es la maestra quien se entera de la existencia de la radio en la Rural del Prado, una vez que la radio estaba transmitiendo, y la que se acerca con la idea de hacer un programa.

Observamos una salida al aire: una de las chicas que no sabe leer, se encarga de decir una receta de cocina, de memoria, y explicarla: Cuenta los ingredientes, el procedimiento de preparación y después, con la ayuda de la maestra, que la va guiando, explica en qué momento del día se puede comer el plato, con qué se puede acompañar, etcétera. Débora, otra de las adolescentes, se encarga de entrevistar a la persona invitada. Junto con la maestra piensan las preguntas que se pueden hacer. Otras niñas buscan poemas y los llevan para leerlos al aire. El programa tiene una duración de una hora, aproximadamente. A veces es más corto. Como objetivos, se propone trabajar la expresión y la comunicación:

“Las habilidades lingüísticas acá, en esta área, que es el área especial, tienen que ser básicas. El repertorio argumentativo, el poder llevar una entrevista... [...] A mí me parece una instancia valiosa desde ese lado” (María Ambrosi).

Cuando se les pregunta para quiénes se hace el programa, los niños no dudan en responder: “Para nosotros”; “para la gente”, “para las familias”; “para que nos escuchen”. Hay vecinos que escuchan el programa, a veces los abuelos, aunque la maestra reconoce que a veces la propia familia no los escucha.

¿Ustedes aprenden, haciendo el programa?, le pregunto a los niños y su respuesta es “Sí. Aprendemos”. “En realidad acumulamos experiencia”, dice la maestra. Franco,

un alumno de la escuela que en algún momento pasó por el taller de radio, tiene su propio programa en El Prado.

En la escuela conservan un registro, con todos los programas grabados, y además llevan un cuaderno, donde los niños o la maestra escriben, con su fecha respectiva, los diferentes bloques del programa, incluso la música elegida. Cuando se le pregunta a la maestra por los principales logros que se han alcanzado con el programa de radio, no duda en responder:

“La autoestima ha crecido mucho. Hay veces que se posesionan... Bueno, a aquella chica [la señala] yo no le conocía la voz, el hermano vino y me dijo que quería ir al taller de radio... yo quedé muy sorprendida. Nadie me lo creía... ‘¿En serio que te dijo que quería participar?’, ‘Sí, y habla; escúchenlo porque habla...’ Por eso te digo, se posesionan. Ellos ahí tienen su lugar. Y ellos saben que esa voz se está escuchando en otro lado... Por lo general yo creo que los adolescentes son poco escuchados; pero estos gurises son menos escuchados todavía...”.

La maestra define el programa bajo el género “revista”. Es el único programa de los observados que además de la cortina musical tiene piques de presentación de los diferentes bloques. Cuenta además con una promo de presentación, que se nota fue hecha por la radio: Empieza con la música “Que canten los niños” de José Luis Perales (que se usa como cortina durante todo el programa): “Ahora los miércoles los alumnos de la Escuela número 242 te enseñan lo que saben y te cuentan cómo son. Con ternura dicen ‘Así somos, así queremos ser’. Apoyalos. No te olvides, los miércoles de 10 a 11 horas. Así somos, así queremos ser, aquí en El Prado FM 99.9, tu mejor compañía”. Pero a su vez, hay una promo de presentación hecha por la escuela, que comienza con una música referente a la escuela, esa que dice “La escuela tiene algo de casa, tiene algo de hermano, tiene algo de plaza... La escuela es un libro gigante, los primeros amores, un mundo por delante”: “Hola, soy Cristian. Este es el programa ‘Así somos, así queremos ser’. Somos alumnos de la escuela 242...”, dice la presentación.

“Buen día, como todos los días estamos en el programa ‘Así somos, así queremos ser’. Somos alumnos de la escuela 242. El programa consiste en música elegida por nosotros, chistes, recetas, poemas y una entrevista que es la parte central del programa”, comienza diciendo uno de los niños. Luego de una música elegida y presentada por ellos, entra el pique que identifica el bloque de la entrevista. Lleva la

cortina musical de “Subrayado”¹³, y aparece la voz de Débora, grabada, que dice: “Hola, me llamo Débora y hago la entrevista”. Se busca que los entrevistados sean personas vinculadas al barrio, a la escuela o a alguna organización de la zona. La maestra va guiando a los niños todo el tiempo. Habla previamente con Débora para incentivarla con las preguntas, qué tipo de preguntas se pueden hacer... Durante el programa aparecen varias cuñas grabadas y trabajadas por los niños, de lo que llaman la “campana del buen trato”. Una de ellos empieza con la música “Celebra la vida” que queda de fondo y comienza la voz de un niño que dice: “Cuando te despiertes por la mañana, llegues a clase y te encuentres con alguien, di ‘buen día’. Campana del buen trato de los niños de la Escuela 242”.

Una de las niñas se encarga de la lectura de los números de teléfono de interés: el celular de la radio, el teléfono de la radio, el teléfono de la escuela, el Facebook de la clase, el número para llamar por problema de drogas, el teléfono de la clínica Maracaná, de la ONG, de la Iglesia Asamblea de Dios. Se notan sus dificultades de lectura.

Por momentos los niños se muestran más tensos, pero en general el ambiente es distendido. Todo sale al aire: las risas, las equivocaciones, la voz de la maestra que los guía... Hay un pique para anunciar el espacio de cocina: “Hola, me llamo Lourdes. Hola, me llamo María y con Lucas hacemos el espacio de cocina”. En realidad Lucas prácticamente no interviene, pero la maestra lo impulsa, le insiste para que lo haga y cuando dice una palabra, lo alienta e incentiva. Luego de los poemas o frases elegidas por los niños, hay un espacio para los saludos, y es el momento en que los niños, libremente, envían saludos a quienes quieran hacerlo. Finalmente, llega el momento de cerrar el programa. La maestra invita a Gustavo, el niño tímido que vino con su padre, a hacerlo. Gustavo no se anima, pero la maestra lo convence. Conversa con él previamente, preparando qué se puede decir. Cuando le toca el momento de cerrar, la maestra lo va guiando, haciéndole preguntas, como: ¿y ahora qué hacemos?, ¿para qué?, ¿qué cosas hacemos en el programa? ¿Y con qué tema nos despedimos?

¹³ Informativo de Canal 10.

En definitiva, podría decirse que preparando el programa y sacándolo al aire, los niños aprenden. Es la posibilidad que tienen de “hacer oír su voz” y de ser escuchados. Todos tienen posibilidad de expresarse, aun los que tienen bajo nivel en lecto-escritura. Estimulan la expresión oral, crecen en autoestima. Se contemplan sus gustos, sus preferencias musicales, sus temas de interés. Se ha construido un vínculo especial de los niños con la maestra. El ambiente es totalmente distendido. La maestra es la guía en todo el proceso y fomenta la comunicación horizontal en el grupo, pero claramente, ella es la que guía y propone, por lo que por momentos los flujos de comunicación son descendentes.

“Tardecitas folclóricas”

Ruben Merladet conduce el programa “Tardecitas folclóricas”, que sale al aire los sábados de 18 a 20 horas. Comenzó con el programa el 6 de agosto de 2008. En aquel momento era un programa de una hora, se emitía los miércoles y se llamaba “nohecitas folclóricas”. A Ruben lo acompaña su hija en la conducción (cuando lo entrevistamos, lo estaba conduciendo solo porque su hija recién había tenido familia). El operador es Emir Martínez. El conductor vive en el barrio pero no forma parte de ninguna organización de la zona. Hace un programa de folclore porque desde pequeño le gusta mucho todo lo vinculado al campo. Con ocho o nueve años ya leía libros sobre folclore, la historia del folclore, sobre los cantores y compositores:

“escuché mucho folclore, tenía una discoteca completa que había hecho. Llegué a tener mil y poco de discos de folclore. Y ahí empecé a conocer, a leer la historia de los libros folclóricos”.

El objetivo del programa es difundir la música folclórica rioplatense, pero también la de otros países:

“Explico lo que yo conozco, porque saber, creo que nadie termina de saber... Hay cosas que de repente me preguntan y yo no puedo contestar. Pero lo que conozco, yo lo explico todo...”.

Para sacar al aire, Ruben trae una serie de canciones pensadas desde su casa. Luego, trata de complacer los pedidos de la gente que llama, o responder a las preguntas que le puedan hacer.

Cuando le preguntamos por qué cree que el programa es escuchado, Ruben responde:

“No sé, porque gusta. Me llaman y me han dicho que el programa está bien, que es bien confeccionado. Y hay gente que me dice que las canciones que paso yo no se pasan en ningún lado...”.

Cuando le preguntamos si cree que la gente aprende con el programa, responde:

“Yo creo que sí, porque en este programa me dicen: ‘aprendí mucha cosa y conocí cantores’... Hay cantores que la gente poco los conoce, o poco los ha escuchado...”.

Es muy poco lo que se promociona de grupos de folclore vinculados al barrio. No suelen hacerse entrevistas ni suelen participar invitados al programa. El programa tampoco tiene actividades extra-radiales. Pero, cuando se le pregunta al resto de los radialistas si “Tardecitas folclóricas” en un programa comunitario, responden:

“Sí, aparte es un programa entretenido para escucharlo. Uno aprende mucho. Aprende mucho de la música nuestra, del folclore. Yo siempre digo que Ruben tiene un disco duro en la cabeza, porque uno le pregunta cualquier autor, cualquier intérprete, y él lo saca enseguida. Yo lo embromo, empiezo a buscar temas difíciles que pienso que él no los va a saber y se los paso y le pregunto quiénes son los que cantan y él me contesta... Es increíble, lo que sabe es increíble” (Emir).

Además de música folclórica, Ruben conoce de otros temas vinculados al campo. Con él uno puede pasar horas hablando sobre cuestiones camperas. Conoce del trabajo y la vida en el campo:

“Yo estuve toda la vida en el campo, entonces no hay cosa que no haya aprendido: de la rienda, el apero del caballo, lo que usa el paisano: la bota, la bombacha, el sombrero...” (Ruben).

Ruben trabajó en estancias, con ganado; en la yerra, aprendió a enlazar... Su padre fue “un gaucho de toda la vida” y se vestía como tal. Según dice, algunas veces habla de esos temas gauchescos en el programa. Al menos, mientras lo entrevistábamos nos habló de cosas como el porongo, la cocina de campaña, de la taba... de Abel Soria, de Julio Gallegos, de Tacuarembó, del Paraje Paso de Borracho, del monumento a Ansina, del paraje Rincón de los Machados, de Bartolomé Hidalgo, de Zitarrosa, Viglietti... Todo con total humildad.

Otro de los propósitos del programa es informar sobre las fiestas vinculadas al folclore que se hacen a lo largo y ancho del país.

2.2 Horizonte FM

Horizonte FM está ubicada en la zona Sur de la ciudad de Paysandú. Fue fundada el 29 de marzo de 2005. Lleva como slogan: “desde el sur y con perfume de barrio”:

“salís por el barrio y sabés cuando la vecina está haciendo buñuelos, tortas fritas, asado o un guiso, cosa que en el centro no se da... creo que eso es típico de los barrios” (Orlando Santos).

El alcance de la radio, según dicen, es “bastante limitado”. Tienen una antena de 26 metros y una potencia de 30 vatios, aunque sostienen que en la misma frecuencia en Argentina hay una radio evangélica que retransmite una radio de Buenos Aires que hace que Horizonte no se escuche bien a doce cuadras.

Orlando es fundador de la radio. El transmisor se prendió por primera vez el 29 de marzo de 2005 a las siete y media de la tarde. Es un día que recuerdan muy bien:

“...amparados en aquello de que después de que caía el sol no te podían allanar, usamos eso durante un tiempo muy largo para hacer uso de la frecuencia, que se empezó en el 98.9. O sea, se buscó en el dial poner el transmisor donde no hubiera otra radio... Después, cuando la radio fue legalizada, nos autorizaron la frecuencia 106.3” (Orlando Santos).

La radio fue legalizada en el 2008. Fue de las primeras 35 legalizadas.

“[...] Yo decía, yo tengo que devolver algo de lo que la sociedad me ha dado. [...] Dejé de fumar por un tiempo y entré a poner en una cajita, plata para comprar un transmisor. Y bueno, son esas ideas locas... [...] Me acuerdo que cuando prendimos largamos con un discman y llamamos a un amigo que estaba a unas quince cuadras: ‘Quiero que escuches a ver qué está saliendo’. ‘Está saliendo un disco de los Olimareños’, dice. ‘Ta, somos nosotros que estamos transmitiendo’... Ahí empezó. Se transmitía con un discman y un micrófono, después apareció la primera computadora, en el living de casa” (Orlando Santos).

En cuanto a la función que debe cumplir una radio comunitaria, hay diferentes visiones, incluso dentro de la radio. Están quienes piensan que tiene que ver con plantear otro contenido, “los tránsitos posibles”, o destacan la participación del barrio como fundamental, incluso en la gestión de la radio; y otros hacen énfasis en el trabajo colectivo y solidario. Los siguientes testimonios, dan cuenta de ello:

“Por ejemplo, hoy el que llega a la radio encuentra tecnológicamente una radio que está en muy buenas condiciones, pero en contenido, en mi visión personal, está muy lejos de la función que debe cumplir una radio comunitaria y también de la inclusión, o el empoderamiento que debe hacer el barrio a través

de algo que está con las puertas abiertas y más allá de un mensaje de texto, no hay en sí un empoderamiento del barrio [...] sí a veces te mandan un mensaje: se me perdió la billetera, o se me perdió el perro... pero... cosas muy puntuales” (Orlando Santos).

“Igualmente, este año cuando se hizo la construcción del estudio, nosotros hacíamos el programa y embromábamos: nos faltan los clavos, el recorte de la tabla y en alguna oportunidad el barrio respondió: salió uno que tenía la lana de vidrio, el carpintero cortando las tablas... El barrio respondió. Yo creo que cada vez que se lo convoca, o por lo menos desde que yo estoy, el barrio responde no sólo con los mensajes de texto” (Alejandro Roldán).

“...al tema empoderamiento yo le llamo que vengan a participar” (Orlando Santos).

“Nosotros tenemos acá fortalecido un núcleo, de gente vieja y nueva que quiere laburar y que cada uno en su medida aporta lo que tiene: tenemos gente que viene y si se nos quema una luz nos arregla la electricidad, tenemos gente que se ocupa de grabarle o de operarle a varios, con Alejandro nos encargamos de la parte de generación de proyectos; [...] y en eso estamos, en el camino de tratar de emparejar el crecimiento operativo técnico y tecnológico con un grado de responsabilidad, y asimilar los contenidos no como mera información sino como cambiar un monólogo discursivo que se da en las radios comerciales...” (Mario Lamas).

“Poner en juego algunas cuestiones que no se ven, que no se resaltan, que no se remarcan y también poder decir y establecer pautas para poder plantearle al barrio, a la gente que escucha, a los amigos, a los vecinos, a los familiares, ojo, que esto tiene una vuelta y mostrarle los tránsitos posibles que ellos tienen para salir de determinados lugares y ocupar otros” (Mario Lamas).

Son unas 20 personas las que forman parte del colectivo. Muchos son del barrio, en su mayoría trabajadores. Las edades van desde los 16 hasta los 60 años aproximadamente. Cuentan con una comisión de gestión.

La radio es una pata de la asociación civil Horizonte 989; por el momento es el único proyecto de la organización, pero puede llegar a tener otros. Una vez al mes se hacen las reuniones o asambleas de la comisión directiva. Las reuniones comunes pueden ser solicitadas por cualquier integrante de la asociación. En las asambleas se toman las decisiones en colectivo, por ejemplo, la integración de nuevos programas y el ingreso de nuevos compañeros al colectivo.

Entre los objetivos de la radio, uno muy fuerte es el de establecer vínculos con el barrio:

“En el proyecto de la radio están claros los objetivos: el trabajo con el barrio; establecer vínculos y redes con instituciones que trabajan en el barrio... con policlínicas, con el hospital... tener al tanto a la gente de los horarios de los médicos, las actividades que se organizan en el barrio. El objetivo principal yo creo que es informar al barrio y darle la participación y darle la voz: que sea el mismo barrio que le informe al barrio” (Alejandro Roldán).

La radio se financia con avisos publicitarios. Al momento de la visita contaban con cinco avisos en total, en su mayoría de comercios del barrio, y uno de la Intendencia Departamental. Hay meses en que tienen déficits. En determinado momento la radio contó con socios colaboradores, pero ya no hay nadie que se encargue de la cobranza. Sin embargo, todos, de alguna manera colaboran con la radio:

“Nosotros ponemos las horas de trabajo. Nosotros consideramos esto como un trabajo y lo asumimos con esa responsabilidad. Después lo que nosotros ponemos son cosas que cada uno lo va a decidir: si cargar la garrafa... hasta comprar un cable que le hace falta a la radio, o una lamparilla que se quemó. Eso depende de cada integrante y la gente lo hace. [...] Todos contribuimos de alguna manera: algunos poniendo la fuerza de trabajo, otros con horas de pensar algunas cosas... capaz no directamente sacando del bolsillo y poniendo la plata, pero sí de otra manera” (Alejandro Roldán).

A veces se hacen beneficios, como venta de pollos, etc. Los radialistas son todos voluntarios, nadie cobra por su trabajo. Hubo una persona rentada pero dejó la radio en 2012 y desde ese momento no se ha rentado a nadie:

“En este momento la radio no tiene una solvencia económica que le permita tener una persona rentada; apostamos más al trabajo comunitario que al de una renta, pero eso no implica que en un futuro la radio tenga otra situación económica que permita que alguien dedique su tiempo y que se le pueda remunerar en parte...” (Alejandro Roldán).

Según los propios radialistas, el tener que resolver aspectos económicos y de gestión no implica que no se piense en los contenidos. La programación de Horizonte FM es variada, hay desde un programa dirigido por mujeres, “Hora de Mujer”, los gurises del liceo que hacen un programa de música electrónica, un programa que pone en juego la temática de las adicciones, “Narcóticos Anónimos”, un programa que lo lleva adelante una persona que es vegana y que plantea una mirada más natural a la vida, “Ser animal”, entre otros.

“... hay contenidos concretos identificables: por ejemplo, si pensamos en el programa de Lili, cuestiones acerca de género, acerca de violencia doméstica... si pensamos en clave del programa del muchacho éste, bueno, él plantea una forma de alimentación diferente, la protección de los animales y

otras cuestiones. Esos son contenidos concretos que se pueden plasmar en una hoja de papel. Y hay otros que son los de la espontaneidad. Lo que yo me planteo en términos de contenido es no seguir con las mismas interpretaciones muy poco complejas de la realidad” (Mario Lamas).

“Después la discusión que tenemos sobre si la música es un contenido o no. Bueno, en este caso hay algunas particularidades que hay que rescatarlas: dentro del alcance que tiene nuestra radio, llega a lo que es la Cárcel Departamental de Paysandú, que se produce una comunicación con los internos de ahí que es casi constante, que hay que tomar algunas medidas de precauciones para proteger a esta misma gente que está ahí que tiene la necesidad de comunicarse con alguien, que tiene la necesidad de ser escuchada pero que de repente no se puede decir al aire... [...] pero sí sabemos que a veces con un tema musical que otras radios, comerciales, no pasan, y que nosotros sí lo hacemos, estamos poniendo en juego una parte en la cultura que eso sí se podría hacer un recorte y decir sí, este tema es un contenido...” (Alejandro Roldán).

Esto de pensar la música como un contenido más no es un tema menor. Prieto Castillo (1994b) nos plantea que siempre que hacemos un material, estamos jugando con primeros y segundos mensajes y por eso es necesario revisar una y otra vez nuestra producción y, por ejemplo, preguntarnos qué no queremos comunicar. En este sentido, es importante cuidar qué música incorporamos a nuestras emisiones, porque la música es un contenido que puede estar diciendo algo diferente a lo que queremos, si no hacemos un uso consciente, con sentido, de ella.

La música que se escucha en Horizonte recorre todo el espectro, desde folclore, música electrónica, cumbia, rock, reggae...

En cuanto a los ejes temáticos prioritarios, se puede decir que la radio ha tomado posturas en temas clave: se declaró en contra de la baja de la edad de imputabilidad; en apoyo a la regularización del consumo de la marihuana, al matrimonio igualitario, a la ley de salud sexual y reproductiva...

La radio se vincula con organizaciones como el Centro de Estudiantes del Instituto de Formación Docente, la Intergremial de estudiantes del liceo 1 y liceo 7 de Paysandú; el SUNCA, el hospital, el Colectivo Manos Púrpuras, que trabaja contra la discriminación. Esto hace que lo local, la vida cotidiana se refleje en la programación.

Sostienen que la comunidad influye en la programación:

“La comunidad ha sido la responsable de armar nuestra programación. Si bien uno viene y propone, después la continuidad de esas propuestas y de eso lo decide la gente escuchando la radio,

comunicándose e interactuando con la radio. Después me parece que cada uno le pone su impronta y trata de hacer lo mejor posible” (Alejandro Roldán).

“Es la gente la que nos termina marcando la agenda y es por la gente que nosotros tenemos algunos ejes que guían nuestra propuesta (Alejandro Roldán)”.

A la hora de comunicar, se tiene presente a la audiencia y se parte de su experiencia, casi, podría decirse, de forma natural, porque muchos de los radialistas son del barrio y sienten y piensan como el barrio:

“Sí... muchos de nosotros nacimos en este barrio y crecimos en este barrio que tiene sus varios estigmas, que tiene su catálogo que nos han encasillado y que tenemos un sentido de pertenencia al barrio que lo defendemos a muerte siempre, que nos ha marcado...” (Alejandro Roldán).

“La interacción que se da con la Cárcel Departamental de Paysandú y con cualquiera, porque acá es una radio de puertas abiertas... Acá la radio **es para la gente y de la gente**, en ese sentido, el que tiene ganas de arrimarse, de hacer algo por la radio, y no sólo un programa... [...] como desde un electricista hasta un muchacho que viene y nos pinta la radio, creo que la intención es esa” (Alejandro Roldán).

Nos interesaba conocer si la radio cuenta con corresponsales populares, porque, una estrategia para involucrar a la audiencia en la producción de contenidos e inclusive en las políticas de programación de la radio, puede ser esa: periodistas populares encargados de recoger y seleccionar las noticias e informaciones que se registran en las propias comunidades. De esta manera se logra un producto radiofónico adaptado a la cultura de la audiencia, valorizando sus saberes y tradiciones. En el caso de Horizonte, la radio no cuenta con corresponsales, pero sabe que es un debe, sobre todo teniendo en cuenta que la radio también se emite por Internet y que se escucha fuera la Paysandú:

“...Tenemos que no olvidar que somos del barrio Sur, pero tenemos que ser conscientes que nos escucha gente de todo tipo de lugares: nos escucha gente del Instituto, de la Universidad de la República... gente de Montevideo, algún profesor...” (Alejandro Roldán).

Cuando les preguntamos por dónde pasa lo comunitario para esta radio, las respuestas van desde el aprendizaje compartido, con que lo que se transmite sea de la propia comunidad, que plantea y pone en juego cosas diferentes, y porque el barrio se apropie del medio:

“Lo comunitario es todo y lo comunitario es la forma de transmitir también, y lo que transmitimos nosotros tiene un tinte comunitario porque es propio de nuestra comunidad. Nosotros tenemos y tratamos de enfocar y darle un amplio discurso. Me cuesta definir todo lo que es nuestra radio comunitaria. Lo que sí sé que es, es distinta. Es distinta porque pone en juego distintas cosas, y que el barrio se apropió de ella” (Alejandro Roldán).

“Lo comunitario pasa por el estar atento a las necesidades, a las demandas de la gente” (Eva Nieves).

“Que la gente aprenda a usar las herramientas que se le brinda para poder hacer un reclamo. Que entienda que esta radio es una herramienta...” (Eva Nieves).

Cuando les preguntamos si la radio tiene algún componente educativo, la respuesta es afirmativa:

“Sí, yo creo que sí, que la radio en toda su programación y en toda su diversidad transmite algo educativo. Como te contaba hoy tiene una multiplicidad y una variedad de propuestas: desde nosotros que hablamos de la educación social hasta los compañeros que tocan los temas del consumo de drogas, lo riesgoso que es, otros que tocan la inclusión de la mujer en la sociedad, otros que tocan la alimentación distinta... las compañeras que arrancaron hoy con su propuesta de educación alimentaria que yo creo te da otro panorama... Yo creo que eso también nos marca como radio comunitaria” (Alejandro Roldán).

Cuando les preguntamos si la radio logra que la gente aprenda, la respuesta también es afirmativa:

“Yo no tengo cómo evaluar, mostrar que la gente aprende, pero sí lo que podemos decir es que la respuesta que tenemos de la gente, y cuando se comunica con la radio, es que algo se apropia de lo que nosotros ponemos en juego. De ese recorte educativo que nosotros hacemos, que es variado, hay una respuesta de la gente y hay una pregunta, una re-pregunta. Yo creo que capaz ese sería un método de evaluar que la gente aprende: la constante forma de repreguntarte que tiene, porque la gente te escucha, te analiza y te repregunta. Y si hace ese proceso, me parece que si interioriza algo de lo que nosotros decimos, podemos decir que la gente algo está aprendiendo. De esa transmisión algo está quedando” (Alejandro Roldán).

Crean que la radio logra que la gente aprenda y cambie de actitud frente a diferentes temas, el ejemplo que ponen es el referido al trato hacia los adolescentes:

“Yo creo que este año en particular, que tuvo este tema de la baja de la edad de imputabilidad generó en la gente una conciencia acerca de esta infancia, de esta adolescencia, de esta franja etárea que en el barrio es muy castigada, porque en el barrio Sur, que es la periferia de la ciudad de Paysandú... que tiene un montón de jóvenes que muchas veces se encuentran desplazados de algunas instituciones –

llamémosle escuela, liceo-, que a veces no tienen acceso total a una universidad o a una formación terciaria, yo creo que la gente ha aprendido a diferenciar y a sacarse el rótulo de ‘ese menor’ [...] que el menor no es más que un niño o adolescente, que es igual que mi sobrino o que mi hermano, que tuvo otras posibilidades, distintas, que le faltaron algunas cosas, que no tuvo lo mismo que yo y que la gente lo aprendió en el barrio y cuando a veces hemos escuchado que el ‘famoso menor’ resultó ser un niño del barrio. Y la gente lo demostró... Acá han venido políticos a hablar de la responsabilidad que supuestamente tiene un adolescente a los 16 años y a plantear su postura personal y partidaria acerca de la baja de la edad de imputabilidad y la gente los ha llamado y les ha dicho que en el barrio sur no se condena a los niños. Entonces, eso se transmitió... y te hablo de eso como te podría hablar de otras cosas que pone en juego el colectivo...” (Alejandro Roldán).

Los radialistas también dicen que aprenden, así lo demuestra el siguiente testimonio:

“Uy sí. El aprendizaje es bidireccional, de los dos lados, va y viene. A mí la radio en lo personal me ha regalado una forma de expresarme que no tenía, porque sentarse frente al micrófono... y ponerte a hablar para un montón de gente requiere que vos intentes ser lo más claro a la hora de expresarte... enriqueciéndote de algunas palabras, de algunos conceptos, y el contacto con la gente y la comunicación con la gente te da ese otro toque... [...] Y en ese intercambio siempre hay un aprendizaje...” (Alejandro).

Los aprendizajes también son compartidos:

“...Acá la gente que sabe es porque usó, probó, le dedicó tiempo y tuvo la posibilidad de aprender de otro, pero sí, se hacen capacitaciones. Yo creo que no se hacen en la formalidad, pero sí en el día a día, cuando un compañero llega y te pregunta algo de la consola o cualquier cosa de la radio, uno siempre está dispuesto y todos hemos aprendido así, yo cuando llegué no sabía usar la consola...” (Alejandro Roldán).

“Nadie, ninguno de nosotros somos profesionales en esto, nos hemos ido culturalizando a medida que fue pasando el tiempo y es una transmisión de un compañero a otro que hacemos en cuanto a los conocimientos... Cuando hay alguna modificación en los equipos, como ahora, yo necesité que un compañero me explicara... Yo le explico a ella y así...” (Eva Nieves).

Cuando se les consulta si la radio promueve organización, la respuesta es que sí, lo hace, pero se refieren básicamente a la organización interna:

“Sí, lo hace. Acá se junta un grupo de personas y vos me preguntabas de los aprendizajes que te deja y yo lo relaciono con esto de promover organización: Acá en la radio uno aprende desde hacer un acta, a guiar una reunión, a proponer un tema, a hacer uso de la ciudadanía... y que eso lo traslada cien por ciento a otros lados que uno también transita...” (Alejandro Roldán).

“Los aprendizajes que te da la radio promueven otras cosas” (Alejandro Roldán).

Si bien en otros momentos la radio iba a otros barrios, en este momento no tiene ninguna actividad extra-radial.

En cuanto a si planifican, evalúan, registran o sistematizan, el registro y la sistematización dicen que es un debe, lo que sí se hace es planificar:

“Planificaciones sí, acá hace un par de años seguido que se viene planificando: no sé, cubrimos la semana de la cerveza y eso es una planificación que hace la comisión directiva, la radio, así como otros eventos que se van haciendo en el transcurso del año. Hay una planificación anual sí...”. (Alejandro Roldán)

Nos preguntamos si para producir ¿forman equipo para articular saberes? ¿Se piensan los programas de manera colectiva? Y la respuesta es que sí, que estas cosas se tratan de hacer en colectivo, de hecho, se formó una comisión de gestión para pensar este tipo de aspectos:

“...se propone empezar a compartir con todos los integrantes del colectivo, de esas cosas que a veces no todos tenemos en cuenta que es cómo llenar un formulario, dónde está el proyecto de la radio, pero también hay compañeros que tienen cierto conocimiento por la experiencia de usar los equipos que comparten...” (Alejandro Roldán).

Cuando se les consulta para qué sirve ser parte de una red como Amarc, mencionan que sirve para no sentirse aislados, solos, y para formar el espíritu comunitario, además de que dicen aprender de otros compañeros y otras experiencias:

“...nosotros no trabajamos de forma aislada, no somos un grupo de personas que piense de por sí, sola, que hay un montón de gente más que comparte nuestros mismos ideales y que nos apoya en muchas de las cosas. Que es un gran paraguas Amarc, y que estamos, la radio comunitaria ahí abajo, que nos asesora, que me ha formado a mí y a un montón de compañeros del colectivo y que en cada encuentro que hace Amarc te deja un aprendizaje de esa gente más grande, de esa gente que tiene historia en Amarc y dentro de las radios, que vos de sólo escuchar nomás y de estar ahí, aprendés un montón de cosas, por eso creo que Amarc es muy importante en el sentido de formar ese espíritu de radio, de formar ese espíritu comunitario y encontrarte con gente de otros lados que hace lo mismo que vos ya es de por sí una experiencia y te deja cosas” (Alejandro Roldán).

El recambio de participantes se da, y la mezcla de gente con más experiencia y menos experiencia también:

“Yo soy el reflejo del recambio, de que acá se le da oportunidad a todos. Si yo te digo que hace 10 meses que estoy en la radio y que tengo un lugar en Amarc y que se me escucha cada vez que hablo y que acá hay gente que fundó la radio, ¡te podrás imaginar que oportunidad se da! (Alejandro Roldán).

La radio cuenta con un transmisor, tres computadoras de última generación, una consola para hacer radio (durante mucho tiempo se tuvo una consola que no era estrictamente de radio) y una consola para grabar; cuatro micrófonos de máxima calidad; sillas y mesa.

Una mirada hacia los centros Caif

El día que visitamos la radio, comenzaba este nuevo programa. Al poco tiempo pudimos constatar que salió pocas veces al aire, lo que constituye una muestra de que muchas veces la programación de las radios comunitarias no se sostiene en el tiempo, los programas cambian, la gente cambia... Este programa lo conducía Sandra Rivero, quien había sido invitada a la radio por Eva Nieves, presidenta de la comisión, quien hace cuatro años integra el colectivo de la radio. El programa se emitía los sábados de 10 a 12 horas.

Primero que nada entendemos necesario aclarar que fue difícil conseguir los programas grabados en general porque no es costumbre de la radio grabarlos, por lo que los análisis de programas en algunos casos no se pudieron concretar, y en otros, se concretaron con sólo una parte de la grabación.

Sandra trabaja en el CAIF¹⁴ Centro de Paysandú, uno de los más grandes del departamento. Allí se desempeña como cocinera. Cocina para niños menores de cuatro años. A su vez está involucrada en el proyecto institucional y dentro del proyecto de club de ciencias, donde se trabajó sobre alimentación saludable, en conjunto con dos maestras. Sandra se ha formado en este tema. Cuenta con el carné de manipulador de

¹⁴ Centro de Atención a la Infancia y la Familia.

alimentos y además tiene un curso sobre la alimentación de la cocina uruguaya, que ofrece INAU¹⁵ en conjunto con el INDA¹⁶ y el Ministerio de Salud Pública.

El proyecto en el CAIF se inició con el propósito de dar a conocer a los niños diferentes tipos de alimentos saludables y diferentes formas de preparación. En una segunda etapa se llegó a los padres, a través de talleres. Además se quiso llegar a la población en general y así surgió la idea de tener un programa de radio. Sandra presentó un proyecto escrito a la comisión de la radio, ésta lo estudió y le ofreció el espacio de los sábados de 10 a 12 horas. (Todo nuevo programa debe pasar una prueba de tres meses antes de quedar definitivamente incorporado a la radio).

El programa, según la conductora, surgió porque la propia gente mostró la necesidad de que se hablara sobre estos temas:

“Me pasó que dando información sobre alimentación, para el 10 de octubre, el día del cocinero, estábamos al aire en un programa y nos llamaban por teléfono para preguntarnos cosas, entonces vimos la necesidad... Entonces ahí vimos que hay un vacío en este aspecto” (Sandra Rivero).

El programa tiene un contenido variado, centrado en la alimentación saludable:

“Si bien hablamos de alimentación, hablamos de manipulación, de higiene..., por ejemplo, tener en cuenta cómo vamos a elegir los alimentos: la fecha de vencimiento, que todos los alimentos tengan la tabla nutricional para saber qué estamos consumiendo... Es muy integral lo que estamos tratando de hacer. No es solamente brindar una receta” (Sandra Rivero).

Según su conductora, el programa busca ser educativo e informativo, si bien tiene algunos aspectos de entretenimiento (se leen poesías o se cuentan anécdotas, o se trae invitados para entrevistar).

De alguna manera, se busca la participación de la comunidad, a la que se invita a plantear inquietudes, preguntar recetas, etcétera:

“Yo invito a la gente... si quieren saber alguna receta, si quieren alguna información, si tienen alguna patología específica que quieran saber [...] O las etas, enfermedades de transmisión de los alimentos...” (Sandra Rivero).

¹⁵ Instituto de la Niñez y Adolescencia Uruguaya.

¹⁶ Instituto Nacional de Alimentación.

Para preparar el programa que va a salir al aire, Sandra busca información sobre el tema a tratar. Generalmente se basa en bibliografía de Mides¹⁷, Inau, Inda y el Ministerio de Salud Pública, guías de alimentación para la familia uruguaya, que contienen pautas de higiene, prevención, manipulación e información nutricional.

El programa está dirigido a la población en general:

“Nosotros hoy abarcamos a todas las personas, de todas las edades. Si bien el proyecto comenzó dirigido para implementar hábitos alimentarios en niños menores de cuatro años, en una segunda etapa se llegó a las familias... En una tercera etapa queremos llegar a la población en general... Entonces queríamos, a través de la radio, que la gente conozca lo que nosotros estamos trabajando hoy” (Sandra Rivero).

Para el programa se eligió pasar música melódica ya que previo hay un programa de folclore.

La conductora afirma que con el programa espera lograr cambios, transformaciones en la gente:

“Cuando empezamos a hacer los talleres para los niños y vimos el resultado que habíamos obtenido creando los hábitos, que era el primer objetivo y que ellos lo aceptaron... en la segunda etapa empezamos con los talleres de los padres y vimos que los padres adquirieron y tomaron como propias las recetas y las empezaron a implementar... Pienso que se puede llegar a lograr perfectamente que la población -porque si yo veo que es algo bueno para mí y para la gente con la que estoy trabajando, tiene que ser muy bueno para la gente que me rodea- entonces me parece que sería espectacular poder lograr un cambio, una mejora en la parte alimentaria...”. (Sandra Rivero)

“Pienso que el objetivo es ese: de concientizar a la gente, de poder mejorar la calidad de vida” (Eva Nieves).

Hora de mujer

Hace ocho años que el programa está al aire, la misma cantidad de años que hace que Liliana Nan, una de sus conductoras, forma parte del colectivo. Sale al aire los martes, de 20 a 24 horas. Según su conductora (Liliana tiene 37 años y cursó hasta tercer año

¹⁷ Ministerio de Desarrollo Social.

de liceo), es un programa de género informativo. Cuando comenzó el programa, hace ocho años, eran cinco mujeres las conductoras. En un momento Liliana quedó sola y ahora hace un año que conduce el programa con María.

La música que se escucha en el programa es variada y responde a los gustos de la audiencia:

“La música es variada porque de repente alguien nos pide un tema de María Marta Serra Lima y otro nos pide reguetón y se les pasa lo que nos pidan. La última hora ya nos piden mucha cumbia, salsa” (Liliana Nan).

Ni Liliana ni María forman parte de ninguna organización, pero el programa sí procura el contacto con diversas organizaciones de la zona, por ejemplo, se trabajó un año entero en vínculo con “Dame tu mano”, una organización que trabaja con chicos con capacidades diferentes. Dicen que son las propias organizaciones las que se acercan a la radio:

“Ellos se acercan a nosotros; ellos vienen a pedirnos a nosotros el micrófono para pedir algo, para hacer un nexo. Y nosotros siempre decimos que el micrófono hay que abrirselo a todo el mundo” (Liliana Nan).

De alguna manera, se busca la participación de la gente:

“A veces le decimos a la gente, ‘por favor tírennos a ver qué tema quieren que toquemos’... y lo que ellos nos piden es lo que nosotros tratamos de darles” (Liliana Nan).

Para preparar el programa que va a salir al aire, las conductoras se basan en informaciones que les llegan. Hacen entrevistas, graban, buscan información en Internet y, a veces, traen invitados.

En un primer momento, el objetivo del programa fue tratar temas de interés para las mujeres: salud, alimentación, inserción laboral. Luego, los temas se fueron ampliando y fueron destinados a la familia:

“Nosotros, al principio, cuando arrancamos con hora de mujer pensamos hablar de la salud de las mujeres, la alimentación en la mujer, el trabajo, la inserción laboral de la mujer... Fue lo que hicimos. Pero después de un tiempo no podíamos seguir en el mismo ruedo entonces empezamos a extenderlo un poquito más. No sólo a la mujer sino a la familia. Fue así como arrancamos con la educación sexual, las enfermedades, las adicciones...” (Liliana Nan).

Temas que han abordado: salud, educación sexual, discapacidades, baja de la edad de imputabilidad, legalización de la marihuana.

Según su conductora, es un programa que cumple la función de informar, entretener y educar. Generalmente, los temas que se plantean surgen por inquietud de la audiencia:

“De repente son cosas que a ellos les está inquietando y nos mandan un mensaje y nos dicen ‘chicas, por qué no hablan de esto, quiero saber de esto’... Y ahí ya se prende otro y empieza a preguntar y otro opina y te lleva” (Liliana Nan).

Se dirigen a toda la gente, desde los adolescentes hasta los adultos mayores, pero más que nada son los adultos quienes escuchan el programa. Cuando se les pregunta si investigan lo que le interesa a la comunidad, la respuesta es afirmativa:

“Estamos siempre atentos a eso. Como radio comunitaria se debe estar atento a eso, para ver realmente qué es lo que la gente necesita. Por eso es que las programaciones se basan en los temas precisos que se están tratando y con las organizaciones con las que se trabaja es porque justamente sabemos que es la gente que necesita que uno esté ahí presente, para darle voz, para ser el nexo con otra institución... de repente para conseguir una silla de ruedas, o para conseguir una biblioteca...” (Liliana Nan).

Cuando se les consulta si se busca la participación de los oyentes, la respuesta es:

“Hay intervenciones; la gente opina, no siempre llama por teléfono pero el mensaje siempre está; antes de llegar acá, ya vengo con una listita de temas que quieren que conversemos [...] y mucho los chicos privados de libertad, los que están allá en la casona, como le decimos nosotros, están ahí... y nos piden que hablemos de tal y tal cosa, ‘porque está pasando tal cosa acá y queremos saber qué opina la gente’...” (Liliana Nan).

Lo que piensa la comunidad del programa, dicen conocerlo por los mensajes que envían los propios oyentes, y que los planteos de la gente se toman en cuenta para reformular el programa:

“Es justamente gracias a ellos que sabemos con lo que nosotros vamos a arrancar un martes o de repente un mes seguido, porque de repente es un tema que sólo en un martes no lo podemos tocar todo, entonces queda... [...] se sigue el martes siguiente. Nosotros, nuestro programa lo vamos llevando de acuerdo a la necesidad de la gente, lo que ellos nos piden”. (Liliana Nan).

Cuando se les pregunta si creen que el programa logra que la gente aprenda, la respuesta es que sí:

“Ellos aprenden pero a su vez aportan... Ese es el intercambio que nosotros tenemos con ellos permanentemente” (Liliana Nan).

Las conductoras sostienen que también aprenden:

“Nosotros aprendemos muchísimo. Uno ve la necesidad de aprendizaje de la gente, lo que ellos tienen ganas de aprender o de escuchar o de saber. Yo creo que la radio en general es así: si nosotros no sabemos lo que la gente necesita, no podemos dar. Porque de repente damos algo que a ellos no les interesa, entonces ahí es donde aprendemos las dos partes: nosotros a conocer a la gente que nos está escuchando y ellos a saber que pueden contar con nosotros y lo que ellos están necesitando” (Liliana Nan).

Las demostraciones de afecto de la audiencia también se perciben en la radio:

“La gente del barrio, llega Navidad, Fin de Año, el Día de la Madre, el Día de la Mujer o lo que sea, y tal vez nos manda un mensaje para pedirnos un tema pero esos días clave ellos están acá. Vienen a darnos un beso, nos traen un pan dulce de regalo. Eso es lo que hace sentir el cariño de la gente de acá del barrio” (Liliana Nan).

Cuando se le consulta si definirían el programa como comunitario, la respuesta es que sí, en el sentido de que la gente puede encontrar un “apoyo” en la radio, y por los temas que se plantean y cómo se plantean:

“... hay gente que está sola, que no tiene nadie que los apoye y les diga lo que pueden hacer... se apoyan en la radio, en el medio de comunicación que les da una respuesta o el apoyo. Entonces creo que nosotros somos comunitarios. En ese sentido somos comunitarios. Somos comunitarios cuando hablamos del tema de la educación, cuando hablamos de la familia, cuando hablamos de la salud...” (Liliana Nan).

Cuando se le pregunta si el programa puede considerarse educativo, la respuesta también es afirmativa, por los temas que se abordan:

“Sí... El tema de la sexualidad, con los adolescentes, creo que es un tema muy educativo” (Liliana Nan).

La idea de cambio y transformación de la gente también está presente:

“Nosotros siempre decimos ‘ojalá pudiéramos cambiar el mundo’, pero yo creo que cabezas se pueden cambiar. Principalmente la juventud que se prende mucho en esto... Tal vez los adultos ya están formados de otra manera, pero siguen dispuestos a que uno les ofrezca, a tomar lo que uno les puede brindar. Pero creo que la gente joven es la que más se arrima a las radios comunitarias. Creo que buscando de repente un saber más profundo, o tal vez una ayuda, en algunos chicos puede ser, ha

pasado, de venir a buscar espacios, chicos que han tenido problemas de adicciones y eso la verdad que está muy bueno. [...] Tenemos la suerte de que varios de ellos son chicos trabajadores que están bien, físicamente han dejado las adicciones... Creo que estamos abarcando todas las áreas, hablo por mi programa y, en general, por toda la radio". (Liliana Nan).

En cuanto a si el programa hace algo a favor de los más desfavorecidos, los excluidos, también se cree que sí, por el barrio donde está la radio, que ya de por sí lo sienten como un barrio excluido:

"Sí, yo creo que nosotros, como estamos acá en el barrio Sur... que de por sí la sociedad te aparta [...] yo creo que sí, que nosotros trabajamos con esa gente excluida. ¿Por qué? Porque ellos cuando necesitan un abrigo o necesitan algo... por ejemplo en el hospital, nosotros tratamos de darle esa posibilidad. O sea, les abrimos el micrófono para que ellos descarguen y digan lo que sienten y en qué situación están. Y si no se animan a hacerlo, bueno, nosotros lo hacemos por ellos, pero siempre tratamos de ser ese hilo con la persona, con la organización o con lo que sea, que les pueda brindar lo que ellos están necesitando" (Liliana Nan).

La promo dice que es un programa con "dos horas de buena música, reflexiones, consejos, y un diálogo abierto con la audiencia. Un programa con temas que importan a la mujer, al hombre y a la familia en general".

Durante todo el tiempo de salida al aire, las conductoras complacen con pedidos musicales, envían saludos a la audiencia que se contacta a través de mensajes de texto... El lenguaje es coloquial, distendido. Las voces son buenas, la dicción es muy buena.

El programa grabado que conseguimos para analizar se centra en noticias de salud. Se basa en informaciones de la prensa que las conductoras leen a través de Internet. La música que se escucha es variada, desde tropical a melódica, pasando por temas en inglés. Parte del programa se centra en noticias vinculadas al ébola. Luego se comparten noticias vinculadas a equipamiento en salud en Paysandú. Se quedan comentando la noticia y cómo impacta esto en la gente de la localidad. Repiten constantemente las vías de comunicación con la radio y la audiencia envía mensajes. Tratan temas locales y globales.

Comentan las noticias, incluso con errores propios de la escasa preparación: por ejemplo confundir el mosquito transmisor del dengue con la enfermedad del dengue

propriadamente dicha. Pero, sin embargo, los consejos que dan para prevenir, son acertados.

La frutilla africana

El programa se emite los sábados de 19 a 22 horas y domingos de 18 a 21 horas. No es un programa institucional. Surge a iniciativa de los conductores. Conducen: Mario Lamas, Alejandro Roldán, Paulo Olivera (que es además el operador) y Sergio Fernández (El Gordo). Todos forman parte del colectivo de la radio, aunque no forman parte de ninguna otra organización, salvo Alejandro, que trabaja con jóvenes en situación de calle, en una organización que se llama “Amanecer de Gurises”. Alejandro y Mario cursan la carrera de Educación Social. El programa inició el 3 de febrero de 2014. Es un programa que tiene como base musical el rock.

“[Se prepara] de una manera exprés. Esto quiere decir que una hora antes nos juntamos y decimos ‘hoy se dio esto, esto y esto, en la semana pasó esto, esto y esto y vamos a hablarlo’. En la medida que va surgiendo el programa, es todo al toque, no es que sea hecho con anticipación. Casi siempre y más que nada es hecho en el mismo día” (Paulo Olivera).

Cuando hablan de los objetivos, plantean la diferencia con las radios comerciales:

“[Lo que hacemos], entra entre ‘educar’, tiene humor y también de paso intentamos dar una visión diferente a lo que es la comunicación... porque no somos el tipo de programa como vendría a ser una radio comercial que te imponen cosas... la opinión está abierta a todo el mundo que quiera colaborar con el programa, es bienvenido y que pase” (Paulo Olivera).

También plantean cierto propósito educativo:

“...lo que intentamos siempre es..., verle la otra cara a la moneda en el sentido de trasvasar algunos discursos que a nivel de las masas generan un entorpecimiento, una tergiversación de la información que nos deja muchas veces en un vacío y trasvasar eso, plantear las diversas opiniones... y siempre hay un toque educativo-social que le damos nosotros” (Mario Lamas).

Sostienen que plantean una mirada crítica a la realidad, con humor, o simplemente leyendo las noticias de los diarios locales pero mostrando otra óptica:

“... leemos las noticias de los diarios locales y yo te leo una noticia y con la palabra ‘menor’ nos hemos reído tanto, porque cuando vos cambiás la palabra ‘menor’, por ‘adolescente’ no suena igual, entonces

hay determinadas palabras que utilizamos cotidianamente para referirnos a algunas personas que en realidad lo que están haciendo es reafirmar el discurso de división de la infancia. Y creo que a eso apuntamos, no sé si tiene que ver con nuestro trabajo con jóvenes, no sé si tiene que ver con nosotros como jóvenes y con las oportunidades que algunos tuvimos y otros no... pero sí esto tiene las ganas y la fuerza para intentar buscarle la vuelta, plantear todas las opciones, no cerrarnos a dogmatismos que tampoco surjan de nuestro propio acuerdo, sino más que nada estar dispuestos a escuchar todas las opiniones y en base a eso va surgiendo el programa”. (Mario Lamas).

La respuesta de la audiencia, que llama o envía mensajes, hace que el programa muchas veces escape a la planificación. La espontaneidad es la respuesta. El programa ha generado un vínculo interesante con los reclusos de la Cárcel Departamental de Paysandú, que escuchan la radio en general. En una primera instancia estuvo dirigido a los jóvenes, luego se abrió a toda la población. Suelen escucharlos estudiantes compañeros de la carrera de Mario y Alejandro, e incluso docentes (porque la radio se escucha por Internet), además de la gente del barrio.

Cuando se tiene que tomar partido por algo, se hace sin prejuicios. El apoyo al no a la baja de la edad de imputabilidad penal fue clave en el programa y en la radio:

“Trata de adecuarse a la situación; de ver en qué estamos. El tomar posición contra la baja de la edad de imputabilidad fue una reacción que todos tuvimos, informativa... [...] Creo que a eso es a lo que apunta: a ver las temáticas más fundamentales a tratar y a informar desde todos los lugares” (Mario Lamas).

Es común el buen relacionamiento con las bandas locales, que participan en el programa (tocan en los cumpleaños de la radio). Cuando hay tiempo, se cubren los toques de las bandas y se informa sobre las movidas de rock. Generalmente se retransmite la Semana de la Cerveza.

Cuando se les pregunta si investigan lo que le interesa a la comunidad, la respuesta es que no hay un trabajo pensado en ese sentido, pero es una preocupación frecuente, al punto que se piensa en generar ese tipo de cosas a través de un equipo de producción.

Cuando se les pregunta si se tiene presente a la audiencia y si se parte de su experiencia a la hora de construir el programa, responden que sí, y que la experiencia de los radialistas no es muy diferente a la del barrio:

“Sí, obvio. La experiencia de nosotros no es muy diferente a la de la audiencia, a la del barrio, la tenemos en cuenta y creo que a través de nuestro relato y de la narración de otros acerca de ellos mismos abre la posibilidad de vernos, de alguna manera iguales y de alguna manera distinto...” (Mario Lamas).

Cuando se les pregunta si lo que piensa la comunidad del programa se tiene en cuenta para reformularlo, la respuesta deja ver que aún falta mucho por trabajar en este sentido:

“Se tiene en cuenta pero la verdad que tendríamos que, no sé si ‘encuestar’, pero hace falta ese diálogo de qué pensás del programa, esas cosas así, creo que no se ha dado todavía... Faltan muchas cosas que mejorar adentro del programa y adentro de la radio (Paulo Olivera)”.

Cuando se pregunta si en el programa es pensada la dimensión educativa, la respuesta es afirmativa:

“Sí, claramente [...] la comunicación y la educación son actos inseparables...” (Mario Lamas).

“Yo creo que con el programa logramos complejizar y plantear en términos concretos qué es la educación y de qué hablamos cuando hablamos de educación. No tengo seguridad de que quien lo escuche, salvo que sea quien esté en la educación, se plantee algo en términos complejos y en términos así, pero sí lo que intentamos hacer es complejizar de qué estamos hablando cuando hablamos de educación...” (Mario Lamas).

Cuando les preguntamos si el programa logra que la gente aprenda, reconocen que es difícil de comprobar, pero que lo que se pretende es que la propia gente encuentre sus caminos, problematizar:

“Es muy impensado, muy improbable que yo pueda lograr saber que el otro aprendió, porque yo parto de la idea de que el acto educativo se produce a posteriori. Yo creo que el acto educativo se produce en la reflexión posterior a la oferta educativa y quienes andamos en el camino de la educación sabemos que nunca vamos a ver los resultados de nuestra acción y que si de verdad queremos ser éticos a la hora de nuestro acto educativo tenemos que dejar que el otro haga lo que quiera con lo que nosotros le ofrecemos, porque si no, estamos marcando tránsitos. El concepto fuerte de nuestro programa es el concepto de anti-destino. El brindar nociones que complejicen la vida cotidiana de las personas, que le muestren cuáles son las oportunidades que tienen, cuáles son las cosas que se pueden hacer pero no desde una manera expositiva o impositiva, sino de manera de complejizar y de que ellos puedan pensar por ellos mismos sus tránsitos, elegirlos ellos” (Mario Lamas).

Cuando se les pregunta si ellos aprenden, la respuesta es que sí, al interactuar en cada programa.

Como fuentes de información utilizan mucho la prensa local, pero para plantear otra mirada de las noticias:

“Nosotros leemos las noticias locales a modo de satirización... Los diarios locales, a modo de cómo son redactadas las noticias, diferenciando poblacionalmente y económicamente a las personas”. (Mario Lamas).

En el programa se hacen entrevistas. Por ejemplo, en el período de elecciones se entrevistó a los diputados y a los referentes de los distintos partidos políticos del departamento. La música que se escucha es básicamente rock, reggae, y preferentemente uruguayo y argentino, y se difunden principalmente las bandas de la localidad.

Cuando se les pregunta si definirían el programa como comunitario la respuesta es que sí, básicamente por el trabajo y esfuerzo colectivo y por ser una radio sin fines de lucro:

“...en definitiva lo definiría como comunitario por el esfuerzo desde el que surgió. Cuando encontramos la radio acá no teníamos mucho nada y de a poquito –porque lo primero que se hizo no fue comprar los equipos, fue pintar las paredes, pintar un solcito... pasar días acá adentro tratando de emprolijar un poco- y allí recién arrancamos el programa y con fuerza nos movimos, rompimos –con el perdón de la palabra- las pelotas a todo el mundo para conseguir lo que pudiéramos... y creo que esa es la esencia del trabajo comunitario...” (Mario Lamas).

“Uno sabe que organizando uno gasta nafta, gasta tarjeta... pero uno no se plantea en términos de lucro esto porque si no, no estaríamos acá” (Mario Lamas).

Cuando se les pregunta si el programa hace algo a favor de los oprimidos y de su liberación, destacan que sí y que para ello es fundamental el contacto con algunas organizaciones:

“Sí, en clave de eso la vinculación institucional con algunas otras asociaciones civiles y grupos de personas, como el Colectivo Manos Púrpuras, que es un colectivo que lucha por la diversidad... Por otro lado, qué definimos por oprimidos. Yo considero que nosotros somos conceptualizados como un barrio de contexto crítico o de vulnerabilidad, entonces nosotros pensamos en clave de revertir eso y de pensar cómo llegó esto a esta situación...” (Mario Lamas).

Cuando se les consulta si el programa hace algo a favor de organizar la comunidad, señalan que algo de influencia tienen.

Del análisis de un programa al aire podemos decir que los diálogos son distendidos, el estilo de comunicación es cercano. Se usan efectos de sonido (muy parecidos a los del programa *Malos Pensamientos*, de Orlando Petinatti). Generalmente una música suena de fondo. Insisten todo el tiempo para que la audiencia se comunique o envíe mensajes de texto, y la audiencia se contacta. En la primera parte del programa comparten algunas informaciones vinculadas a la intergremial de estudiantes. Como es un programa creativo, donde se nota el buen manejo del lenguaje radiofónico de los conductores, en determinado momento Mario imita la voz de uno de sus docentes, o imita a “Pepe” Mujica¹⁸. Comentan noticias locales, globales e internacionales, pero siempre llevadas al ámbito local. La frescura, el humor y la creatividad de los conductores hacen que el programa resulte entretenido: Por ejemplo, ese día se les ocurrió hacer como que Pepe Mujica (presidente de la República en ese momento) estaba presente en la radio –Mario lo imitaba-, e insistían para que la gente llamara y le preguntara lo que quisiera: “Hablando con la gente de ‘La Frutilla’ vamos a volver a abrir el espacio hablando al Pepe, así que pueblo, cada vez que tengan una duda ya saben dónde encontrar al Pepe... diez minutos de consulta abierta y que le pueden preguntar al Pepe”. Constantemente dicen al aire los teléfonos de contacto de la radio, el número de celular y el Facebook de “La Frutilla” y piden a la audiencia que llame, envíe mensajes. Ese día llama Orlando Santos y se identifica como “el oreja”. Habla con “El Pepe”. El diálogo se aprovecha para brindar información sobre los cometidos de la radio comunitaria:

“...primero la radio le pertenece al barrio; yo creo que es una herramienta de comunicación la cual uno puede transformar a través de las diferentes personas que participan de ella. Lo que considero es que el barrio todavía no ha tomado poder sobre ella, o sea, no se ha empoderado, como se dice... o sea que tomen posesión de la radio y la sientan como propia”.

¹⁸ José Mujica, presidente de la República en el período 2010-2014.

Habla de la seriedad con la que se ha manejado la radio, de los proyectos que se han presentado ante la URSEC¹⁹ y DINATEL²⁰ y que pasaron a través del CHARC²¹; también menciona el proyecto del fondo concursable al que se presentaron, de apoyo a emprendimientos socioculturales y cuenta que ahora se presentaron a un fondo concursable de DINATEL para la compra de equipamiento: “creo que da muestras de que hay un colectivo fortalecido y con un grado de responsabilidad y compromiso con la causa del proyecto de la radio y de la organización social...”, dice Orlando. Hablan de la Ley de Medios, que próximamente se votaría en el Parlamento. Mencionan a radio Vilardevoz, la felicitan por la antena nueva, cuentan cómo funciona, y la experiencia de los talleres compartidos con esos compañeros... La música suena durante todo el programa. Se trata de complacer los pedidos de la audiencia. Se escucha murga, música popular, pero el fuerte es el rock. Juegan al aire, se ríen, hacen bromas. En determinado momento toman entrevistas, por ejemplo del técnico de Peñarol, y la ponen de fondo y ellos hacen las preguntas arriba... Bromean con que no contestó las preguntas. A las 00:13 (este es un programa especial, que se hizo fuera del horario habitual) anuncian que se viene el momento de leer los diarios locales y nacionales “y darles un poco la vuelta para ver en realidad con qué estamos tratando cuando nos enfrentamos a las noticias masivas de los medios de comunicación”. Así comienzan con el “noticiero frutillero”. Ponen voz de locutores de radio, con música de noticiero... Leen alguna noticia del diario local, pero le ponen su toque personal y aprovechan a hacer algún comentario crítico. A las 00:35 van a una tanda publicitaria, que incluye avisos de la Intendencia, sobre espectáculos, pago de patente, reempadronamiento. Publicidad de comercios del barrio como despensa, laboratorio, farmacia, pizzería... La creatividad y el humor de los muchachos, se refleja en todo momento, en todo lo que hacen.

En varias oportunidades se dirigen a la audiencia, interrogándola sobre diferentes aspectos. Por ejemplo, preguntan qué piensan sobre el programa, si tiene algún

¹⁹ Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación.

²⁰ Dirección Nacional de Telecomunicaciones.

²¹ Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria.

impacto comunitario, si genera algo escuchar la frutilla africana, si hace pensar en otra cosa, en algo distinto...

Alejandro pide la música de “Piratas del Caribe” porque lo que va a contar tiene que ver con el agua... algo del campamento de La Floresta (campamento de Amarc en el que participaron algunos compañeros de la radio). Comienza el relato. La música va acompañando el ritmo y las intervenciones: “Tarde de sol, altas temperaturas, playa en el balneario de La Floresta. Un integrante de nuestra radio se lanza al agua, celular en mano, tabaco en el bolsillo... se le caen los lentes y una ola lo arrastra... el compañero Sergio tuvo que rescatarlo, la gente de Amarc se asustó y mandó un curso gratis para Paulo de natación...”

Luego comienza el espacio “La historia de la abuela”, un clásico dentro del programa, que consiste en contar otra versión de la historia: “la abuela”, otro de los personajes de Mario, dice que la historia estuvo mal contada, que fue al revés, que Paulo sabe nadar bien y tuvo él que rescatar a otros compañeros.

En definitiva es un programa con diálogos bien distendidos, estilo cercano, natural, bromean a raíz de los mensajes de los oyentes, bromean entre ellos, ponen músicas sugerentes, frases también sugerentes. Tiene mucho de improvisación, el programa va tomando distintos caminos en base a los mensajes de los oyentes. Sí cuenta con algunos bloques pre-establecidos como el de las “noticias locas”, o el que acababan de inventar de El Pepe contesta, o los cuentos de la abuela. Tienen un muy buen manejo del lenguaje radiofónico, recrean ambientes con los sonidos, la música, el relato... Se puede decir que se aprovecha la especificidad del medio radiofónico.

Práctica en MOPI

Tanto Alejandro como Mario estudian Educación Social y como parte de la materia Práctico I, una instancia evaluatoria dentro de la carrera que se dicta en el Instituto de Formación Docente de Paysandú, realizaron una práctica en el Club de Niños MOPI (Movimiento de Proyección a la Infancia).

MOPI está ubicado en la zona norte de Paysandú, entre los barrios El Espejo y Dos Marías. Una zona identificada como de “contexto crítico”. Para aprobar la materia, los estudiantes debían generar una práctica educativa con 120 horas de interacción.

En el Club hay inscriptos 40 niños en total (aunque suelen concurrir unos diez por turno de manera regular). Mientras se llevó adelante la práctica, tanto Mario como Alejandro lograron acercar 38 niños. Todo un éxito.

Luego de una etapa de observación, los estudiantes propusieron un plan de actividades y comenzaron con una serie de talleres. Primero, les mostraron a los niños un documental que había filmado *Árbol* en el año 2009, en referencia a los orígenes de la radio. Luego, presentaron a los niños el programa “La frutilla africana” (también a través de un video), que fue el programa que los acompañó durante todo el proceso.

La idea de hacer radio con los niños surgió casi por casualidad, un día mientras jugaban un partido de fútbol y Alejandro empezó a relatarlo, tal como si estuviera al aire.

Uno de los talleres consistió en el “desembarco” de la radio en el Club de Niños. Los niños tuvieron posibilidad de conocer los equipos y probarlos, incluso de salir al aire y que el barrio los escuchara:

“Cuando dijimos que íbamos a llevar una radio, ellos pensaban que íbamos a llevar una radio para escuchar música... El traspasar eso y ver cómo colgábamos una antena y que tu padre, tu hermana, tu familia te diga que te está escuchando, genera ya de por sí un aprendizaje: el aprendizaje de reconceptualización de la comunicación. Comunicación que es inherente al acto educativo y a la interacción social” (Mario Lamas).

Se trabajaron aspectos teóricos para conceptualizar algunos elementos básicos que se usan en una radio, como consola, micrófono, transmisor, antena, e incluso los elementos que conforman el acto comunicativo. A modo de evaluación, para saber si los niños lograron incorporar algunos términos, se hicieron crucigramas.

Además de los talleres de radio, los niños tuvieron talleres de lectoescritura, donde se trabajó con materiales de base sobre la dictadura, lo que también generó movimientos emocionales en los chicos, ya que muchos de ellos tenían algún pariente en prisión.

Por último, los niños visitaron Horizonte FM y participaron en dos programas. Ese día se contrató un ómnibus. Participaron unos 20 niños en la mañana y 18 en la tarde.

En los programas de radio, algunos niños eligieron cantar, otros hablar, otros entrevistar, otros sólo presentarse, otros leyeron poesía... La idea es que, en la medida de lo posible, puedan tener un espacio en la radio a futuro, de hecho, la invitación quedó realizada:

“Nosotros fuimos claros planteando la posibilidad de que este espacio es recuperable en términos de decisión y ganas de venir a ocuparlo” (Mario Lamas).

Se generaron dos programas: uno con los niños del turno de la mañana y otro con los del turno de la tarde. En el programa, los estudiantes de Educación Social también contaron el plan de actividades que llevaron adelante en MOPI, que desembocó en “brindarle un espacio a los niños en la radio para que hicieran uso de su derecho a expresarse, comunicarse e informarse”. También concurrió la directora del Club de Niños, para hablar sobre el funcionamiento del club.

De ambos programas se puede decir que si bien no fueron cuidadosamente trabajados en base a un guión, los niños sí trabajaron previamente en algunos de los materiales que trajeron para compartir, centrados básicamente en la época de dictadura. Se dieron diálogos distendidos y los niños tuvieron libertad para hacer lo que quisieran hacer (cantar, decir un poema, leer...) y decir lo que quisieran decir.

2.3 Palmira FM

El proyecto comenzó en el año 2008. Se formó un colectivo y hacían radioplateas, pero no salían al aire:

“Por el 89, 90 se hacía a través de un club, el Club Palmirense, que pagaba un espacio en una radio comercial, y ahí teníamos un grupo de chiquilines que hacía radio. Entonces, con esa idea empezamos a ver si podíamos hacer la comunitaria... Entonces empezamos a convocar jóvenes que les interesara. [...] Ahí surgió la idea de empezar a investigar cómo hacer una radio comunitaria”. (Cristina Adrover).

Actualmente, la radio funciona en un edificio que pertenece a Antel pero había sido cedido al Club Palmirenses para hacer actividades sociales. La radio presentó un proyecto para conseguir el local en comodato.

El grupo que la lleva adelante es bien heterogéneo. “Somos un zoológico”, dice Cristina. Son unas quince personas las que participan activamente en la actualidad. Hay gente de todas las edades, hay chicos desde los 12 y adultos con más de 60 años.

La radio tiene un alcance de tres kilómetros a la redonda. Cuando se llamó al censo de radios comunitarias, no se presentaron:

“...si bien estaba la gente, la radio no era una realidad, entonces optamos por no presentarnos pensando que no nos iban a aprobar, y después a la larga terminamos dándonos cuenta que nos teníamos que haber presentado igual porque cuando se hizo el censo, físicamente ya teníamos todo, ya estábamos al aire” (Claudio Barale).

Empezaron a transmitir en setiembre de 2009, en un local por el que pagaban alquiler. Tenían sólo el transmisor y la computadora. En ese entonces fueron aprobados en Amarc para integrar la asociación, y en octubre de 2009 empezaron oficialmente con la programación. En marzo de 2010 recibieron una visita de URSEC²² ya que les habían hecho una denuncia porque “supuestamente” interferían con una radio comercial. Según cuentan, fue ahí cuando la URSEC constató que no estaban en el censo, pero también, según ellos, que no había interferencia. Cuentan que les hicieron una segunda denuncia por medio de RAMI²³, porque no figuraban en el censo. Sin embargo, cuando URSEC los visita por segunda vez, la radio no estaba al aire por problemas técnicos:

“Ellos constatan que no estábamos al aire. Eso fue en agosto. Ahí nos aconsejaron que era mejor, para no tener problemas, esperar a que todo se regularizara. Y justo embocamos el período electoral, entonces teníamos que esperar al cambio de mando del Poder Ejecutivo para que se abriera el siguiente llamado” (Claudio Barale, Cristina Adrover y Rosa Almeida).

²² Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones.

²³ Asociación de radios del interior.

Desarmaron la radio, entregaron el local, mientras tanto los equipos quedaron en la casa de Claudio, y empezó una nueva etapa para la radio:

“Fue ahí cuando salió lo del laboratorio TIC, que lo hizo Amarc con Ritmo Sur. Era para el podcast. Teníamos que proponer temas sociales importantes de los cuales nosotros teníamos que grabar semanalmente un micro, un programita de cinco o diez minutos sobre un tema de contenido social. Nosotros elegimos, por ejemplo, adolescencia y juventud, medioambiente, mentalidad palmirense; hicimos una radionovela, un debate, notas... Fueron cerca de quince o dieciséis programas. Si cumplíamos con cierta cantidad de programas y con el contenido, nos donaban una consola, un micrófono, una computadora. Ganamos eso sin estar al aire” (Claudio Barale y Cristina Adrover).

Mientras tanto, iban a las asambleas y convocatorias de Amarc y formaron una asociación civil, “Voces Alternativas de Nueva Palmira”. Como el local que les habían cedido estaba muy deteriorado, todo el colectivo se puso a trabajar en la reforma. A su vez, el Proyecto Árbol se interesó por la propuesta, le llamó la atención que no tenían un espacio físico donde funcionar, pero igual eran una radio y se filmó un cortometraje.

Cuentan que cuando se enteraron que habían salido las frecuencias compartidas del MEC²⁴, decidieron presentar un proyecto para conseguir una frecuencia, hasta el momento funcionaban en la 104.5. Mientras tanto iban trabajando en el acondicionamiento del local. La autorización la obtuvieron en agosto de 2013. Las transmisiones comenzaron el 19 de abril de 2014. Fue un viernes santo:

“Salimos al aire con el Murguero Oriental, de Tabaré Cardozo. No me voy a olvidar nunca más, porque estábamos teniendo el cable con la mano porque fallaba e íbamos al auto a escuchar... Después salimos del pueblo a ver hasta dónde llegaba y llegaba mucho más que en la otra etapa de la radio, porque se ve que el transmisor estaba mal conectado” (Claudio Barale).

Tienen claro que se proponen ser una alternativa a los medios comerciales:

“Yo creo que también surgió... en los más viejos cuando recién empezaron, la idea de ser una alternativa a los medios comerciales... Es más fácil ver por oposición lo que uno no quiere, eso lo tenemos muy claro, aparte acá las radios comerciales están muy embanderadas con determinado sector, con determinada mentalidad, con determinada forma de hacer periodismo. [...] Todos, de todas las

²⁴ Ministerio de Educación y Cultura.

edades, de los que hay de 12 hasta los de 50 y pico, tenemos en claro cuál estilo no nos parece” (Rosa Almeida).

Las asambleas o reuniones de coordinación se realizan todos los miércoles a las 20:30 horas. Funcionan con sub-grupos: El grupo de producción se encarga de los contenidos, de pensar las entrevistas que se pueden realizar. También está el grupo de publicidad (que se encarga de buscar las voces, grabar, armar los guiones, separadores, avances de programas), el grupo financiero, y el grupo de eventos, que es el que organiza actividades.

Las decisiones se toman en conjunto. Las propias asambleas son instancias de aprendizaje para el colectivo:

“Últimamente hemos tenido algunas instancias, yo estoy muy contenta porque creo se han llegado a manejar en forma muy madura... una discrepancia con un programa que había cambiado mucho su proyecto original y hubo que hablarlo, fue duro, pero en un entorno de respeto y se resolvió muy bien” (Cristina Adrover).

La programación también se decide en conjunto:

“Si alguien quiere proponer un programa nosotros le pedimos que venga un miércoles y en lo posible que traiga algo escrito...” (Rosa Almeida).

Para definir qué tipo de programas incluir, se basan, antes que nada, en el texto de la Ley de Radiodifusión Comunitaria:

“Primero que nada, lo que establece la ley: que no puede haber proselitismo político ni religioso, y además que tiene que proponer diferentes puntos de vista, no puede ser muy vertical la cosa, tiene que dar la posibilidad de que la gente tenga su espacio dentro del mismo programa para dar la postura que tenga” (Claudio Barale).

En cuanto a la programación, en la mañana hay un informativo, luego va media hora de un espacio abierto a la comunidad, donde una vez por semana organizaciones locales pueden venir a hacer su programa. El espacio de la Escuela 8 es uno de esos programas, los días lunes; los martes está el espacio de salud adolescente. Hay programas de música, de rock, de reggae, un programa que hace un profesor de astronomía... Buscan que las organizaciones se acerquen, aunque reconocen, no es un tema fácil:

“Estamos tratando que las organizaciones se acerquen... Nosotros hemos ofrecido a todo el mundo y a la gente le cuesta acercarse a esto, no sé en qué va” (Claudio Barale).

“Hay organizaciones que mandan las noticias, mandan informaciones, o las citamos a una entrevista puntual por un evento, pero nosotros pretendemos que ellos tengan un espacio, aunque sea una vez por semana” (Cristina Adrover).

Tránsito, salud, educación, cultura, medioambiente son ejes temáticos prioritarios para la radio. En cuanto a la música, se escucha de todo menos cumbia, por el momento, no porque no se la quiera incluir, sino porque no tienen a nadie que haga un programa de este estilo musical y al resto, no es la música que más le gusta.

Lo local, la vida cotidiana se refleja en la programación. La radio se transmite por Internet y tiene un blog. En cuanto a organizaciones, la radio se vincula con la escuela, el liceo, CETP-UTU²⁵, INAU²⁶ a través de un Club de Niños y el hogar diurno, el MEC²⁷; hay grupos de Uruguay Trabaja que de alguna manera participan en la radio enviando noticias, o participando como entrevistados... El hospital tiene su espacio de salud en la radio y también los sindicatos tienen las puertas abiertas. Si bien están intentando que las organizaciones sindicales tengan su propio programa, no lo han logrado. Cuando se les consulta de qué manera participa o influye la comunidad en la programación, señalan que parten de los intereses del colectivo, que son reflejo de los intereses de la comunidad:

“Generalmente partimos de intereses del grupo, pero que son reflejo de la comunidad... El programa de Nano, por ejemplo, él invita al aire a la gente a que plantee temas sobre las problemáticas de acá, y le ha resultado porque le han contestado impresionante en cantidad y diferentes temas. Y él se basa en eso para organizarse, para plantear los temas” (Claudio Barale).

Los temas que se tratan por lo general surgen de la propia comunidad, son temas que preocupan a la comunidad y que les afecta o de alguna manera les toca.

²⁵ Consejo de Educación Técnico Profesional.

²⁶ Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay.

²⁷ Ministerio de Educación y Cultura.

No cuentan con corresponsales populares, pero es un tema que tienen en mente y lo vienen pensando.

Para Palmira FM lo comunitario pasa por la gestión participativa y también por abrir el espacio, los micrófonos a la comunidad:

“Lo comunitario pasa desde las decisiones y desde la participación” (Cristina Adrover).

“Nosotros estamos intentando que la gente se anime y se acerque a participar, que es algo difícil acá en Palmira...” (Claudio Barale).

“Nosotros buscamos que la gente que quiera plantear un tema, que quiera hacer algo en la radio, que se pueda acercar, que se arrime al colectivo” (Claudio Barale).

“Y es la idea también –valga la redundancia-, de que no haya una sola idea de comunicación” (Cristina Adrover).

“Pasó algo en el pueblo y yo te puedo cantar lo que va a decir la otra radio, ya sé la posición que tiene... ya se lo que van a decir, ni la escucho, ni la prendo. En cambio la idea es esa... pasó tal cosa, nosotros lo vemos así, después te llama otro y te dice ‘no estoy para nada de acuerdo’ [...]” (Rosa Almeida).

“También cambiar esa mentalidad palmirense que es todo tan, o lo agrandan tanto, o es... tan crónica roja, o una sola idea y todo lo demás es crítica... mal manejada la información de todo tipo. Entonces, abrir otra posibilidad, de que hay otra forma de hacer las cosas” (Cristina Adrover).

La dimensión educativa, de alguna manera está presente en la radio: Los saberes se transmiten entre los propios compañeros. Quien sabe operar le enseña a los que no saben. Y hay programas que resultan sumamente educativos dentro de la radio, como el programa que llevan adelante los niños de la escuela 8:

“Estamos en ese camino... más que educativo, cultural, porque es dar paso a diferentes culturas, dentro de la música, dentro del pensar, dentro de la lectura...” (Cristina Adrover).

“Es como que estamos buscando activar algo en la sociedad... que le dé otro nivel –no nivel porque nosotros tenemos mejor nivel- nivel en cuanto a que hay cantidad de posibilidades y no quedarse sólo con una sola cosa. Eso es lo que queremos” (Cristina Adrover).

“Yo creo que todo lo que se hace acá es educativo, y es una de las finalidades de la radio”, dice Nano. Incluso los programas musicales enseñan algo, dicen los radialistas, porque invitan a referentes de la música, informan sobre tal o cual estilo...

Cuando se les pregunta si la gente que los escucha aprende algo, la respuesta es: “Yo creo que el aprendizaje que puede sacar es por escuchar otras voces...” (Cristina Adrover). “El aprendizaje puede ser a participar” (Claudio Barale). “Y a reflexionar” (Cristina Adrover).

“Lo que pretendemos es que los programas por lo menos difundan valores, puntos de vista diferentes, noticias diferentes” (Cristina Adrover).

Y no se duda en responder que los radialistas también aprenden.

Cuando se les pregunta si la radio favorece cambios, transformaciones, de las respuestas se desprende que la transformación ocurre desde el momento en que la comunicación que plantea la radio es diferente y también que la transformación se da cuando se logra revertir cierta “estigmatización” de lo que implica ser comunitario, cuando antes la idea se asociaba a “trucho” o “ilegal”:

“Yo creo que en una radio comunitaria, básicamente esa es la idea: la idea es integrar a la gente... Es darle la herramienta a la gente para que se pueda expresar y para que también le surja la curiosidad y empiece a plantear cosas; que pueda tener acceso a cosas que no tenía” (Facundo González y Cristian Barale).

“Lo que pasa que nosotros venimos de un corte muy grande, de una lucha contra lo que decían trucho o ilegal, a revertir esa idea, a dar a conocer la ley –porque también es una de nuestras metas-, y en poco tiempo a mostrar que hay otra manera... No sé si pasa en otras partes, pero Palmira es reacia a veces a los grandes cambios; no sé si éste será un gran cambio pero es un cambio, y un cambio que pretendemos que lo hagan los mismos gurises” (Cristina Adrover).

También se le pregunta a los radialistas si la radio promueve organización y la respuesta es que la principal organización es la que se genera en la propia radio:

“Nosotros hacia adentro, que después se transmite hacia afuera: los miércoles escucharnos todos, hacernos críticas constructivas, aclarar cosas... ese tipo de cosas que se hacen en un gran grupo...” (Cristina Adrover).

Más allá de salir al aire, la radio genera actividades extra de integración: Las radioplateas son actividades que integran a la comunidad. Por los derechos de los niños se pensaba hacer una actividad, se han hecho maratones de lectura, toques de bandas locales... todo se transmite en fonoplateas. Se proyectan películas. Se apoya actividades de organizaciones, como es el caso de “Enredémonos Palmira”, que es una

red de lucha contra la violencia y el abuso hacia los niños, y Palmira FM integra esta red como organización.

Económicamente, la radio se sostiene principalmente por donaciones, pero también cuenta con socios colaboradores y vende publicidad. Lo bueno es que en el nuevo local no pagan luz, agua ni alquiler, sólo pagan Internet. Las publicidades son de comercios locales. Al momento de la entrevista, estaban llevando adelante los trámites para conseguir el RUPE²⁸ para poderse presentar para la publicidad del Estado.

Quienes hacen radio, son todos voluntarios. Nadie cobra por su trabajo. Dicen que es una radio “autosustentable”. Si bien siempre se presenta algún gasto imprevisto, y aún continúan pagando la computadora y la antena, en general, el dinero les alcanza.

Cuando se les pregunta si cuentan con espacios de capacitación, la respuesta es la capacitación que se da en la propia radio entre compañeros que se enseñan: los compañeros que saben operar enseñan a los que no saben. Además está abierta la posibilidad para que aprendan otras personas, aunque no quieran hacer un programa, y eso puede servir para integrar más gente al colectivo, dicen. Luego, siempre procuran participar de cursos u otras instancias de capacitación que se les presente.

En las asambleas de los miércoles, además de tomarse las decisiones en colectivo, se panifica y evalúa la marcha de la radio. Las asambleas también son espacios aprendizaje:

“Primero vemos cómo se han sentido los nuevos... También vemos cuando están solos haciendo el programa, si son muy nuevitos... Con los más chicos hicimos la grilla del programa hasta con horas, para que ellos se organizaran. Ese tipo de intercambio se da. Y evaluamos” (Cristina Adrover).

Llevan un acta donde se va registrando todo lo que se discute.

Reconocen que ser parte de una red como Amarc es un aspecto sumamente positivo e incluso educativo:

²⁸ Registro Único de Proveedores del Estado. Permite registrar y mantener la información actualizada de todas las personas físicas y jurídicas interesadas en contratar con el Estado.

“En la primera época que nosotros participamos, nos sirvió muchísimo para todo. Para formarnos, hasta para comprar los equipos, para saber a quién consultar, para ver cómo se hacía... Todos los talleres... porque íbamos a los talleres, los encuentros. Fue una época muy productiva de Amarc en aquel momento porque manejaba todo aquel proyecto que era justamente para eso” (Cristina Adrover).

“Pertener a una red nacional te habilita a una cantidad de cosas en cuanto a que vos podés contar con ellos, llamarlos, no solamente por problemas, sino por ver qué les parece tal cosa” (Cristina Adrover).

Incluso, plantean que Amarc sirve para intercambiar producciones con otras radios, por ejemplo, a través del podcast. No dudan en señalar que se aprende por ser parte de la red.

No se conoce específicamente cuánta gente escucha la radio ni quiénes. Sí saben que también se escucha por Internet desde México, Canelones, Montevideo, España y Bélgica.

En la comunidad, la radio es vista como una organización más. De hecho, participa como organización invitada en algunos eventos o actividades, o en espacios de participación de barrial.

Cuando se les consulta si la radio hace algo a favor de los oprimidos y de su liberación la respuesta es que sí, al dar espacio para que sus voces sean escuchadas:

“En eso estamos; eso es lo que buscamos, por eso queremos darle la voz a todos... La radio tiene como meta eso, por esa cosa que a veces uno critica, de darle voz a los sin voz, que es como un eslogan, pero no es que no tengan voz, es darle oportunidad para que su voz sea escuchada. Voz tienen, pero a veces no se la escucha. No se escuchan sus críticas o sus reclamos. Entonces esta radio puede ser ese nexo, pero tenemos que acostumbrarla, porque como no son escuchados a veces tampoco tienen muchas ganas, entonces nosotros tenemos que tratar de mostrarles que acá hay un lugar y que pueden decir” (Cristina Adrover).

En Palmira hay un transmisor M 31, la antena, una computadora principal que transmite las 24 horas, una consola para transmisión, cuatro micrófonos (uno para el operador y tres en el estudio), equipo de retorno, otra consola y otra computadora y otro micrófono para grabación y edición, con un retorno de aire.

Lo que no se dice

Este programa sale al aire de lunes a viernes a las 16 horas y se repite a las 23 horas. Cuando hicimos la entrevista, el 22 de noviembre de 2014, el programa ya llevaba un mes en el aire. Facundo González, “Nano”, su conductor, tiene 18 años. Estudia Administración Pública y piensa estudiar periodismo. Ingresó al colectivo invitado por Cristina Adrover. Cuando lo invitaron a participar de la radio formaba parte del club de periodismo del liceo y escribía casi todas las semanas algún artículo para el semanario Ecos, de Nueva Palmira. Nano forma parte a su vez del Plan de Políticas Juveniles del MIDES²⁹ y además lleva adelante un proyecto con una organización social que promueve el arte audiovisual, (Movimiento Artístico de Creaciones Audiovisuales). Fue, dentro de la radio, uno de los promotores del No a la Baja de la edad de imputabilidad penal.

¿De qué manera prepara el programa que va a salir al aire? En el caso de Nano, es clara la búsqueda inicial del tema de interés en la comunidad. Después de varias consultas con la gente de Nueva Palmira, los primeros temas de interés planteados, y que fueron los que empezó a tratar en su programa, fueron educación, cultura y medioambiente.

En cuanto al objetivo del programa, su conductor destaca “ser la voz de los que no tienen voz” y “dar la palabra”:

“El objetivo del programa es abrir la boca... o ser la voz de los que no tienen voz”. “Darle la palabra a la gente, que la gente puede opinar y decir todo lo que no se dice. Los temas que se esconden en el silencio de las personas” (Nano).

Por lo general, Nano hace encuestas para conocer qué opina la gente de los temas que se van tratando, y en la propia encuesta deja un espacio para la reflexión:

“Ahí la gente interactúa muchísimo; en el primer tema nomás creo que tuvimos 46 opiniones extensas y una cantidad más de opiniones cortas... Yo en mi casa llevo un registro con toda la información porque después lo que tengo ganas de hacer, es [...] un informe. Voy a hacer tipo un archivo para que quede, sellado por la radio, por el MEC, y luego [...] darle a instituciones...” (Nano).

²⁹ Ministerio de Desarrollo Social.

Hasta el momento de la entrevista, los temas abordados habían sido educación, cultura y medioambiente. La semana siguiente comenzarían con el tema seguridad laboral. Según su conductor, “Lo que no se dice” es un programa informativo, periodístico y de debate:

“Es un programa periodístico, de debate, y que trata los temas desde todos los puntos de vista posible. Lo que tratamos es de no dar sólo una postura sobre el tema, que es bastante complicado, pero justamente por eso nunca hago el programa solo. Siempre trato de invitar, aunque sea una persona de éstas que están en silencio...” (Nano).

“el programa informa, educa, puede ser que entretenga... Pretende mostrar una realidad, mostrar la realidad, o sea, darle voz a la gente” (Nano).

Si bien no tiene idea de qué cantidad de gente escucha el programa, o la radio, Nano cree que sí es escuchado, principalmente “porque trata realidades que no tratan otros programas. Más que nada porque uno escucha lo que quiere escuchar que no hay en otro lado... En realidad yo creo que este programa, al darle voz a las personas, al darle la oportunidad de opinar... que en un medio comunitario eso se puede dar, la gente lo va a escuchar, porque pueden decir lo que quieran”.

Cuando se le pregunta si se investiga lo que le interesa a la comunidad, si hay un trabajo pensado detrás de eso, si se parte de su experiencia, Nano cuenta que antes de empezar el programa él salió a la calle con un grabador y fue preguntándole a la gente temas de interés para ver qué temas abordar:

“...hablé con una cantidad de personas y los temas que más me plantearon fueron los primeros que saqué, que después los voy a volver a tomar, pero siempre preguntándole a la gente. El otro día hice un programa especial para que la gente pueda mandar todos los mensajes de todos los temas que deberían ser tratados. Ahí surgieron temas que nunca me hubiera imaginado que iban a salir...” (Nano).

Cuando se le pregunta si sabe lo que piensa la comunidad del programa, Nano responde que sí, por lo que la gente le comenta en la calle, y que obviamente, lo que piensa la gente lo toma en cuenta para reformular el programa:

“Sí, lógico. Cuando me dijeron, creo que ya iba por el quinto programa, tuve un programa que se tornó muy poco serio respecto a otros programas y recibí algunas críticas y agarré y volví a reformular todo para que quedara como los primeros programas” (Nano).

La dimensión educativa es pensada en el programa, en el sentido de concientizar:

“Yo pienso que todo lo que tengo que hacer yo en el programa no es educar, pero pienso que lo que yo tengo que hacer es concientizar y darle voz y que esa voz llegue, porque una cosa es darle voz y que nadie la escuche. Yo tengo que hacer de una manera que la voz que tiene la gente sea escuchada, sea analizada y sea trabajada de una manera que pueda ser tratada de una forma que digan que sí, que está bueno para tomarlo...” (Nano).

Nano cree que el programa logra que la gente aprenda:

“Sí, aprende. Aprende por ejemplo cuando hablamos de educación, la gente se enteró que había cursos en el liceo, se enteró por qué faltan los profesores... La gente aprendió a no quejarse por cosas que no se puede quejar si no sabe. Eso es lo principal”.

En definitiva, lo que está planteando es que al informarse, la gente cambia de percepción o actitud respecto a algunos temas:

“Por ejemplo, cuando hay un día especial, trato de que sepan por qué es ese día y por qué se celebra, o qué es la educación en sí, qué es la contaminación, qué es el saneamiento: primero saber el qué es para después opinar” (Nano).

“Yo aprendo muchísimo; hay miles de cosas que yo no sabía. Ahora, el último programa invité a Curtidores de Agua Dulce, que es una organización que trabaja con cuero de pescado, hacen carteras con cuero de pescado y yo no tenía ni idea... Soy una persona que me gusta que la gente sepa, que la gente tenga conocimiento... por eso mismo, yo creo que mi vocación es la docencia, me encantaría ser docente y periodista” (Nano).

Las fuentes de información, por lo general, son los informantes calificados, según el tema a tratar. También maneja Internet como fuente: “Cuando es un día especial de algo, hay una herramienta muy fácil y práctica que es Wikipedia, vos ponés la fecha y te dice el día de qué es... ahí podés sacar información sobre el tema y ya de paso le preguntás a alguien sobre el tema”. También se maneja con bibliografía y hace entrevistas: “La encuesta es el pie para arrancar a trabajar y la entrevista es cuando ya estás trabajando”. Además incluye opinión. No sólo la suya, sino que hay espacio en su programa para que la gente opine: “El programa está hecho para que la gente opine”.

La música que se escucha es generalmente nacional, folclore o murga y canto popular. El programa no tiene actividades extra-radiales, aunque aclara que le gustaría incursionar por ese lado.

Nano definiría su programa como comunitario: “Sí, porque le da voz a la comunidad”. Y como educativo: “...porque la gente aprende y se involucra en aprender y le interesa aprender escuchando el programa”. También cree que alcanza transformaciones: “...yo creo que la gente que lo haya escuchado no va a pensar lo mismo de la educación; incluso mucha gente decía ‘yo no sabía tal cosa’. Se nota un cambio y es importante. Más que nada a nivel perceptivo y a nivel de información...”. También cree que puede tener algún aspecto a favor de los sectores más oprimidos, por ejemplo, en cuanto a darles la palabra: “Justamente con esto que estamos tratando ahora sobre el saneamiento, tenemos en Palmira unos barrios, unas zonas que son muy afectadas por la falta de saneamiento... yo creo que ahora que estamos tratando de difundir un poco eso y hablar del tema... esa gente opina muchísimo también en el programa... O en cuanto a educación, la gente que no estudió o con pocos estudios opina mucho. Como que abre un poco más la cabeza: me abre la cabeza a mí, le abre la cabeza al programa, y a ellos mismos también...”. También sostiene Nano que el programa tiene cierto aspecto a favor de la construcción de ciudadanía: “Sí, yo creo que nosotros como ciudadanos primero que nada tenemos que conocer nuestros derechos... los derechos de tránsito que es un problema acá... Justamente es promover que la gente sepa los derechos que tiene y las obligaciones”.

Con la grabación del día 12 de noviembre de 2014, nos propusimos analizar el programa. Los temas abordados son los jóvenes y el alcohol. La información que se maneja es local y contextualizada. Como fuente de información utiliza la entrevista a informante calificado. Se puede decir que parte de una manera crítica de mirar la realidad y que habla de la vida cotidiana. Generalmente todo el programa se dedica a un mismo tema, pero hay dos o tres bloques dentro del programa separados por tandas y separadores y además usa una cortina musical cuya letra repite el nombre del programa: “Aquí se dice lo que no se dice”. No se utilizan efectos de sonido. Se escucha música popular uruguaya. El estilo de comunicación es cercano, coloquial. Se da un diálogo entre el conductor y la entrevistada. El clima, ambiente que se genera es el que se da en un diálogo cálido en el que se están tratando temas importantes. Se percibe un buen manejo del lenguaje radiofónico. Buena calidad de la emisión, con un ritmo acertado y duración apropiada. Apela a la experiencia de los oyentes, se pone en su lugar. Pregunta las preguntas que se haría la gente. La participación de la audiencia

se da a través de algún mensaje de texto que llega, pero la audiencia participa previamente a través de unas encuestas que elabora el conductor y que contestan a través del Facebook del programa. Se puede decir que se fomenta la participación. El programa favorece aprendizajes; favorece la construcción de ciudadanía en el sentido que se plantean temas que involucran a la sociedad en general e intenta comprender las causas de por qué sucede lo que sucede. Se da una reflexión crítica de los temas que se analizan.

Es un programa que se nota hecho con la frescura del adolescente, un joven con mucha iniciativa y que seguramente contagia, una buena influencia para los jóvenes de su edad. Se preocupa por partir de los intereses de la comunidad: presenta temas que surgen como interés de la propia comunidad y para los que la comunidad previamente opina y también puede opinar durante el programa.

Desde el saludo, el conductor ya anuncia que en el programa se tratan temas que por lo general no son tratados en otro lado:

“Muy buenas tardes a todos y bienvenidos a una nueva edición, un nuevo programa ‘Lo que no se dice’ en la 89.1 la radio comunitaria de Nueva Palmira. Mi nombre es Nano González y te estaré acompañando, acá como todos los días, de lunes a viernes a las 16 horas, hablando todos esos temas que merecen ser tratados y que son escondidos en el silencio de las personas”.

Ese día participa como invitada “Naty” González, psicóloga, que plantea la preocupación por parte de los adultos por el tema alcoholismo. Comenta las consultas que le llegan a ella como psicóloga frente a este tema. Durante el programa, en formato entrevista, se habla de los riesgos del consumo, de la familia, de la necesidad de políticas, de la importancia de regular sobre el tema, de las campañas de sensibilización. También se hace referencia a los factores que pueden influir en el consumo, de la influencia de los medios de comunicación, y del consumo responsable. A veinte minutos del programa viene la primera pausa, con una música de Larbanois Carrero y la tanda, compuesta por publicidad de pequeños comercios de la zona. Luego de la tanda, Nano recuerda las líneas de comunicación, teléfono y celular. Recuerda que se puede escuchar la radio por Internet. Platea que estos temas van a ser tratados en más de un programa “porque los temas que estamos sacando tienen que ser tratados con más tiempo, con mucho más información, son temas que van a estar

vigentes durante mucho tiempo y lo que queremos hacer es proponer soluciones y no plantear los problemas y que queden en el aire”. Durante el transcurso del programa también se habla de experiencias exitosas con jóvenes. Luego de una segunda tanda publicitaria, Nano insiste con que todo el que quiera plantear dudas, inquietudes e incluso temas que le interese que se traten, lo puede hacer. En todo momento invita a la audiencia a participar a través del Facebook, y, por lo que cuentan sus compañeros de la radio, la audiencia escribe. Por último, muestra con sus palabras que la radio es un espacio abierto, donde todo el que quiera puede participar:

“Recordá que si querés participar, formar parte del colectivo de la radio, aprender a operar o aprender más o menos en qué consiste la radio podés venir, acercarte todos los miércoles a las 21, acá a la radio, en la calle Varela esquina Laguna, a la vuelta del MEC”.

Espacio salud adolescente

Luego del informativo, todos los días en la radio hay un espacio abierto a la comunidad, donde por lo general se invita a diferentes organizaciones a que hagan uso del espacio. El programa “Espacio salud adolescente” es uno de estos programas, que parte del Hospital. Lo conduce Aldo Mendieta y se emite los martes a la hora 9:00.

Aldo no forma parte de la organización de la radio; es Licenciado en Enfermería y está a cargo de la Policlínica de Salud Adolescente en el Hospital de la localidad. El programa trata, como temas, todo lo que refiere al programa de salud adolescente: adicciones, alcoholismo, drogadicción, salud sexual y reproductiva, salud mental, alimentación. Generalmente trata de traer invitados que hablen sobre los temas propuestos, aunque su conductor reconoce que “no es tan fácil encontrar profesionales de las diferentes disciplinas que estén dispuestos a venir”.

En el Hospital, en la Policlínica de Salud Adolescente, los adolescentes en un mismo día y horario tienen medicina general, pediatría, atención obstétrica y atención psicológica. Allí mismo se intenta hacer un trabajo educativo con los jóvenes. Se han hecho talleres en sala de espera, se llevan materiales, se ofrecen charlas e incluso se sale a hacer actividades a otros lugares como el liceo, la UTU, la plaza de deportes, para tratar temas vinculados a la salud.

La idea del programa de radio es contar con una pata más para llegarle al adolescente. El objetivo, según su conductor es promocionar la policlínica de salud adolescente y tratar temas vinculados:

“La idea era abrir una pata más para que informara lo que se está haciendo allá, en la policlínica barrial, porque muchos se creían que era una policlínica para ese barrio, y no, la idea es que todos los adolescentes, de cualquier barrio pueden ir para allá. Entonces el programa sirve para promocionar eso. Y brindar información a las familias y a los adolescentes de estos temas relacionados a la salud” (Aldo Mendieta).

En cuanto al género del programa, dice su conductor: “sé que noticiero no es, revista tampoco... podría ser educativo. Es la idea. La idea es educar”. Si bien es un programa dirigido a los adolescentes, la audiencia es más amplia: “Está enfocado hacia los adolescentes, pero la audiencia es muy amplia y nos llaman y nos mandan mensajes personas de toda las edades, el abanico es grande”.

Aldo dice no investigar lo que le interesa a los adolescentes para hacer el programa: “todavía no, lo que yo he hecho es tratar los temas en estos lineamientos que están en la policlínica; ahora cuando vea que los temas se van terminando, vamos a tener que buscar”.

Si bien en el programa se reciben mensajes y llamadas de los adolescentes, no hay una participación adolescente en el sentido de pensar el programa o conducir el programa junto a Aldo. O de adolescentes que participen frecuentemente en el programa. Aunque el conductor reconoce que “sería bueno que ellos mismos se involucraran”.

En cuanto a si el programa promueve participación, la respuesta es: “En todos los programas recalamos los números de teléfono y números de celular para que ellos puedan opinar, lo que no me animo todavía a recibir las llamadas en vivo”. Como el programa va después del informativo, que conduce Nano, este joven generalmente suele quedarse y Aldo le da participación.

Cuando se le pregunta si sabe lo que piensa la comunidad o los adolescentes del programa, la respuesta es: “Por las repercusiones de lo que te dicen en la calle, viene cayendo bien, viene gustando”. También Aldo dice que los planteos se tienen en cuenta para reformular: “lógico, porque en este tema de radio yo no tengo

preparación... entonces yo trato de escuchar y de prestar atención a qué es lo que dicen para ir viendo”.

Cuando se le consulta si la dimensión educativa en el programa es pensada, la respuesta es: “Es la idea, cuando uno brinda información es con esa esperanza de que llegue y pueda haber un cambio”.

En cuanto a si logra que la gente aprenda, el conductor reconoce que “es la idea; el cambio de actitud lleva su tiempo, pero uno aporta su granito de arena”. Y comenta que por ejemplo, cuando el programa de alcoholismo, uno de los temas que se trataron fueron las repercusiones fisiológicas del consumo de alcohol, y “muchos me dijeron que no sabían eso. Bueno, aprendieron algo y capaz que ese algo les hace cambiar de actitud y cambiar su relación con este tema del alcohol”. El propio conductor dice aprender haciendo el programa, aprender desde la práctica: “Yo aprendo un montón. Es algo que me gusta y aprendo. Al principio venía con mis papeles y no sabía mucho qué hacer, ahora aprendí cómo ser más dinámico, que es mejor no estar solo...”.

Como fuentes de información utiliza bibliografía sobre salud adolescente y entrevistas a informantes calificados: “hemos traído médicos, psicólogos, nutricionistas, parteras, y cuando dimos el tema de adicciones trajimos una pareja, él ex adicto y ella estudiante de psicología”.

Sostiene que hay espacio para opiniones: “Yo siempre trato de dejar claro, cuando traigo un invitado, que me diga su opinión sobre el tema... y la gente opina a través de los mensajes de texto y también cuando me encuentra en la calle”.

En cuanto a la música, Aldo tiene cuatro o cinco temas elegidos para pasar algún fragmento durante el programa, pero no más que eso: “trato de pasar música que pase un mensaje positivo; conseguí cuatro o cinco temas que están guardados en una carpeta, y los muchachos la pasan de ahí...”. Generalmente van unos segundos de música después del corte.

Cuando hicimos la entrevista, el programa llevaba tres meses al aire, por lo que saber si el programa logra transformaciones en la gente, según su conductor, es muy difícil: “Las transformaciones, los cambios llevan su tiempo, y eso lo sabremos con el

tiempo...”. El conductor dice que no se dirige a un sector socioeconómico en particular, sino que le interesa que la información llegue a todos.

El día que analizamos el programa, el tema abordado fue embarazo adolescente, factores de riesgo y métodos anticonceptivos. Se busca analizar las causas de los problemas. Es un programa que habla de la realidad adolescente. Se basa en una entrevista central, que se maneja en dos o tres bloques, separados por un corte, no de tanda publicitaria, sino en base a promos y separadores. No emplea efectos sonoros. El estilo de comunicación es cercano, coloquial. El conductor tiene un buen manejo del lenguaje radiofónico.

Comienza con una promo de la policlínica y una de presentación del mismo programa. Luego de escucharse unos minutos de rock en español, alguien de la radio, una joven integrante del colectivo, presenta el espacio. Luego aparece la voz de Aldo, que saluda y presenta a la invitada del día, Ana Luisa, una obstetra. Luego de presentar el tema del día y de recordar los números telefónicos de la radio, comienza la entrevista. Aldo pregunta a Ana Luisa sobre el porcentaje en nuestro país de embarazo adolescente y Ana Luisa comparte esa información con la audiencia y comparte información sobre aspectos socioeconómicos, culturales y de género, modelos que se repiten y factores de riesgo. Luego de dialogar buen rato sobre estos temas, Aldo anuncia un corte, que se basa en separadores y promos que incluyen información sobre Amarc o qué implica ser una radio comunitaria. Luego del corte y tras unos segundos de música, vuelve Aldo para compartir información sobre la policlínica adolescente:

“Muy bien, regresamos entonces, estamos acá charlando con Ana Luisa sobre embarazo adolescente y queremos recordarte los horarios de la policlínica adolescente, allí en el barrio Ascencio. Hoy martes y todos los martes a partir de las 9 de la mañana y hasta la hora 17, allí te encontrarás con atención en medicina general, atención psicológica, atención pediátrica y allí Ana Luisa también nos acompaña en el espacio adolescente haciendo atención ginecológica-obstétrica. Recuerda que allí también se puede renovar el carné adolescente”.

Continuando con el programa, Aldo le pregunta a Ana Luisa sobre los métodos anticonceptivos. Ana Luisa comparte información para los adolescentes sobre el tema, introduciendo información sobre enfermedades de transmisión sexual y cómo prevenirlas. En determinado momento, la chica que los presentó al comienzo del programa (integrante del colectivo de la radio, que conduce el informativo de la

mañana junto a Nano) también, como joven, plantea algunas preguntas sobre el tema en cuestión, a lo que la invitada responde.

Se puede decir que durante el programa se da un diálogo fluido entre el conductor y la entrevistada; se nota el conocimiento del tema por parte del conductor. Es él quien conduce, guía con sus preguntas, marca el hilo conductor.

Uno para todos y todos para uno

Al igual que el programa “Espacio salud adolescente”, la escuela cuenta con un espacio en la radio. Se trata también del espacio abierto a la comunidad. El programa, que lo llevan adelante los niños de los 4º año A y B de la Escuela 8, sale al aire los lunes de 9 a 9:30 horas.

El proyecto comienza en el año 2013. Surge tras la lectura del cuento “Fábrica de esperanzas” de Nicolás López, un autor uruguayo:

“Surge de los niños la idea de crear su propia fábrica de esperanzas, entonces ellos pasan clase por clase, invitando a toda la escuela –es un proyecto que surge de una clase y se abre a toda la escuela- a participar de este proyecto con el fin de crear aulas más motivadoras, o motivadoras de aprendizaje [...] entonces el fin era embellecer las aulas” (Ivana Daruich, maestra del 4º año).

Las maestras se entusiasman con la idea y se invita a la comunidad a participar. Con la ayuda de los padres se logra embellecer todos los salones de la escuela. Además se trabaja en valores, con diferentes estrategias.

En agradecimiento con la comunidad que se acercó a ayudar, la escuela se vio en el deseo de devolver algo. Así surgió la idea de hacer el programa de radio, además, porque habían sido invitados por la radio comunitaria a llevar adelante el espacio.

El nombre del programa fue elegido por los propios niños. En cada programa participan algunos niños representando a toda la clase y se van alternando, de modo que durante el año todos puedan participar. Cada programa trabaja un valor en particular: la alegría, el amor, el optimismo, el respeto... Para preparar el programa, primero se selecciona el valor a trabajar. Una vez elegido el tema, el guión se empieza

a armar entre todos durante la semana. Los niños aportan sus ideas y la maestra los ayuda a organizarse.

Cada programa implica un aprendizaje, no sólo al buscar información y música para prepararlo, sino también mientras se hace el programa y aún después, al escucharlo y ver qué cosas se pueden mejorar:

“...veíamos el crecimiento de cada niño, en autoconfianza, en desenvolvimiento para comunicarse, en lectura, en crear una lectura emotiva, que llegaba al otro, dejando todo de sí para llegar al otro... Que a veces insistimos los maestros que el niño no tiene hábitos de leer, y esto es una estrategia fenomenal” (Ivana Daruich).

También es un trabajo integrador. La familia apoya a los niños, buscan músicas juntos, poemas. Después de cada programa, los niños se escuchan y se autocritican, y, desde los primeros programas, hasta la actualidad, se nota que ha habido una evolución:

“Es divino ver cómo crecen en autoconfianza, en desenvolvimiento, en lectura, en autoestima, en compromiso, en responsabilidad. Cómo van creciendo en ese sentido, y la verdad que en poco tiempo de programa hubo un crecimiento espectacular” (Ivana Daruich).

“Después de cada programa se ven todos los argumentos a favor, todo lo positivo que tuvo el programa y todo lo a mejorar... [...] Desde la primera autocrítica a llegar a ver todo... porque antes ellos veían lo negativo, todo lo malo, ¡pero habían rescatado tantas cosas positivas que yo quedé asombrada! ¡Cómo crecieron, ya no veían todo lo malo!, o sea que estaban poniendo en práctica el optimismo también, veían sus fallas, que tenían que mejorarlas para que el programa saliera mejor, pero veían todo lo positivo, todo lo que habían crecido, y me hablaban de respeto, de expresividad, de tonos de voz, de entonación...” (Ivana Daruich).

Para que el programa salga de la mejor manera, ensayan el guión, lo practican en el aula y entre ellos se aconsejan sobre cómo leerlo, si más despacio, si con más entonación, y también piensan, entre todos, en las personas que van a estar escuchando.

En cuanto a los objetivos del programa, están desde el acercamiento a la comunidad, hasta mejorar la autoestima, la autoconfianza, e incluso la lectro-escritura:

“El objetivo principal era abrimos a la comunidad; devolver un poco de todo eso que ellos nos dieron con el proyecto y después, objetivos más específicos: crear la autoconfianza en el niño, mejorar esto, motivar desde otro aspecto la lectura, la responsabilidad; que esos valores que nosotros tanto insistimos

no se queden sólo en el aula o dentro de la escuela, sino que lleguen a la casa de cada uno” (Ivana Daruich).

Se dirigen a toda la sociedad y los escuchan principalmente las familias, pero también otros oyentes de la radio. Las familias suelen enviar mensajes mientras los niños hacen el programa.

La dimensión educativa es pensada, es el centro del programa:

“Lo que logra la maestra, capaz que no lo logra con otra actividad: que lean, que resuman, que se autocritiquen o tengan un pensamiento crítico sobre algo, que creen –porque hay chiquilines que son autores de pequeños cuentos- y salimos de aquello que tenía la maestra de no poder dar el programa... Está dando el programa con una herramienta distinta, nada más, porque está trabajando todo lo que es lengua, lo transversal, que son los valores; pero además los niños se mueren por participar, y aquel bandido que no lo cazás con nada, es el chiquilín que está primero, que quiere estar primero” (Cristina Adrover).

Cambios, transformaciones en los niños, por el relato de la maestra, no hay dudas que se logran.

Analizamos la salida de un programa al aire. Se puede decir que es un programa educativo-cultural. Los temas abordados son derechos de los niños y valores. El estilo de comunicación es cercano, coloquial. El clima es distendido, alegre, optimista. La música es un contenido más, acorde a los valores que se trabajan. El formato es adecuado, los fondos musicales son adecuados, la duración del programa, el ritmo y la agilidad también son apropiados. La audiencia participa a través de mensajes de textos y llamadas telefónicas. El programa favorece aprendizajes: por los conceptos que se trabajan, por los valores que transmiten, y por las habilidades que desarrollan los niños al preparar el programa y sacarlo al aire.

A continuación compartimos parte del guión para una mejor comprensión del estilo del programa:

CORTINA MUSICAL: ALEGRÍA DEL CIRCO DE SOLEIL

VOZ DE NIÑA: “Muy buenos días, aquí nuevamente junto a ustedes, los representantes, los alumnos de 4º año A de la Escuela N° 8, Adela Acevedo de Varela. Por la 89.1. (VOCES DE TODOS LOS NIÑOS: La Co-mu-ni-ta-ria-), con nuestro programaaaa (TODAS LAS VOCES: Todos para uno y uno para todos). Somos: (se presentan, cada uno dice su nombre).

NIÑA: Hoy el tema elegido para abordar es el de nuestros derechos.

NIÑO: Ah, los derechos de los niños... ¿entonces?

NINA: Sí, estuvimos trabajando sobre ellos en el aula y así pudimos entenderlos mejor e intercambiar opiniones.

NIÑO: Ya, los invitamos a comunicarse con nosotros para opinar del tema. Los números de contacto son (los dicen al aire).

NIÑA: Entendemos que los derechos son humanos, porque vivimos en un mundo global.

NIÑO: Se trata de entender la universalidad de la declaración y de los derechos humanos, que se basa en una aspiración no menos universal.

OTRO NIÑO: Que todos seamos tratados y respetados como personas.

NIÑA: Esto implica la interiorización de la conciencia de que somos iguales y diferentes.

NIÑO: ¿Cómo es eso de iguales y diferentes?

NIÑA: Tenemos diferentes aspectos físicos, intelectuales y emocionales, pero iguales derechos.

OTRA NIÑA: Para comenzar a desarrollar el tema les regalamos el cuento “La Niña sin nombre”.

(ENTRE TODOS LOS NIÑOS, LEEN EL CUENTO POR TURNOS).

NIÑO: Este cuento nos hizo pensar, reflexionar y darnos cuenta que su mensaje tenía que ver con nuestros derechos. En este caso el derecho a una nacionalidad y un nombre desde nuestro nacimiento.

NIÑA: Nosotros somos orientales, uruguayos y estamos orgullosos de eso. Me llamo Jorgelina Barceló y estoy feliz por eso, porque aunque haya muchas personas con este nombre, yo sé que por mis características físicas y de personalidad soy única e irreplicable.

Y ASÍ, CADA UNO DICE SU NOMBRE.

NIÑO: Ahora les invitamos a escuchar la obra de títeres que compartimos en la clase, titulada “Juan el derecho”.

COMIENZA UNA PRESENTACIÓN DE RADIOTEATRO

NIÑO: ¡Cómo nos gustó esta obra!

NIÑA: Quedaron claros nuestros derechos

INTERVIENEN INTERCALÁNDOSE EN LAS LECTURAS: A ser protegidos por el Estado/ A tener una familia que nos proteja y nos ame/ A crecer y desarrollarnos con buena salud.

NIÑO: El niño, física o mentalmente, que sufra un impedimento social debe recibir el tratamiento, la educación y el cuidado especial que requiere su caso particular.

NIÑA: A recibir educación gratuita y obligatoria por lo menos en las etapas elementales: toda primaria y ciclo básico de Secundaria.

[...]

LUEGO, LOS NIÑOS HABLAN A LOS PADRES:

NIÑA: Padres, póngannos límites.

NIÑA: Es la manera en la que aprendemos a confiar en ustedes.

[...]

Al finalizar, para despedirse:

NIÑA: Queridos oyentes, gracias por acompañarnos. Nos volveremos a encontrar el lunes 24 en nuestro último programa, a partir de las 9 horas, aquí, en la 89.1

TODOS: La Co-mu-ni-ta-ria

NIÑA: El tiempo ya pasó

NIÑA: El tiempo es ahora

NIÑO: El tiempo también será.

NIÑO: Conclusión

NIÑA: Aún hay tiempo.

NIÑO: La puerta de nuestra escuela siempre está abierta para recibirlos porque

TODOS: Todos para uno y uno para todos... Los esperamos.

CORTINA.

Luego de escuchar un programa podemos decir que el entusiasmo de los niños se refleja en el producto que emiten. Se nota el trabajo que hay detrás; el trabajo en equipo también sale a la luz. El ritmo es ágil. Se aprovecha la especificidad del medio radiofónico. El programa entretiene y apela a la imaginación.

Bajo las estrellas

No pudimos entrevistar al responsable del programa, porque, al momento que vistamos la radio, estaba de “licencia”. Luego, los propios radialistas quedaron en hacer la entrevista y enviárnosla, pero esto no se pudo concretar. De todos modos, decidimos realizar el análisis de un programa al aire, tras haber conseguido una grabación.

El programa comienza con un tema de rock y luego de un separador que anuncia 89.1 FM, alguien de la radio -Claudio en este caso- saluda y presenta el programa que conduce el profesor de Astronomía, Heriberto Banchemo. El profesor Banchemo saluda a Claudio y a la audiencia y a continuación se da un diálogo con Claudio quien expresa que en la calle la gente manifiesta que el programa gusta: “por la calle me han comentado que mucha gente lo escucha y le parece muy interesante, porque no se da todos los días que haya un programa, ya sea en radio o en televisión, que se dedique a hablar estos temas”.

“Somos medio bichos raros”, dice el profesor entre risas. Luego recuerda que en el programa anterior se habló de los instrumentos astronómicos que se utilizan para observar el espacio y recuerda cómo se hacía en la época griega, llegando al siglo XVII en la época de Galileo. Habla de Copérnico y de Galileo, de la historia del catalejo, de la construcción de Galileo de sus anteojos, de la revolución que produce el telescopio. Salta de la luna al otro astro: el sol. Habla del sol y resume cómo lo observó Galileo, a través de una pantalla. Habla de los aparatos de observación. Dialoga con Claudio sobre la paciencia que hay que tener para la observación. A la media hora de programa anuncia un paréntesis y que luego seguirá hablando del tema. Entonces ahí va un separador que dice: “La radio es el más personal de los medios, quédate con nosotros, estás en el aire de la frecuencia 89.1, con imagen sonora, real, viva y espectacular”. Inmediatamente después comienza la tanda publicitaria, compuesta por publicidades de comercios de la zona: boutique, mueblería, carnicería. Y también salen al aire promos de algunos programas. Luego de algo de música de rock, es Claudio quien inicia el segundo bloque, leyendo un mensaje de texto:

“Profesor, tengo un mensaje de texto que recibimos hace un ratito, dice así: ‘Felicitaciones, ojalá escuchen los jóvenes. Viva la comunitaria y tipos como Banchemo’”.

El profesor agradece el mensaje y hace un comentario que lo que muestra es su capacidad docente en esto de intentar despertar el interés del otro: “tratamos de hacer, siempre hacemos un pequeño aporte a algo que nos gusta. Digamos que el joven, no digamos que no se interese, quizá tenga otros intereses, pero también a veces tenemos que despertarlo...”. Y luego continúa con su racconto histórico haciendo referencia a los aportes de los cuatro grandes personajes de la época: Copérnico, Galileo, Kepler y Newton. Habla de los hermanos Herschel y sus telescopios. Continúa con descubrimientos del siglo XIX y anuncia que en los próximos encuentros va a tratar los desarrollos del Siglo XX y los desarrollos científicos, técnicos de épocas posteriores.

Es un programa que se centra en el relato del conductor. Sólo su voz con una música de fondo que apenas se escucha. Pero su relato es muy interesante, atrapa. Tiene un potencial educativo, indudablemente, pero no aprovecha al máximo la especificidad del medio radiofónico.

2.4 Análisis de las tres radios investigadas

¿Cómo entienden las diferentes radios la educación y lo educativo?

Las radios, que son diferentes entre sí, enuncian lo educativo de manera distinta. Para El Prado, lo educativo pasa por “educar con el ejemplo”, básicamente con los valores que transmiten a través de sus campañas solidarias. También resaltan el aporte educativo de la radio como “formadora de opinión” y su “aporte cultural”. Además se puede apreciar las distintas maneras de enunciar lo educativo para cada radialista. En el caso del informativo, sus conductores señalan claramente que su fin no es enseñar, sino informar, pero a su vez entienden que al informar están educando. Por otra parte, hay radialistas que dicen tener programas “con información didáctica” y con didáctica se refieren a información práctica para la vida cotidiana.

En el caso de Horizonte FM, cuando piensan en la función que deben cumplir como radio, señalan la importancia de plantear otra mirada, problematizadora, y los tránsitos posibles para salir de ciertos lugares o situaciones, aspecto que de alguna manera se acerca a los principios de la educación popular. Algo que resulta interesante es que la

educación también es tema de análisis y reflexión al menos en uno de los programas de la radio. Además, es interesante el papel educativo que cumple la radio, al menos en el trabajo que se hace con el lenguaje, pensando las palabras y desnaturalizándolas, también en uno de sus programas.

En Palmira FM hay también diferentes maneras de enunciar lo educativo. Uno de los radialistas plantea que “todo lo que se hace acá es educativo”. A su vez, ese mismo radialista sostiene que lo que entiende que debe hacer no es educar, sino concientizar. También hay radialistas que entienden lo educativo como “ofrecer algo a la sociedad que le permita alcanzar otros niveles”. O que plantean lo educativo como una forma de promover cambio de actitudes. También se presenta lo educativo como forma de “generar conciencia” y promover pensamiento crítico.

Analizando los discursos y las prácticas podríamos decir que si bien El Prado manifiesta cierta intencionalidad “didáctica” y con una clara intención de aportar saberes y conocimientos útiles para la vida cotidiana al menos en uno de sus programas, no toda su programación logra problematizar y complejizar la realidad. En el caso de Horizonte, el componente educativo está presente en su discurso y en la práctica como un contenido más en la radio, al menos para algunos de sus programas (juega a favor que dos de sus radialistas son estudiantes de la carrera de Educación Social). En Palmira, la intención educativa, según los radialistas, está en la base de la radio. Se manifiesta cuando expresan que se busca “activar algo en la sociedad” en el sentido de darle “otro nivel” que refleje otras posibilidades. Buena parte de su programación complejiza aspectos de la vida cotidiana y pone en discusión temas de interés de la propia comunidad. Incluso existe un programa, a cargo de un profesor de astronomía, con una clara intención didáctica.

En las tres radios la dimensión educativa se logra apreciar a la interna de la radio, ya que es común que los saberes se transmitan entre compañeros.

En el caso de El Prado, la dimensión educativo-popular quizá es más difícil de visualizar pensando en la comunidad, debido a que claramente existen puntos de partida políticos distintos entre lo que se propone la radio y los desafíos de la educación popular: en esta radio es claro su propósito de “dar voz a la comunidad” y “ayudar a la comunidad”, pero no de organizar la comunidad y su palabra. En el caso

de Horizonte, es muy fuerte su interés por establecer vínculos y redes con instituciones del barrio, más allá de informar y dar voz, y esto es un aspecto interesante que contribuye a conformar tejido social. En tanto, en el caso de Palmira, es clara su intención de ser una alternativa a los medios comerciales y en ello juega un importante papel reflexivo-crítico, que se acerca de alguna manera a alguno de los principios de la educación popular. El vínculo con organizaciones sociales también es un punto fuerte en Palmira FM.

En las tres radios se reconoce que la gestión (y con esto se refieren a una pata de la gestión, que refiere a aspectos de funcionamiento, administrativos y financieros³⁰) insume mucho esfuerzo, tiempo y dedicación y esto lleva en parte a que de alguna manera se descuide la dimensión educativa. Otro punto que juega en contra es la dificultad que tienen las radios para producir, y que no se aproveche al máximo la especificidad del medio radiofónico. En las tres radios se nota el esfuerzo en producción, pero en el caso de Horizonte y Palmira se puede apreciar un mejor producto a nivel comunicativo. En el caso de Horizonte, el programa “La frutilla africana” presenta un muy buen manejo del lenguaje radiofónico y aprovecha en buena medida la especificidad del medio; en el caso de Palmira, el programa realizado por los niños de la Escuela 8 es un programa muy bien logrado desde el punto de vista del recurso radiofónico.

En general, los radialistas dicen que la radio logra que la gente aprenda y cambie de actitud frente a diferentes temas. Una futura investigación que incluya a las audiencias podría señalarnos aspectos interesantes en este sentido.

En las tres radios se da la construcción colectiva de conocimientos y se maneja como ámbito privilegiado la instancia de asambleas o reuniones. En Horizonte hay una comisión de gestión, que piensa la producción de manera colectiva. En Palmira, en las asambleas de los miércoles, además de tomarse las decisiones en colectivo, se

³⁰ “No debemos confundir gestión con administración. Gestionar una radio comunitaria no es una tarea técnica sino una tarea política”. Porque “(u)no de los principales aspectos del proceso de gestión de una radio comunitaria es construir los modos organizativos más adecuados para cumplir con nuestros objetivos de transformación” (Lamas, 2003: 34-35).

construye en conjunto, se planifica y evalúa la marcha de la radio. Y además, en la radio funciona un grupo de producción que se encarga de los contenidos; un grupo de publicidad que se encarga de buscar las voces, grabar, armar los guiones, separadores, avances de programas; un grupo financiero, y un grupo de eventos, que es el que organiza actividades. En El Prado, las asambleas o reuniones no son planificadas, sino que se realizan cuando surge un problema o un aspecto a resolver, y tampoco se cuenta con equipos de trabajo.

Comparadas con las otras dos, podría decirse que Horizonte es la que asume más claramente una posición política frente a temas de actualidad, como ley de salud sexual y reproductiva, baja de la edad de imputabilidad penal y la legalización del consumo de marihuana. El Prado es una radio que claramente presenta una intención de ayudar a los más necesitados. Y esto se nota en los saludos que diariamente envían, con nombre y apellido, a niños y personas que presentan discapacidades en el barrio, o en las campañas del juguete que año a año se organizan para llevar regalos a los niños del Hospital Pereira Rossell, involucrando a la gente del barrio en este cometido. En el caso de Palmira, resalta su papel “informativo”, tomando como base temas de interés que surgen de la propia comunidad, marcando de esta manera una lógica alternativa, diferente a la comercial.

En las tres radios se reconoce la importancia de la planificación, la evaluación, el registro y la sistematización, pero, sin embargo, no todas lo realizan. En el caso de El Prado no se hacen evaluaciones con periodicidad ni de manera sistemática, sino que dicen evaluar informalmente, cuando se encuentran entre compañeros. En Horizonte, sostienen que es un deber el registro y la sistematización, lo que sí se hace es planificar, al igual que en Palmira, donde la planificación es contemplada especialmente.

En general, las tres radios analizadas se integran al entorno, a la vida del barrio y abren sus micrófonos al ambiente social y cultural de la comunidad y participan y/o difunden diferentes actividades vinculadas a la vida del barrio. El Prado proyecta cine para el barrio algunas veces en el año. Horizonte participa en toques de rock y otras actividades culturales e informativas. Palmira organiza radioplateas.

En el caso de El Prado no hay un trabajo sistemático de investigación sobre los sujetos de la comunidad, sus experiencias, sus intereses y necesidades. Sí se recibe lo que el vecino dice a través de mensajes de texto, o cuando se encuentra con el conductor de determinado programa en el almacén del barrio y le hace algún comentario, pero no es que se salga al barrio a investigar a los sujetos de la comunidad. En Horizonte tampoco se da una investigación sistemática en este sentido, pero sí se reconoce la necesidad de implementarla. En Palmira, al menos en uno de los programas analizados sí hay una búsqueda inicial de los temas de interés de la comunidad de manera organizada y siguiendo una estrategia.

Tanto en El Prado como en Horizonte se manifiesta que el lenguaje que habla la radio no es diferente al lenguaje del barrio, debido a que los propios radialistas son parte de esa comunidad barrial, sufren los mismos problemas y sienten las mismas necesidades. Lo “comunitario” para El Prado está en la posibilidad de “dar voz a quienes no tienen voz”. Los radialistas comentan que hay oyentes con dificultades de expresión y dificultades en el habla, que en otro medio no saldrían al aire. También está presente la idea de lo “comunitario” en el sentido de colaborar, ayudar, dar una mano a quienes más lo necesitan: por ejemplo, consiguiendo un medicamento, una silla de ruedas, o realizando la campaña del juguete. En el caso de Horizonte, es interesante la diversidad de visiones en cuanto a la función que debe cumplir una radio comunitaria: desde plantear “otro” contenido, hasta abrirse a la participación de la comunidad, incluso en la gestión, y su papel de “empoderar”. Señalan que informar, dar participación y voz al barrio está dentro de los objetivos de esta radio, que se reconoce “para la gente y de la gente”. Sin embargo, reconocen que no se ha dado la participación que se espera de la comunidad. En Palmira, al igual que en Horizonte, entienden que lo comunitario pasa por la gestión participativa, y, del mismo modo que en el Prado, entienden que pasa por abrir los micrófonos a la comunidad. Además, lo primordial para esta radio es ser una alternativa a los medios comerciales.

En general, las radios se sostienen (económicamente hablando) por el aporte de socios colaboradores o de los propios radialistas. Algunas venden publicidad y otras se sostienen en base a donaciones, rifas y/o beneficios. Otras buscan presentar proyectos para acceder a financiamiento ante distintos organismos. En El Prado se optó por no vender publicidad y la radio se sostiene gracias al aporte de los mismos integrantes;

además, en esta radio todos los radialistas son voluntarios. Horizonte se financia con avisos publicitarios. Al momento de la visita contaban con cinco avisos en total, en su mayoría de comercios del barrio, y uno de la Intendencia Departamental. En determinado momento la radio contó con socios colaboradores, pero ya no. Los radialistas también son todos voluntarios. En el caso de Palmira, la radio se sostiene principalmente por donaciones, pero también cuenta con socios colaboradores y vende publicidad. Al momento de la entrevista, estaban llevando adelante los trámites para conseguir el RUPE³¹ para poderse presentar para la publicidad del Estado. Quienes hacen radio, al igual que en El Prado y en Horizonte, son todos voluntarios.

En El Prado, el contacto con las organizaciones del barrio apenas existe, se manifiesta algún vínculo con un club del barrio, una escuela y la Intendencia. Mientras que en Horizonte, el vínculo es muy importante y se da en con un buen número de organizaciones. De hecho, en algunos casos son las propias organizaciones las que se acercan a la radio. Palmira FM es claramente una radio que promueve el debate y donde se pueden expresar todas las voces. También tiene un buen vínculo con diversas organizaciones de la zona. Y además, ofrece espacios para que las organizaciones puedan tener sus propios programas. Sin embargo, reconocen que cuesta mucho la participación.

Las conducciones son bien diversas. En El Prado hay quienes tienen buenas voces y dicción y hay también a quienes poco se les entiende cuando hablan y que incluso presentan dificultades de lectura, pero es cierto que en esta radio tienen la posibilidad de “decir”, cuando casi seguro en otro medio no tendrían esa posibilidad. En cambio, tanto en Horizonte como en Palmira en general se nota un buen manejo del lenguaje radiofónico, además de buenas voces y dicción.

En las tres radios analizadas, la mayoría de los programas (salvo alguna excepción, como es el caso de “La Frutilla Africana”, en Horizonte, o los programas realizados por los niños de la Escuela N° 8 en Palmira) desaprovechan la especificidad del medio radiofónico en cuanto por ejemplo al empleo de efectos de sonido para recrear

³¹ Registro Único de Proveedores del Estado. Permite registrar y mantener la información actualizada de todas las personas físicas y jurídicas interesadas en contratar con el Estado.

ambientes o crear personajes. Quedan sólo en la música y el habla. En el caso del informativo de El Prado, se nota la falta de producción. No desarrollan una agenda informativa propia, ni trabajan a fondo la contextualización, aspecto importante para una radio que piense la dimensión educativa.

En el caso de Palmira sí hay una agenda informativa propia y también se manifiesta una clara intención de concientizar, sobre todo tomando como referencia temas vinculados a la comunidad, y que incluso surgen por interés de la propia comunidad. En tanto, en el caso de Horizonte, es interesante el trabajo crítico que se hace en “La Frutilla Africana”, satirizando las noticias que se leen de otros medios, o el trabajo que se hace de pensar las palabras, desnaturalizándolas, por ejemplo, cambiando la palabra “menor” por “adolescente”. El trabajo con el lenguaje implica otra entrada a la cotidianidad, y tomar conciencia sobre ciertos aspectos de esa cotidianidad también resulta fundamental para una radio que piense su dimensión educativa. También es interesante, en esta radio, que dediquen tiempo, dentro de su programación, a explicar qué es una radio comunitaria y cuál es su función. Lo mismo hace Palmira, que cuenta con una serie de separadores grabados cumpliendo con ese mismo cometido. En el caso de El Prado también hay alguna promo en referencia a Amarc y las radios comunitarias.

Para finalizar, en las tres radios analizadas se señala que las audiencias aprenden, al escuchar otras voces, otros relatos, que aprenden a reflexionar e incluso a participar; por otra parte, no se duda en responder que los radialistas aprenden, desde hacer radio, hasta aspectos vinculados con la gestión, y también a nivel conceptual, al buscar materiales para trabajar, al preparar una noticia, entrevista, etcétera. Se menciona además que se aprende de las otras radios, en instancias colectivas propuestas desde Amarc como red.

Evaluando el grado de acercamiento a los indicadores

Tomando en cuenta los indicadores, nos proponemos ahora ver cuánto las radios se acercan o se alejan de lo que podría ser considerada una práctica de educación popular:

¿Las radios comunitarias contemplan en su proyecto político comunicacional la dimensión pedagógica y favorecen aprendizajes? En general, la dimensión educativa/pedagógica no está contemplada en el proyecto político comunicacional de las radios. No es una dimensión que esté explícitamente pensada, aunque en el discurso de las radios se manifieste su importancia.

En base al trabajo de campo realizado en las tres radios comunitarias podemos decir que en general las radios favorecen aprendizajes. Si bien hay radialistas que plantean que no es el fin de las radios hacer educación, esto no impide que en las radios se visualicen prácticas educativas.

En el discurso de los radialistas está presente la idea de que las radios problematizan y complejizan la realidad, como podemos apreciar en el siguiente testimonio: “...El concepto fuerte de nuestro programa es el concepto de anti-destino. El brindar nociones que complejicen la vida cotidiana de las personas, que le muestren cuáles son las oportunidades que tienen, cuáles son las cosas que se pueden hacer pero no desde una manera expositiva o impositiva, sino de manera de complejizar y de que ellos puedan pensar por ellos mismos sus tránsitos, elegirlos ellos” (Mario Lamas, Horizonte FM).

Si bien apreciamos que éstos son ingredientes básicos en varios de los programas que plantean las radios comunitarias, también es cierto que no todos los programas complejizan y problematizan la realidad.

La idea de “concientizar” también está presente en el discurso de los radialistas, pero debemos decir que si bien algunas radios asumen actitudes y prácticas que buscan generar conciencia, otras, aunque se lo propongan, no tienen las herramientas suficientes para encarar esa tarea; sin embargo, eso sí está planteado como un deber ser:

“...pienso que lo que yo tengo que hacer es concientizar y darle voz y que esa voz llegue, porque una cosa es darle voz y que nadie la escuche. Yo tengo que hacer de una manera que la voz que tiene la gente sea escuchada, sea analizada y sea trabajada de una manera que pueda ser tratada de una forma que digan que sí, que está bueno para tomarlo...” (Nano, Nueva Palmira).

También los radialistas plantean que se busca ofrecer una mirada crítica a como plantean las noticias los medios comerciales. Esto, en muchos casos sucede, pero también es frecuente que se lean noticias de los diarios, información de carácter

nacional e internacional sin una mayor reflexión ni contextualización, y que se dé poco espacio a las noticias locales.

A la vez puede decirse que la dimensión educativa de alguna manera está presente a la interna de la radio: los saberes se transmiten entre los propios compañeros, y, en el “aprender haciendo” también se deja ver el papel educativo que cumplen las radios:

“Nosotros en Vilardevoz pensamos también en una cuestión de formación en la práctica, en lo que tiene que ver con la práctica concreta de hacer radio [...] Yo creo que ahí las radios, una de las cuestiones que tienen, que capaz que también tiene que ver con la educación popular, es esto de la formación en la práctica, del aprender haciendo y de ir asumiendo y haciéndose cargo y cuestionándose” (Belén Itza, Vilardevoz).

Hay programas que resultan sumamente educativos para quienes los hacen. Pero ¿qué sucede con las audiencias? ¿Resultan educativos para las audiencias? En tanto no se sabe con certeza cuántos ni quiénes escuchan las radios, podemos decir que la dimensión educativa tiene impacto en quienes hacen radio, pero no podemos afirmar que lo haga en quienes la escuchan.

La mayoría de las radios no conoce ciertamente a su audiencia, sino que se basa en percepciones, por las llamadas que reciben, por comentarios de los vecinos, etcétera:

“Y ahí es donde arrancó el vicio por la radio. No había celular en aquel momento. 200 llamadas recibíamos en un programa de tres horas. Regalábamos un kilo de chorizos, un asado y un postre para medir la audiencia porque no sabíamos cómo medirla”. (Carlos Gonzáles, El Prado).

El no saber claramente cuánta gente escucha la radio, ni quiénes, puede repercutir en la expresión e incluso en la motivación³², porque para qué me voy a molestar haciendo un programa previamente pensado, trabajado a nivel de producción, si no sé si realmente me escuchan. Sin embargo, no parece ser este el caso de las tres radios

32 “Las referencias a la audiencia, que parecen ineludibles, suelen combinar desconocimiento y deseo. Como no se sabe bien cuántos y sobre todo quiénes escuchan, se tiende a imaginar la audiencia ideal deseada y suponer que coincide con la efectiva, construyendo un oyente típico que, a su vez, puede incidir en el modo en que se hace radio... o a la inversa” (cit. Graña 2011, Kaplún, 2015: 156).

analizadas: por lo general en las tres radios se identifica a un grupito de oyentes que se repite, que siempre envía mensajes o llama, incluso de gente de otros barrios y otros países que escuchan las radios por Internet. Además, por las entrevistas y las observaciones se puede apreciar que los radialistas se escuchan entre sí, escuchan los otros programas e incluso envían mensajes y participan.

También reconocen, los propios radialistas, que la posibilidad de hacer educación popular no es algo que se haya aprovechado al máximo, ni se haya potenciado en las radios:

“Y esa horizontalidad les dio una educación popular, a mi juicio muy auténtica que tal vez nosotros todavía no la hemos aprovechado bien, no la hemos potenciado, pero que existe” (Carlos Casares, Comcosur).

Por otra parte, los radialistas también cuestionan si las radios deben tener entre sus propósitos un fin pedagógico o si esto le corresponde a otros, pero cuando se plantea este aspecto, se asocia lo pedagógico con cursos de formación:

“Nosotros también discutíamos en relación a los objetivos pedagógicos... si las radios tenían que tener lo pedagógico como uno de sus objetivos, también veíamos que las radios generan una cantidad de procesos de autoformación y nos preguntábamos hasta qué punto la radio tiene que poder encargarse de generar otros cursos o poder formar hacia afuera. Capaz que hay cosas que no tienen por qué las radios asumir esas funciones y ahí sí generar más alianzas con la Universidad u otras instituciones que están específicamente para eso, y que en articulación con los movimientos sociales pueden aportar a las cosas que nosotros no podemos” (Discusión colectiva en taller realizado en campamento de Amarc).

En cuanto a **qué dificulta que la dimensión educativa sea visualizada**, el trabajo de campo permite afirmar que la gestión insume mucho esfuerzo, tiempo y dedicación y esto lleva en parte a que de alguna manera se descuide lo educativo:

“La gestión lleva mucho tiempo”, “a veces desgasta”, “cansa” (Belén Itza, Vilardevoz).

“Y también decíamos eso de poder visibilizar las estrategias de incidencia en el sentido que capaz que tenemos cantidad de objetivos de transformación, pero nos pasa que nos quedamos muy para adentro las radios... más en esta problemática de gestionar, de salir al aire... y entonces como que nos falta poder pensar esto de cuáles son las estrategias de incidencia que nos damos para poder cambiar el mundo además de la práctica de sostener la radio”. (Discusión colectiva en taller realizado en campamento de Amarc).

La falta de oportunidades de formación de quienes hacen radio es también un papel que juega en contra, al igual que la falta de espacios de reflexión colectiva en las radios.

Pero también podemos decir que no se visualiza la dimensión educativa debido a que pueden existir puntos de partida políticos distintos entre las radios comunitarias y la educación popular. Para algunas radios, su función es “dar voz a la comunidad” y/o “ayudar a la comunidad”, pero no organizar la comunidad y su palabra.

Otro punto que juega en contra es la dificultad que tienen las radios para producir. Si una radio que pretende educar no realiza programas que partan de las problemáticas, necesidades, intereses y sueños de la comunidad, y si además los programas no son creativos y aprovechan al máximo la especificidad del medio radiofónico, difícilmente logren el propósito de ser educativos. Si bien en las tres radios comunitarias analizadas nos encontramos con programas muy bien logrados desde el punto de vista estético y que plantean una forma crítica de abordar la información, también nos encontramos con programas que poco problematizan o contextualizan y que poco aprovechan la especificidad del medio radiofónico.

En general, los radialistas creen que la radio logra que la gente aprenda y cambie de actitud frente a diferentes temas:

“Yo creo que este año en particular, que tuvo este tema de la baja de la edad de imputabilidad generó en la gente una conciencia acerca de esta infancia, de esta adolescencia, de esta franja etárea que en el barrio es muy castigada [...] yo creo que la gente ha aprendido a diferenciar y a sacarse el rótulo de ‘ese menor’... [...] que el menor no es más que un niño o adolescente, que es igual que mi sobrino o que mi hermano, que tuvo otras posibilidades, distintas, que le faltaron algunas cosas, que no tuvo lo mismo que yo...” (Alejandro Roldán, Horizonte FM).

Los radialistas señalan, en su discurso, que la gente que escucha la radio aprende: a participar, a reflexionar, a mirar con sentido crítico. Que la audiencia algo recibe y eso se nota cuando pregunta y repregunta. Que aprende ante la posibilidad de escuchar otros discursos, y que también aprende al complejizar, gracias a las radios comunitarias, ciertos aspectos de la vida cotidiana. Los radialistas también hablan de “la enseñanza de la radio a través del ejemplo, de los valores que transmite...”. Y de

lo que aprenden quienes hacen radio, al pensar en lo que se va a decir, al decirlo, al preparar los programas que van a salir al aire.

Nos interesaba realizar un análisis del discurso³³ de las radios porque entendíamos que a veces el discurso no condice con las prácticas. De hecho, los propios integrantes de Amarc lo reconocen:

“Nos parecía que en esto de la realidad había como que poder pensar... estaba más alejado porque a veces los programas que tenemos al aire o las cosas que hacemos muchas veces no son coherentes con el proyecto que decimos tener, entonces como sugerencia poníamos hacer un análisis permanente y crítico de la propuesta radiofónica” (Discusión colectivo en taller realizado en campamento de Amarc).

En el discurso, hay radialistas que plantean que todo lo que se hace en las radios es educativo, que los programas educan por los temas que plantean y por cómo se plantean, que complejizan, problematizan, concientizan, que ofrecen una mirada crítica. Pero, cuando uno observa las prácticas, se confirma que si bien esto en muchos casos sucede, también existen casos, como ya lo hemos dicho, que evidencian que las radios están lejos de cumplir ese papel concientizador y desaprovechan la posibilidad de hacerlo.

En cuanto a qué cosas se aprende a la interna de las radios, queda claro que se aprende a hacer radio, a gestionar un medio y se aprende a nivel conceptual por los temas que se abordan. Pero que también se aprenden valores e incluso se logran cambios de percepciones, aún en los propios radialistas:

“El hecho de tener un medio de comunicación abierto a la comunidad, abierto a la ciudadanía, le da la oportunidad a las personas de que puedan expresarse y empoderarse de ese espacio. En ese sentido... las personas que participan de los programas y que crean los contenidos, que hacen desde la parte técnica hasta la parte de producción, la parte operativa, la parte de conducción, eso ya en sí es una oportunidad de formarse en la posibilidad de hacer comunicación. Ese es un nivel de aprendizaje para las personas: poder tener un medio para que puedan, mediante la experiencia, mediante el ensayo y el error, mediante la constancia, y el generar contenidos con determinados objetivos es ya un ensayo de formación en comunicación y en ejercicio de ciudadanía. Y esa es una gran potencialidad que tiene la

³³ Llamamos discurso al conjunto de significaciones que guardan cierto orden, organización y cierta coherencia (o que quien investiga ese discurso le asigna cierta coherencia); “los discursos son prácticas sociales vehiculizadas por usos orales o escritos del lenguaje, destinadas a producir significado o sentido en contextos socio-culturales dados”; el discurso “existe para y por la interacción social, la produce y también es producido por ella” (Graña, 2010: 38-39).

radio...” (Reflexiones en taller de presentación del proyecto de tesis realizado en Asamblea Nacional de Amarc).

“A nosotros en Vilardevoz nos pasaba, con Olga, que es una participante, que estaba de acuerdo con la baja de la edad de imputabilidad. Un poco por su experiencia... ella había estado en Inau... y cómo eran los gurises... y por toda la percepción mediática... Y en realidad nosotros lo fuimos trabajando eso, con argumentos, por qué sí, por qué no... hasta que llegamos al punto de que el colectivo tomara una posición. Y bueno, salió que estamos a favor del “no a la baja”... Y me parece que ahí, el proceso de Olga en esa posibilidad de confrontar sus argumentos con otros, poder escuchar a otros... poder que venga alguien de la Comisión de no a la baja y explique en las entrevistas... En Vilardevoz también trabajamos mucho las entrevistas como prácticas de formación porque no son solamente que vamos a entrevistar para interpelar a esto o lo otro, sino que en realidad son instancias de formación para el colectivo también...” (Belén Itza, Vilardevoz).

Analizando los discursos y las prácticas podemos afirmar que las radios comunitarias favorecen aprendizajes. No nos quedan dudas que los radialistas aprenden, sin embargo, no podemos afirmar con certeza que la audiencia lo haga. Los límites de esta investigación no permitieron realizar un estudio de audiencias. Una investigación a futuro para conocer si los oyentes aprenden, logran cambiar percepciones, aportaría mucho para entender la relación de la radio con su comunidad desde el punto de vista educativo/pedagógico. Algunas pistas de esto ya hay en el libro realizado en 2015 en el marco de una investigación del PRODIC (ver: G. Kaplún, 2015).

En las radios también se da la construcción colectiva de conocimientos y se maneja como ámbito privilegiado la instancia de asambleas o reuniones, e incluso, en algunos casos hay comisiones o grupos de trabajo que piensan la producción de manera colectiva. También existen casos en que las asambleas o reuniones no son planificadas, sino que se realizan cuando surge un problema o un aspecto a resolver, y tampoco se cuenta con equipos de trabajo, aspectos que resultan fundamentales para construir conocimientos colectivamente.

En general, las radios realizan un esfuerzo por aportar a la formación de las personas: salud, educación, sociedad, medioambiente, cultura, tránsito y derechos humanos son los temas más tratados en la programación de las radios. Algunas asumen posiciones políticas frente a temas de peso como ley de salud sexual y reproductiva, baja de la edad de imputabilidad penal, legalización del consumo de marihuana. Otras, desaprovechan la posibilidad de hablar de estos tópicos. Se puede decir que cuanto

más militancia³⁴ y nivel de formación hay en los radialistas, se logra mayor nivel de profundidad en los temas tratados. Cuanto más en colectivo se trabaja, se piensan los temas y se planifica, mejores resultados se obtienen desde el punto de vista de la comunicación.

¿Los contenidos/enfoques buscan fomentar la conciencia crítica y el empoderamiento social? Vemos que en el discurso de las radios está presente la importancia de fomentar la conciencia crítica y el empoderamiento social. Pero, más allá de que esté en el discurso, eso, en las prácticas, no en todos los casos se da. Trabajar la información de manera pedagógica y realizar un autodiagnóstico de la realidad, que sería la forma más evidente de fomentar la conciencia crítica y el empoderamiento social a través de la radio, no es una tarea fácil y no en todos los casos ocurre. De los analizados, sólo unos pocos programas lo hacen, pero no la mayoría. Sí podemos decir que algunos de los programas analizados incluyen información práctica para la vida en temas como salud, higiene, alimentación, pero creemos que, aun así, se necesita profundizar el abordaje pedagógico de estos temas. Por otra parte, sí podemos decir que a la interna de las radios, como colectivo, se generan procesos de toma de conciencia, reflexión crítica y empoderamiento, en la mayoría de los casos. Pero no todas las radios comunitarias forman equipos productores que articulen saberes y piensan los programas de manera colectiva.

Por otro lado, si bien no podemos afirmar que las radios garanticen el empoderamiento o la emancipación social, sí podemos decir que lo que hacen las radios comunitarias a favor de los sectores más oprimidos es darles la palabra. En general, en las radios comunitarias se destaca el hecho de “dar voz a los que no tienen voz”. Pero esto no es suficiente para afirmar que las radios garanticen la emancipación y el empoderamiento social de excluidos, oprimidos o dominados. Para alcanzar esto se necesita organizar estos sectores, y esto no es algo que las radios realicen. Sí logran ciertos niveles de organización (diferentes según el caso), a la interna de las radios.

³⁴ Cuando hablamos de militancia hacemos referencia al compromiso cotidiano de algunas personas con ciertas actividades vinculadas a lo social y lo político.

“Sí, yo creo que nosotros como estamos acá en el barrio Sur... que de por sí la sociedad te aparta [...] yo creo que sí, que nosotros trabajamos con esa gente excluida. ¿Por qué? Porque ellos cuando necesitan un abrigo o necesitan algo... por ejemplo en el hospital, nosotros tratamos de darle esa posibilidad. O sea, les abrimos el micrófono para que ellos descarguen y digan lo que sienten y en qué situación están. Y si no se animan a hacerlo, bueno, nosotros lo hacemos por ellos, pero siempre tratamos de ser ese hilo con la persona, con la organización o con lo que sea, que les pueda brindar lo que ellos están necesitando” (Liliana Nan, Horizonte FM).

“En eso estamos; eso es lo que buscamos, por eso queremos darle la voz a todos... La radio tiene como meta eso, por esa cosa que a veces uno critica, de darle voz a los sin voz, que es como un eslogan, pero no es que no tengan voz, es darle oportunidad para que su voz sea escuchada. Voz tienen, pero a veces no se la escucha. No se escuchan sus críticas o sus reclamos. Entonces esta radio puede ser ese nexo, pero tenemos que acostumbrarla, porque como no son escuchados a veces tampoco tienen muchas ganas, entonces nosotros tenemos que tratar de mostrarles que acá hay un lugar y que pueden decir” (Cristina Adrover, Palmira FM).

“Una de las formas que tenemos de interactuar es a través del micrófono, de la participación y de la comunicación. Principalmente al darle participación a la gente más necesitada, con menos educación. Nosotros siempre estamos para apoyar a las necesidades: hemos tenido campañas para gente necesitada por diferentes motivos, siempre pensando en las personas más carenciadas” (Reflexiones en taller de presentación del proyecto de tesis en Asamblea de Amarc Uruguay).

¿La dimensión educativa está presente en la vida de la radio y principalmente en su programación, como eje transversal? Podemos decir que no en todos los casos. Si bien en las radios hay programas que resultan educativos, también puede haber programas que no aportan a la formación de las personas. O programas que resultan sumamente educativos para quienes los realizan, pero no se sabe qué ocurre con las audiencias, si aprenden y/o logran cambiar percepciones o no, al escucharlos y/o participar en ellos. También pueden existir casos de programas que resultan educativos, aún sin habérselo propuesto. Lo mismo ocurre con las prácticas cotidianas a la interna de la radio (la vida de la radio): si bien en muchos casos, las instancias de asamblea resultan educativas para los radialistas participantes, también existen instancias de reunión poco planificadas, que quizá no aporten nada a nivel pedagógico. En definitiva, lograr que el hecho educativo esté presente como eje transversal en toda la programación y en la vida de la radio no es una tarea fácil y requiere mucha planificación y reflexión. Esto, en general, no ocurre, aunque sí se exprese el deseo o la intención de lograrlo.

Sí se da en las tres radios investigadas, como lo mencionamos anteriormente, que los radialistas se escuchan entre sí, y esto es un aspecto positivo si pensamos en el diálogo que eso puede generar: las críticas compartidas para mejorar, la posibilidad de pensar la programación en colectivo. Y esto, en mayor o menor medida se da en las radios investigadas.

En general los colectivos reconocen la importancia de la planificación, la evaluación, el registro y la sistematización, pero dejan entrever que no necesariamente los realizan. Si bien se planifica y evalúa, es una planificación y evaluación sobre la marcha, pero no algo que se plantee de manera sistemática y organizada:

“es importante que se reúnan los colectivos para evaluar la propuesta permanentemente; ir haciendo un control, una evaluación periódica. Es fundamental que se junten, por lo menos quincenalmente o mensualmente para ir viendo cuál es la orientación y poderla ir corrigiendo entre todos...” (Discusión colectiva en taller realizado en campamento de Amarc).

Hay quienes afirman que no se evalúa ni planifica porque existen otras prioridades, o por falta de capacidad, lo que deja entrever que la formación de los radialistas es fundamental, y nuevamente, que el aspecto del voluntariado es un tema a rever:

“No hay papel escrito. No, no hay. [...] Habría mil cosas para hacer, pero creo que la primordial es existir. En la radio tendrías un montón de cosas más para hacer... pero a veces no hay capacidad” (Andrea, El Prado FM).

Sí se reconoce en las radios que los procesos organizativos son espacios de aprendizaje. Toda instancia colectiva de reflexión sin dudas hace que la gente aprenda. Incluso, en algunas radios se plantearon ejemplos concretos donde el conflicto y la diferencia se tramitaron educativamente y que se pudo aprender de los errores cometidos.

¿Las radios comunitarias toman posición a favor de las clases populares y de su liberación? La posición a favor de las clases populares es clara en cualquiera de las tres radios, no tanto el trabajo en cuanto a su liberación. En algunas radios con un discurso más educativo-popular sí está presente el concepto, pero en las otras ni siquiera se maneja la liberación del oprimido en el discurso:

“...qué definimos por oprimidos. Yo considero que nosotros somos conceptualizados como un barrio de contexto crítico o de vulnerabilidad, entonces pensamos en clave de revertir eso y de pensar cómo llegó esto a esta situación...” (Mario Lamas, Horizonte FM).

En general, las radios opinan y dan su punto de vista en defensa de las clases populares y cuestionan las realidades injustas.

¿Las radios se integran al entorno, la vida del barrio y la comunidad? Algunas más, algunas menos, pero en general todas se integran al entorno y abren sus micrófonos al ambiente social y cultural de la comunidad. Se integran a las fiestas y participan y/o difunden diferentes actividades vinculadas a la vida del barrio. De las tres radios analizadas, la que tiene una clara intervención extra-radial es Palmira FM. Más allá de salir al aire, la radio genera actividades de integración. Las radioplateas son actividades que integran a la comunidad; asociadas a la radioplatea se han hecho maratones de lectura, toques de bandas locales, se proyectan películas y además se apoya actividades de diferentes organizaciones. En el caso de El Prado se proyecta cine en el barrio, una vez al año y dos veces al año se realiza la campaña del juguete para llevar al Pereyra Rossell en Reyes y el Día del Niño. Sin embargo, ninguna de estas actividades tiene un fin educativo.

Las radios también difunden los reclamos del pueblo:

“Denunciamos causas que se dan en nuestro barrio. Las diferencias que hay con otros barrios, las carencias que nosotros tenemos, y por supuesto denuncias que hay de los vecinos, a veces se quejan y bueno nosotros las reproducimos ¿no? (Carlos Gonzáles, El Prado FM).

“Nosotros defendemos al humilde, porque somos humildes... Nosotros somos protestones... El orejano nos representa a nosotros porque somos rebeldes. Cuando damos una información que nos parece jodida o desmedida, protestamos, protestamos contra los políticos...” (Carlos Gonzáles. El Prado FM).

Difunden los reclamos de las organizaciones sociales con las que tienen contacto, como el caso de Espika FM, que amplifica la lucha contra la contaminación por las plantaciones de soja y el desmonte nativo en Santa Lucía; también difunden los reclamos de los trabajadores, a través de los sindicatos que en muchos casos tienen programas en las radios comunitarias.

Por otra parte, en algunos casos la radio participa como una organización más en espacios barriales de participación.

La importancia de dar espacio a lo local, de incluir informaciones vinculadas a la localidad, de cercanía para la audiencia, es una constante que se expresa en el discurso de los radialistas y en general ocurre en la práctica.

También se entiende que de alguna manera las radios promueven organización y construyen comunidad³⁵:

“Para construir comunidad, los desembarcos como hace Vilardevoz, salir a los barrios... es fundamental. Visibilizar, que la gente de la calle, de los pueblos vea que la radio no es sólo un estudio sino que sale y se involucra en actividades del pueblo” (Discusión colectiva en taller realizado en campamento de Amarc).

Pero lo que se puede apreciar en mayor grado es el esfuerzo por organizar y construir comunidad a la interna de las radios, y no tanto hacia afuera, aunque en la realidad deseada de algunas radios está como algo a querer alcanzar:

“Sí, lo hace. Acá se junta un grupo de personas y vos me preguntabas de los aprendizajes que te deja y yo lo relaciono con esto de promover organización: Acá en la radio uno aprende desde hacer un acta, a guiar una reunión, a proponer un tema, a hacer uso de la ciudadanía... y que eso lo traslada cien por ciento a otros lados que uno también transita...” (Alejandro Roldán, Horizonte FM).

“Nosotros hacia adentro, que después se transmite hacia afuera: los miércoles escucharnos todos, hacernos críticas constructivas, aclarar cosas... ese tipo de cosas que se hacen en un gran grupo...” (Cristina Adrover, Palmira FM).

“Yo creo que sí que cumple un papel, lo que no estoy seguro todavía hasta dónde efectivamente se materializa o transmite eso o hasta dónde es un deseo que tenemos muchos de los que integramos las radios pero que todavía los mecanismos no dan esos resultados necesariamente. De todos modos, en la medida que están los deseos de hacer una radio horizontal y popular y alternativa y ayudar a que tenga un efecto sobre la sociedad positivo y que sea más tolerante y más amplio y todo lo demás, todo eso, en la medida que son objetivos, también están jugando a favor para que en algún momento las radios puedan materializarlo más...” (Carlos Casares, Comcosur).

³⁵ “Construir comunidad puede ser entonces un intento por fortalecer lo local frente a lo nacional o global. Implica construir esfera pública local, espacio para el encuentro y el debate democrático en ese nivel. Lo que requiere, a su vez, re-presentarlo, hacerlo visible, abrir o reforzar un espacio subjetivo para lo local, construir o fortalecer procesos de identificación con ese territorio que todos habitan, para hacer de él un territorio común” (Kaplún, 2015:141).

También hay respuestas que reflejan que las radios no promueven organización, en tanto el rol de las radios no es ese, sino que es “informar y tratar de unir” (Carlos Gonzáles, El Prado FM). De todos modos, cuando se dice “tratar de unir” ¿no se está aludiendo de alguna manera a una cierta intención de construir comunidad?

¿La radio aprovecha la especificidad y fortaleza del medio radiofónico para la educación popular? Podemos decir que en general se desaprovecha la especificidad y fortaleza del medio, salvo algunas raras excepciones. En la mayoría de los casos no se utiliza la totalidad de los recursos que ofrece el medio radiofónico. Aunque sí se establece una comunicación cálida y personal con los radioescuchas en todos los casos analizados.

¿La radio asume una concepción dialógica? Las radios no siempre dialogan con sus destinatarios, aunque sí es un deber ser que aparece en los discursos de los radialistas. En algunas radios se nota el esfuerzo por asumir instancias de diálogo, otras, en cambio, se quedan más en decir lo que tienen para decir, sin realizar un trabajo previo de pre-alimentación.

La participación de la comunidad muchas veces se queda en enviar un mensaje de texto, o llamar a la radio, pero en la mayoría de los casos no existe en la gestión de la radio.

En general los actores se sienten parte y comprometidos con un proyecto común y la toma de decisiones es democrática, aunque también existan personas que lideren los procesos.

En general tampoco existe la participación de corresponsales populares.

Como ya planteamos anteriormente, en algunas radios el vínculo/diálogo con las organizaciones es casi inexistente. Otras, en cambio, se muestran abiertas y ofrecen espacios a las organizaciones en la programación. Incluso son las propias organizaciones las que se acercan por su cuenta, porque saben que en la radio comunitaria pueden hacer oír su voz. En general se maneja específicamente la idea de “dar voz” a las organizaciones. Y éste se reconoce como un aspecto importante a seguir trabajando:

“Ver cómo lograr que la gente se involucre en el proceso; que la gente entienda que es un medio de comunicación a disposición. Cómo hacer lograr entender a las organizaciones sociales y grupos de personas que tienen un espacio abierto para involucrarse y participar...”. (Discusión colectiva en taller realizado en campamento de Amarc).

Sin embargo, como también planteamos anteriormente, las organizaciones que participan en general no participan en la gestión del medio. Desde algunas radios se sostiene que por falta de interés o porque no se ha sabido “llegar” a ellas. La radio entonces es un medio de difusión con el que cuentan las organizaciones. Además, en algunos casos la radio es vista como una organización más. De hecho, que concurre como organización a espacios de participación barrial.

El vínculo de las radios con organismos de cooperación u otras organizaciones tanto nacionales como internacionales, se da a través de la presentación de proyectos para la financiación de actividades de las radios, aspectos que también incluyen la capacitación de los radialistas.

Por otra parte, las radios construyen alianzas con otras radios, y el hecho de estar nucleadas en una red, como lo es Amarc, contribuye con esto. En Amarc se comparten informaciones, se realizan transmisiones en conjunto, se planifican actividades también en conjunto, y en general los radialistas reconocen que ser parte de la red es un aspecto sumamente positivo e incluso educativo. Se entiende que las radios se sienten apoyadas, que tienen con quién contar cuando surge un problema, una duda o para pedir consejo. También se reconoce a la red como un lugar para el intercambio de producciones. Y no se duda en señalar que se aprende por ser parte de la red.

También se menciona que ser parte de la red sirve para formar el espíritu comunitario:

“...nosotros no trabajamos de forma aislada, no somos un grupo de personas que piense de por sí, sola, que hay un montón de gente más que comparte nuestros mismos ideales y que nos apoya en muchas de las cosas. Que es un gran paraguas Amarc, y que estamos la radio comunitaria ahí abajo, que nos asesora, que me ha formado a mí y a un montón de compañeros del colectivo y que en cada encuentro que hace Amarc te deja un aprendizaje de esa gente más grande, de esa gente que tiene historia en Amarc y dentro de las radios, que vos de sólo escuchar nomás y de estar ahí, aprendés un montón de cosas, por eso creo que Amarc es muy importante en el sentido de formar ese espíritu de radio, de formar ese espíritu comunitario y encontrarte con gente de otros lados que hace lo mismo que vos ya es de por sí una experiencia y te deja cosas” (Alejandro Roldán, Horizonte FM).

¿La radio comunitaria investiga: textos, contextos, sujetos? Las radios no siempre investigan sobre las expectativas de comunicación de la comunidad. El trabajo de pre-alimentación³⁶ para entender qué saben qué piensan, imaginan o ignoran los destinatarios, en general no se da de manera sistemática y planificada en las radios. Cuando se les pregunta a los radialistas si investigan lo que le interesa a la comunidad, las respuestas dejan ver que no hay un trabajo sistemático de investigación en este sentido, pero que sí se hace en el contacto diario con la gente del barrio, o que esto se conoce de manera casi natural, simplemente porque ellos son uno más de la comunidad y sus propios intereses, necesidades, son los mismos que los de la gente del barrio:

“Sí, obvio. La experiencia de nosotros no es muy diferente a la de la audiencia, a la del barrio, la tenemos en cuenta y creo que a través de nuestro relato y de la narración de otros acerca de ellos mismos abre la posibilidad de vernos, de alguna manera iguales y de alguna manera distinto...” (Mario Lamas, Horizonte FM).

Sí se reconoce la importancia de investigar en este sentido:

“Como radio comunitaria se debe estar atento a eso, para ver realmente qué es lo que la gente necesita” (Liliana Nan, Horizonte FM).

“Nosotros aprendemos muchísimo. Uno ve la necesidad de aprendizaje de la gente, lo que ellos tienen ganas de aprender o de escuchar o de saber. Yo creo que la radio en general es así: si nosotros no sabemos lo que la gente necesita, no podemos dar. Porque de repente damos algo que a ellos no les interesa, entonces ahí es donde aprendemos las dos partes: nosotros a conocer a la gente que nos está escuchando y ellos a saber que pueden contar con nosotros” (Liliana Nan, Horizonte FM).

Por otra parte se reconoce que un trabajo sistemático, más planificado en este sentido sería de mucha importancia:

“Se tiene en cuenta pero la verdad que tendríamos que, no sé si ‘encuestar’, pero hace falta ese diálogo de qué pensás del programa, esas cosas así, creo que no se ha dado todavía... Faltan muchas cosas que mejorar adentro del programa y adentro de la radio” (Paulo Olivera, Horizonte FM).

36 Mario Kaplún llama pre-alimentación “a esa búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen” (M. Kaplún, 1985: 101). Y empatía a la “capacidad de entender al destinatario, de ponernos en su lugar, de identificarnos y comprometernos con él” (1985: 124).

También existen raras excepciones donde se sale a preguntar con una grabadora temas de interés, como lo hace Nano, uno de los conductores de Palmira FM:

“...hablé con una cantidad de personas y los temas que más me plantearon fueron los primeros que saqué, que después los voy a volver a tomar, pero siempre preguntándole a la gente. Y si no también, el otro día hice un programa especial para que la gente pueda mandar todos los mensajes de todos los temas que deberían ser tratados. Ahí surgieron temas que nunca me hubiera imaginado que iban a salir...” (Nano, Palmira FM).

Lo mismo sucede cuando se le pregunta a los radialistas si saben lo que la comunidad piensa de la radio y de los programas. No hay un trabajo sistemático para recabar esa información, pero es algo que se sabe en la diaria, al hablar con la gente del barrio, al cruzársela en un comercio, en la plaza:

“vos salís a la calle y te dicen ‘qué bueno estuvo tu programa’” (Nano, Palmira FM).

En general se sostiene que los planteos de la propia audiencia se toman en cuenta para reformular la salida al aire de los programas:

“Nosotros, nuestro programa lo vamos llevando de acuerdo a la necesidad de la gente, lo que ellos nos piden” (Liliana Nan, Horizonte FM).

La empatía se da, ya que en estos casos los radialistas son del barrio, se identifican con el barrio. Pero no se trabaja en un nivel máximo la pre-alimentación, en esa búsqueda inicial de temas para que éstos representen y reflejen a los destinatarios/interlocutores del medio.

¿La radio promueve la participación? Si bien los vecinos tienen espacio para dar sus opiniones y ser escuchados, ya que se les ofrece el espacio, éstos no suelen aprovecharlos. Según plantean los radialistas, porque no se sabe llegar a ellos, o porque no sienten la radio como propia. La mayor parte de la comunidad no se suele apropiarse del proyecto, no controla todos los aspectos de la iniciativa comunicacional, incluyendo aspectos administrativos y financieros, sino que es un pequeño grupo el que se hace cargo de estos aspectos.

En general, no existen mecanismos pensados para que la comunidad participe en la producción de los programas; la participación que se da, en algunos casos, es la de vecinos que proponen temas de interés para que sean tratados en las radios, o que

opinan sobre diferentes temas al aire. Sin embargo, es clara la percepción en general de que los radialistas representan a la comunidad, son las voces de la comunidad:

“Todos somos integrantes de la comunidad acá. Acá tenemos una ventaja. Tenemos desventaja totalmente con las radios comerciales, pero una ventaja enorme sobre ellas: primero, nosotros hablamos el mismo idioma que la gente del barrio...” (Carlos González, El Prado FM).

“Acá nos escuchan porque somos iguales. Tenemos las mismas desventajas, sufrimos el fin de mes, tenemos las mismas condiciones, entonces nos entendemos bárbaro. Nosotros no tenemos que andar fingiendo palabras lindas, simplemente hablamos como hablamos...” (Carlos González, El Prado FM).

En general, en las radios analizadas la comunidad aparece representada a través de la música que a ésta le gusta oír, la música de bandas locales y la información local que llega a la radio a través de comunicados o de los propios conductores, que son parte del barrio.

La participación que por lo general se da en las radios, como ya lo hemos expresado, es la de la gente llamando o mandando mensajes, proponiendo temas cuando se le da la posibilidad, o planteando inquietudes. Pero por lo general no se piensa en estrategias de participación. Por otra parte, en algunos casos se dice que cuando a la gente se la necesita, la gente está:

“El barrio respondió. Yo creo que cada vez que se lo convoca, o por lo menos desde que yo estoy, el barrio responde no sólo con los mensajes de texto” (Alejandro Roldán, Horizonte FM).

También se busca la participación en la gestión, en la toma de decisiones, pero esto más que ser realidad, es una realidad deseada, ya que en general reconocen que cuesta y que no se da en la medida que se quiere:

“Por ejemplo hoy el que llega a la radio encuentra tecnológicamente una radio que está en muy buenas condiciones, pero en contenido, en mi visión personal, está muy lejos de la función que debe cumplir una radio comunitaria y también de la inclusión, o el empoderamiento que debe hacer el barrio a través de algo que está con las puertas abiertas y más allá de un mensaje de texto, no hay en sí un empoderamiento del barrio [...] sí a veces te mandan un mensaje: se me perdió la billetera, o se me perdió el perro... pero ... cosas muy puntuales (Orlando Santos, Horizonte FM).

Si pensamos en las tres categorías propuestas por Bouissa, Curuchet y Orcajo (1998) para el análisis de la relación entre radio y comunidad (acceso, diálogo y

apropiación)³⁷, podemos decir que en el caso de las radios analizadas es claro el acceso y el diálogo, no tanto la apropiación. Tanto en El Prado, en Horizonte como en Palmira, los escuchas, incluso las organizaciones, acceden al medio en tanto pueden hacer llegar información que necesiten difundir. También existe diálogo en el sentido de que todo aquel que quiera, en cualquiera de las tres radios, puede tener un programa al aire e integrarse al colectivo, e incluso opinar en los diferentes programas de la radio. En cambio, en cualquiera de las tres radios sólo se ha logrado apropiarse del medio un grupo muy reducido de gente. Que la comunidad de referencia se apropie es un deseo, un anhelo que por ahora parece difícil de concretar.

Por otra parte, el trabajo en grupo suele darse en las radios, en algunas más que en otras, pero en general en todas se aprecia.

3. CONCLUSIONES

A modo de hipótesis para esta investigación manejábamos que las prácticas radiales pueden ser educativas, pero, en el caso de las radios comunitarias de Amarc Uruguay, no ha habido una reflexión explícita sobre esta dimensión.

Ratificamos esta hipótesis. Luego de la investigación no nos quedan dudas de la potencialidad de las radios como herramientas y experiencias de educación popular, sin embargo, del trabajo realizado surge que, salvo excepciones, no existe una reflexión explícita sobre la dimensión educativa. Esto se evidencia, por un lado, porque hay quienes plantean que no es el fin de las radios hacer educación (en este caso confunden educación con cursos de formación). También hay, dentro de las radios, quienes plantean que todo lo que allí se hace es educativo, y esto le quita

37 Bouissa, Curuchet y Orcajo (1998: 201) definen que “el acceso remite a un estadio en que no hay compromiso entre el vecino y el medio, pautando una actitud utilitaria por parte de los escuchas, que les permite aprovechar el espacio ofrecido”. El diálogo “implica una interrelación democrática que facilita que la gente se exprese libremente, favoreciendo una retroalimentación permanente entre radio y entorno”. Y la apropiación “comprende el compromiso de la ciudadanía en la producción, planificación y decisión del papel de la emisora”.

especificidad al tema, porque ¿qué es educativo?, ¿dónde está lo pedagógico, si “todo lo que se hace es educativo”? Por otra parte, también están los que plantean que la posibilidad de hacer educación popular no es algo que se haya aprovechado al máximo, ni se haya potenciado. En definitiva, si bien en general no existe una reflexión explícita sobre la dimensión educativa, esto no impide que en las radios se visualicen prácticas educativas. Los propios radialistas las visualizan y también las pudimos observar en nuestra salida a campo.

Otra de nuestras hipótesis evidenciaba la tensión entre el discurso y la práctica. Decíamos que está muy arraigado en el discurso de las radios su función educativa, el hecho de que las radios ayudan a construir actores, que están insertas en los procesos sociales, etcétera, etcétera, pero después, en la práctica, todo eso no siempre se evidencia.

Debemos decir que la tensión entre el discurso y la práctica existe. Se reconoce en las propias radios cuando manifiestan que los programas que tienen al aire muchas veces no son coherentes con los proyectos que las radios dicen tener. En el discurso de las radios está explícito que los programas educan por los temas que plantean y por cómo se plantean, que complejizan, problematizan, concientizan, que ofrecen una mirada crítica. A través del trabajo de investigación pudimos apreciar que si bien esto en muchos casos sucede, también existen prácticas que evidencian que las radios están lejos de cumplir este papel y desaprovechan la posibilidad de hacerlo.

Por otra parte, vimos que lo educativo se aprecia con mayor facilidad a la interna de las radios que hacia afuera. Más en quienes hacen radio que en quienes la escuchan. Los límites de esta investigación no permitieron realizar un estudio de este tema desde las audiencias. Una investigación a futuro para conocer si los oyentes aprenden, logran cambiar percepciones, aportaría mucho para entender la relación de la radio con su comunidad desde el punto de vista educativo/pedagógico. Algunas pistas de esto ya hay en el libro realizado en 2015 en el marco de una investigación del PRODIC (ver: G. Kaplún, 2015).

Por último, para esta investigación también manejábamos como hipótesis que visualizar la dimensión educativa se puede ver afectada de alguna manera por el hecho

de que la mayoría de los que hacen radio comunitaria sean voluntarios o por la falta de oportunidades de formación que pueda haber, sumado a la precariedad de las radios.

Luego de este proceso de investigación podemos afirmar que si bien la precariedad de las radios afecta, al igual que la imposibilidad de invertir en producción y la falta de recursos y de oportunidades de formación, esto no implica que no se visualicen prácticas educativas en las radios. La falta de recursos y la precariedad de las radios es un aspecto que pesa, pero no es un factor decisivo a la hora de visualizar la dimensión educativa. En nuestro trabajo de investigación pudimos apreciar que aún con falta de recursos había prácticas educativas interesantes en las radios. Sí, en cambio, vemos que son factores decisivos: a) tener claridad sobre la dimensión educativa (porque “si todo es educativo” se pierde especificidad); b) dar mayor valorización a la planificación y el trabajo colectivo (pensar en un camino pedagógico requiere planificación y construcción colectiva); y c) apostar a la formación de los radialistas, ya que este es un factor que incide en diversos aspectos: radialistas formados tendrán una mayor mirada crítica, valorizarán mucho más la planificación y el trabajo colectivo, y también esto se verá plasmado en el saber-hacer -en pensar un programa con un fin pedagógico, y llevarlo a la práctica aprovechando la especificidad del medio-.

En resumen: Pudimos apreciar que aún con falta de recursos había prácticas educativas interesantes en las radios. Que también había un interés por lo educativo en el discurso. Por tanto, si bien la falta de recursos es un problema, éste no es un factor decisivo a la hora de pensar la dimensión educativa. Sí creemos que existen otros factores de peso que pueden jugar en contra: no tener claridad sobre esta dimensión, la falta de formación de los radialistas y la no suficiente valorización de la planificación y el trabajo colectivo.

Los programas de una radio que piensa su dimensión educativa pueden promover la formación de sujetos críticos, capaces de analizar su realidad. Pero, si los radialistas no son críticos ellos, difícilmente puedan transmitir eso hacia afuera, y esto, en algunas radios es un aspecto que se necesita trabajar aún mucho más. Los programas que contemplan la dimensión educativa también pueden poner al alcance de los oyentes información que les permita entender mejor la propia vida, y para ello, la pre-

alimentación (partir del otro, de sus experiencias, expectativas, creencias y sueños) es un aspecto central. En general, los radialistas conocen la comunidad porque ellos mismos son parte de ésta y sienten y piensan como ella, pero no se sale a investigar específicamente sus temas de interés y necesidades de manera sistemática, salvo algunas excepciones. A su vez, una radio comunitaria con una clara dimensión educativa puede esforzarse para no descuidar ni desaprovechar la especificidad y fortaleza del medio radiofónico. Sin embargo, este aspecto en general no se suele aprovechar al máximo en las radios comunitarias.

Por último, algunas reflexiones que nos surgen es que vemos que cuanto más militancia social y formación hay en los radialistas, mejor es la calidad de los programas en cuanto a las temáticas que abordan y los enfoques propuestos. Creemos que el tema del voluntariado es un aspecto a rever (es difícil que las radios se sostengan con escasos recursos y en base casi totalmente a trabajo voluntario); del mismo modo, es difícil lograr programas de buena calidad, donde se tenga en cuenta la dimensión educativa si quienes hacen radio no están preparados para ello. Es necesario promover oportunidades de formación (preferimos hablar de oportunidades de formación y no de profesionalización). No es necesario tener un título universitario para hacer radio, pero sí es necesario formarse, capacitarse para hacerlo bien. Capacitarse en radio, pero también en temáticas vinculadas a formación ciudadana, análisis de realidades regionales, nacionales; investigación, desarrollo local, derechos humanos, género, ambiente, etcétera.

Una radio no puede ser sólo un proyecto social militante; una radio sin programación ni audiencia clara ni estable no es una radio, por más valiosa que sea su inserción social o su discurso pedagógico-político (G. Kaplún, 2015). Las radios comunitarias pueden dar voz a la comunidad y representarla, representar sus intereses, sus necesidades, sus problemáticas, pero también pueden ayudar a construir comunidad y organizar la comunidad para que pueda ejercer el derecho a la comunicación. De esta manera la comunidad puede transformarse, transformar su realidad y cambiar las lógicas de poder.

Hay muchas maneras de imaginar la participación de la comunidad en el proyecto comunicacional de las radios: la interacción de la audiencia con los programas; la

radio saliendo a la calle; la presencia de organizaciones en la radio; las organizaciones que hacen programas; la participación en la gestión de la radio y la participación de la radio en ámbitos de coordinación con otras organizaciones de la comunidad (G. Kaplún, 2015). Creemos entonces que es absolutamente necesario detenerse a pensar en estrategias de participación.

Por otra parte, la promoción del sector, tan reclamada por las radios comunitarias no es un tema menor y vemos que todavía falta mucho camino por recorrer en este sentido. Contar con recursos económicos y capacitación son aspectos fundamentales para el buen funcionamiento de las radios.

Para finalizar sostenemos que no es lo comunitario entendido como lo que representa a una colectividad ni tampoco la gestión colectiva lo que garantiza la materialización de la dimensión educativo-popular en las radios comunitarias. Lo que garantiza eso es la índole de cada proyecto radial en términos político-culturales. Y por eso, las radios comunitarias que tienen como finalidad la transformación social, pueden ayudar a construir comunidad y organizar comunidad para la acción, acción dirigida a cambiar las lógicas de poder. Y por eso nos gusta decir que las radios comunitarias deben ser alternativas, alterativas y populares.

4- BIBLIOGRAFÍA

Amman, Ana Beatriz y Da Porta, Eva (2008). *Rutas Alternativas de la Comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder*. Argentina: Ferreyra Editor.

AMARC. *¿Qué es Amarc?* En www.amarc.org; www.alcamarc.org; www.amarcalc.org [fecha de consulta: febrero 2015].

AMARC. *¿Cómo son los Medios de Comunicación Comunitarios de Amarc Uruguay?* En www.sitio.amarcuguay.org [fecha de consulta: febrero 2015]

Ander-Egg, Ezequiel (1990). *Repensando la Investigación-acción-participativa*. Lumen. Hvmanitas.

Berlanga Gallardo, Benjamín (2013). *Pensar la educación popular como una apuesta radical, de resistencia, para hacernos sujetos de la digna rabia*. En Revista La Piragua N° 38, octubre 2013. Lima, Perú: CEAAL. Asociación Gráfica Educativa.

Berlanga Gallardo, Beljamín (2009). *Una propuesta de abordaje para pensar la educación popular: Fortaleciendo la construcción de una perspectiva rebelde, radical, subversiva, de resistencia*. En Revista La Piragua N° 30. Panamá: CEAAL.

Bonino, María; Celiberti, Ariel y Ferrando, Jorge (1985). *Educación popular: Una propuesta de trabajo con sectores populares*. En: Ferrando, Jorge (1985). *Pensando en la educación popular*. Montevideo: Nordan-Comunidad.

Borjas, Beatriz y Ortiz, Marielsa (2008). *La Investigación Acción Participativa: aporte de Fals Borda a la educación popular*. Espacio Abierto, vol. 17, núm. 4, octubre-diciembre, 2008, pp 615-627. Venezuela: Universidad del Zulia.

Bouissa, Alfredo; Curuchet, Eduardo; Orcajo, Oscar (1998). *Las otras radios*. Montevideo: Nordan Comunidad.

Calleja, Aleida (2008). *La radiodifusión comunitaria: espacio de construcción ciudadana*. En Vega, Aimée (coord.) *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*. México: AMIC.

CIDH (2009). *Resumen Ejecutivo del marco Jurídico Interamericano sobre Libertad de Expresión, Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Relatoría para la Libertad de Expresión*. Washington. www.cidh.oas.org/relatoria/showDocument.asp?DocumentID=213

Coalición por una Comunicación Democrática (2011). *Aportes para una política de comunicación democrática*. Fesur, Montevideo. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/uruguay/07903.pdf>

Conde Prada, Alfonso (2009). *Educación Popular y la formación de educadores populares*. En Revista La Piragua N° 30. Panamá: CEAAL.

Crespo, Carlos (1983). *La radio: un medio masivo que puede ser alternativo*. En Ciespal. Comunicación popular educativa. Monografías Ciespal.

Cuculiza, María Nelly y Kalinowski, Dina (compiladoras) (1991). *Medios de Comunicación al servicio de la Alfabetización y Postalfabetización*. Santiago de Chile: Unesco, Oficina Regional para América Latina y el Caribe (ORELAC).

Curuchet, Eduardo; Girola, Mariella y Orcajo, Óscar (2006). *¿Radio o ruido comunitario?* Montevideo: Tres Monos Comunicación.

Cussiánovich, Alejandro (2012). *La educación popular: un factor de producción de democracia y ciudadanía*. En Revista La Piragua Nº 37. Perú: CEAAL.

Da Porta, Eva (2008). *Lo alternativo y lo mediático, dos dimensiones para rasgar la hegemonía cultural*. En Rutas Alternativas de la Comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder. Argentina: Ferreyra Editor.

Davoine, Federico; Garofali, Ángela; Hansen Pablo; Sosa, María Noel (2011). *Las radios no son ruido. Experiencias comunitarias colectivizadas en Uruguay*. Uruguay: Amarc Uruguay-Universidad de la República.

Delors, Jacques (1996). *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI, presidida por Jacques Delors*. Santillana. Ediciones Unesco.

de Oliveira Soares, Ismar (2009). *Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos*. En Revista Nómadas Nº 30. Colombia: Universidad Central.

de Sousa Santos, Boaventura (2006). *Capítulo I. La Sociología de las Ausencias y la Sociología de las Emergencias: para una ecología de saberes*. En publicación: Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires). Agosto. 2006. ISBN 987-1183-57-7.

Fals Borda, Orlando (2009). *Una sociología sentipensante para América Latina*. Víctor Manuel Moncayo Compilador. Bogotá: Siglo del Hombre Editores y CLACSO.

Ferrando, Jorge 1985. *Pensando en la educación popular*. Montevideo: Nordan-Comunidad.

Freire, Paulo (2002). *Pedagogía del oprimido*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Freire, Paulo (1969). *La educación como práctica de la libertad*. México: Siglo XXI editores.

García, Dulce (2002). *La Pedagogía de la Educación en la Comunicación Radiofónica Popular*. Aportes del Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA)-Venezuela para la elaboración del documento base del XXXIII Congreso Internacional de Fe y Alegría "La Pedagogía de la Educación Popular en Fe y Alegría". Venezuela: IRFA.

Geerts, Andrés y van Oeyen, Víctor (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito, Ecuador: ALER.

Gerbaldo, Judith (2010). *Manual de Radio Participativa con niñas, niños y jóvenes. Radioferoz!* Argentina: Ediciones CECOPAL.

Goldar, María Rosa (2013). *Educación popular y sus desafíos en los actuales escenarios latinoamericanos. Una mirada desde su trayectoria histórica y de cara a la acción de los movimientos sociales.* En Revista La Piragua Nº 38, octubre 2013. Lima, Perú: CEAAL. Asociación Gráfica Educativa.

González, Nydia (2010). *Educación Popular y pedagogía.* En Revista La Piragua Nº 32. Panamá: CEAAL.

Gramsci, Antonio (1970) *Antología.* México: Siglo XXI. Notas de 1932-1935. II.3.

Graña, François (2013). *Medios comunitarios: el fin de una larga noche. Avatares de la Ley de Radiodifusión Comunitaria.* Montevideo: Universidad de la República.

Graña, François (2010): *Discurso, texto y contexto, en Diálogo social y gobernanza. El discurso de los actores sociales involucrados en la instalación de la fábrica de celulosa en Fray Bentos.* CSIC- UdelaR, Montevideo, pp. 79-101.

Graña, François (2008). *La perspectiva comprensiva.* Montevideo: FHCE.

Graña, François; Kaplún, Gabriel (coordinadores) (2010). *Proyecto de investigación "Los medios comunitarios en el nuevo contexto regulatorio".* PRODIC. Disponible en: <http://www.prodic.edu.uy/sites/default/files/Proyecto%20PRODIC%20Los%20Medios%20Comunitarios%20en%20el%20nuevo%20contexto%20regulatorio.pdf> [fecha de consulta: febrero 2015].

Gumucio Dagron, Alfonso (2011). *La sostenibilidad de los medios comunitarios.* Texto preparado para la conferencia organizada por la Cátedra UNESCO de Comunicación Incom-UAB de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), el 31 de mayo 2011. En http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/download/gumuciodagron_articulo_sostenibilidad_medios_comunitarios.pdf [fecha de consulta: febrero 2015].

Gumucio Dagron, Alfonso (2001). *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social.* Nueva York, Estados Unidos: Fundación Rockefeller.

Gumucio Dagron, Alfonso (2007). *Comunicación y Educación. Una deuda recíproca. La Hojarasca* Nº 31, octubre 2007. Disponible en: <http://www.escriitoresyperiodistas.com/NUMERO31/alfonso.htm> [fecha de consulta: febrero 2015].

Huergo, Jorge (1997). *Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas.* La Plata, Argentina: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Huergo, Jorge (2004). *Comunicación popular y comunitaria: desafíos político-culturales.* Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNPL.

Jara, Óscar (1984). *La aplicación del método dialéctico en la investigación participativa y en la educación popular*. Costa Rica: CEAAL.

Kaplún, Gabriel (2015). *Qué radios para qué comunidades. Las radios comunitarias uruguayas después de la legalización*.

Kaplún, Gabriel (2007). *La comunicación comunitaria*. En Nosty, Bernardo (org.) Medios de comunicación: el escenario iberoamericano. Madrid: Ariel. [www.infoamerica.org/primera/anuario_medios .pd f](http://www.infoamerica.org/primera/anuario_medios.pdf) [fecha de consulta: febrero 2015].

Kaplún, Gabriel (2004). *Contenidos, itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos*. En Revista Nodos N° 3 (www.revistanodos.com.ar).

Kaplún, Gabriel (2003). *Comunicación Popular: ¿es o se hace?* Buenos Aires: Minigraf.

Kaplún, Gabriel (1996) *Materiales “educativos” que no educan, materiales “no educativos” que educan*. En Revista La Piragua N° 12-13, Santiago de Chile: CEAAL.

Kaplún, Mario (1999). *Producción de programas de radio: el guión – la realización*. Colección Intiyan volumen 5. Quito, Ecuador: Ciespal.

Kaplún, Mario (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de La Torre.

Kaplún, Mario (1985). *El comunicador popular*. Quito: Ciespal.

Lamas, Ernesto (2003). *Gestión integral de la radio comunitaria*. Quito: FES/Promefes.

Lamas, Ernesto; Villamayor, Claudia (1997). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito, Ecuador: AMARC-FES.

Leis, Raúl (2009). *La EPJA en la construcción de ciudadanía transformadora*. En Revista La Piragua N° 30. Panamá: CEAAL.

Ley de Servicio de Radiodifusión Comunitaria, en: <http://www.parlamento.gub.uy/IndexDB/TextosAprobados/ListarTexto.asp?Id=401> [fecha de consulta: febrero 2015].

López Vigil, José Ignacio (2007). *La radio latinoamericana: seis aportes al desarrollo*. En Revista Envío Digital N° 308, Universidad Centroamericana UCA, América Latina, nov. 2007. Disponible en: <http://www.envio.org.ni/articulo/3681> [fecha de consulta: febrero 2015].

López Vigil, José Ignacio (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: AMARC-ALER.

Mata, María C. (2011). *Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos*, en revista Oficios Terrestres N° 26, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, La Plata. Disponible en: <http://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/viewFile/982/1031> [fecha de consulta: febrero 2015].

Mata, María C. (2010a). *Ciudadanizar las políticas de comunicación: los nuevos desafíos*, en Cimadevilla, G. Fagundes, D, La Comunicación en tiempos de crisis, UNRC, Río Cuarto.

Mata, María C. y María Liliana Córdoba (2009). *Ciudadanía, información y acción colectiva*, en Protesta Social, Acción colectiva y Movimientos Sociales, (edición digital en CD) UBA, UNQ, UNC y otros, Buenos Aires.

Mata, María C. (2006). *Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación*, en Fronteiras, estudos midiáticos, VIII (1):5-15, enero/abril 2006, Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS), Sao Leopoldo, Brasil.

Mata, María Cristina (1993a). *Rádios y Públicos populares*. Revista Diálogos.

Mata, María Cristina (1993b). *¿Dónde están y a dónde van las radios populares?* Chasqui 45: Quito.

Mata, María Cristina y Scarafino, Silvia (1993). *Lo que dicen las radios*. Cap. 1: La comunicación como práctica discursiva. Quito: ALER.

Max Neef, M.; Elizalde, A.; y Hopenhayn, M. (2010). *Desarrollo a escala humana. Opciones para el futuro*. Madrid: Biblioteca CF+S.

McAnany, Emile G. y Jamison, Dean T. (1981). *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*. España: Servicio de Publicaciones del Ministerio de Educación y Ciencia.

McBride, Sean (1980). *Un solo Mundo, voces Múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Mejía, Marco Raúl (2009). *Educación Popular Hoy: Reconstruyendo su identidad desde sus acumulados y en diálogo con la teoría crítica*. Panamá. Publicado en Revista La Piragua Nº 21 y en Revista Latinoamericana de Educación Popular Política. Nº 30 III/2009. Educación Popular: Recreándola en nuestros tiempos.

Núñez, Carlos (1996). *Educar para transformar, transformar para educar*. Buenos Aires: Lumen-Hvmanitas.

Pérez Esclarín, Antonio (2003). *La Educación Popular y su pedagogía*. Caracas: Federación Internacional de Fe y Alegría.

Prieto Castillo, Daniel (2005). *El interaprendizaje como clave de la educomunicación*. Conferencia producida para el Encuentro Internacional Ondas y Antenas Participativas, Bogotá Colombia, 2005. Disponible en: <http://prietocastillo.com/comunicacion> [fecha de consulta: febrero 2015].

Prieto Castillo, Daniel (1994). *La comunicación educativa como retorno a la pasión pedagógica*. Documento preparado para el Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador. Disponible en: <http://prietocastillo.com/comunicacion> [fecha de consulta: febrero 2015].

Prieto Castillo, Daniel (1994b). *La vida cotidiana*. Fuente de Producción Radiofónica. Quito-Ecuador: OCLACC.

Puigróss, Adriana (1998). *La educación popular en América Latina. Orígenes, polémicas y perspectivas*. Argentina: Miño y Dávila editores.

Puigróss, Adriana (1983). *Discusiones y tendencias en la educación popular latinoamericana*. En Nueva Antropología, Vol .VI, No. 21, México.

Rebellato, José Luis (1998). *Paulo Freire: educación y proyecto ético-político de transformación*. En: Revista de estudios sociales de sociología aplicada Nº 110, Educación y transformación social. España: Cáritas. Págs. 93-107.

Rebellato, José Luis (1996). *El aporte de la educación popular a los procesos de construcción de poder local*. En Revista Multiversidad Nº 6, MFAL, 1996. Pp 23-39.

Rebellato, José Luis (1988). *Educación popular y cultura popular*. En: Notas sobre cultura y sociedad (CIDC) Nº 4. Montevideo, 1988. Pp 7-40.

Tarrow, S. (1997). *Poder en movimiento. Movimientos sociales, acción colectiva y política de masas en el estado moderno*. Madrid: Ed. Alianza.

Torres, Rosa María (2005). *12 tesis para el cambio educativo*. Estudio encargado por el Movimiento Internacional de Educación Popular y Promoción Social Fe y Alegría. Disponible en: <http://www.red-ler.org/12tesis-cambio-educativo.pdf> [fecha de consulta: febrero 2015].

Torres Carrillo, Alfonso (2012). *El potencial emancipatorio de la Educación Popular como práctica política y pedagógica*. En Revista La Piragua Nº 37. Perú: CEAAL.

Torres Carrillo, Alfonso (2010). *Educación Popular y producción de conocimiento*. En Revista La Piragua Nº 32. Panamá: CEAAL.

Torres Carrillo, Alfonso (2009). *Educación popular y paradigmas emancipadores*. En Revista La Piragua Nº 30. Panamá: CEAAL.

UNESCO-PIDC (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Paris: UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102s.pdf> [fecha de consulta: febrero 2015].

Vargas, Óscar (2010). *Aproximaciones a la comunicación popular en América Latina*. En Revista La Piragua Nº 32. Panamá: CEAAL.

Villamayor, Claudia (2007). *La dimensión político cultural en la sostenibilidad de las radios comunitarias*. Question Nº 15. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/430/356> [fecha de consulta: febrero 2015].

5. ANEXOS

5.1 Entrevistas exploratorias

Decidimos, antes de comenzar la investigación en las radios, realizar una serie de entrevistas exploratorias sobre el tema a informantes calificados, tanto del ámbito de la educación popular como de la comunicación comunitaria, que hubieran tenido experiencia de radio o que las hubieran estudiado, investigado, o que tuvieran algún vínculo con la educación popular.

Entrevistamos cinco informantes calificados: Gabriel Kaplún (docente e investigador universitario, profesor de la FIC, responsable del proyecto de investigación “Los medios comunitarios en el nuevo contexto regulatorio” del PRODIC; María Cristina Mata (profesora investigadora en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina); Juan Pablo Acerenza (del equipo de coordinación del Curso de Educación Popular del Programa de Educación Popular PEP), Belén Itza (psicóloga, ex representante de Amarc Uruguay y parte del equipo técnico de Radio Vilardevoz); y Carlos Casares (del centro de producción Comcosur -Comunicación Participativa del Cono Sur-, integrante de Amarc Uruguay).

Expondremos a continuación, una síntesis de lo que plantearon estas entrevistas:

Frente a la pregunta si creen que las radios comunitarias pueden considerarse prácticas de educación popular, en general, la respuesta es afirmativa:

“...en América Latina las prácticas comunicativas inspiradas en los mismos principios de la educación popular se llamaron comunicación popular, no hace falta decirles educación popular y por lo tanto, en un sentido conceptual y político, muchas radios de este tipo han sido y son espacios donde los principios de la comunicación popular, que son los mismos que los de la educación popular, se materializan y no sólo se materializan sino que es a partir de esos principios que se busca justamente contribuir a los procesos de transformación social, de organización, de participación de los individuos en colectivos y en proyectos comunes, etcétera, etcétera” (María Cristina Mata).

Para Belén Itza, claramente, “lo son”. Cree que en el caso de Vilardevoz, que es la radio a la que ella pertenece, se generan procesos de formación: desde aprender a hacer radio, hasta aprender a pensar en lo que se tiene para decir:

“Nosotros en Vilardevoz pensamos también en la formación en la práctica, en lo que tiene que ver con hacer radio [...] Yo creo que ahí las radios, una de las cuestiones que tienen, que capaz que también tiene que ver con la educación popular, es esto de aprender haciendo y de ir asumiendo y haciéndose cargo y cuestionándose” (Belén Itza).

Por otra parte, se cree que las radios acercan de alguna forma la dimensión de la política a las personas:

“las radios acercan de alguna forma la dimensión de la política a las personas que por ahí no necesariamente estarían participando en espacios políticos” (Belén Itza).

Hay quien encuentra que la dimensión educativa puede tener más impacto en quienes hacen radio que en quienes la escuchan:

“es más el impacto sobre los que producen la radio que sobre los que la escuchan. Es como, no la práctica en sí de la radio, del ejercicio de hablar por la radio, sino lo que está antes: preparar un discurso, estudiar sobre un tema, preparar para comunicarlo a otro, pensar en ese otro” (Juan Pablo Acerenza).

Para algunos, las radios comunitarias pueden ser prácticas de educación popular, hacia la interna, “de micrófono para adentro”:

“[...] Yo creo que muchos proyectos con el tiempo también valorizaron o reconocieron ese plus que tiene la interna del funcionamiento de la radio... y tuvo como dos expresiones para mí bastante importantes: una, el traspaso de información de todo lo que era técnico, que es un aprendizaje muy interesante y que se hizo en forma horizontal, es decir, trayendo cada uno el bagaje de sus experiencias, sobre todo la suma de errores que iban cometiendo, la cantidad de cosas que no se podían hacer, y en el conjunto de esos intercambios de conocimientos, muchísimas veces cada uno se iba con algo mejor armado para poder aplicarlo y lo aplicaba inmediatamente, y a los tres o cuatro meses, cuando se volvían a juntar, volvían de alguna manera a repasar lo que se había hecho... (Carlos Casares).

También se plantea, y no es un tema menor, que la posibilidad de hacer educación popular no es algo que se haya aprovechado al máximo, ni se haya potenciado.

“...Y esa horizontalidad les dio una educación popular, a mi juicio muy auténtica que tal vez nosotros todavía no la hemos aprovechado bien, no la hemos potenciado, pero que existe”. (Carlos Casares)

Otra de las visiones es que hay una dimensión educativa desde el micrófono, desde un lugar de cercanía con el vecino, al igual que en los talleres de Amarc:

“...y eso hace a una educación que no está en lo estatutario, o sea que no está en la escuela ni en el liceo ni en la universidad, pero funciona y tal vez se apoya en los conocimientos que algunos traerán de la escuela, otros del liceo o la universidad y también algo de la sociedad y su familia, pero aportan otra manera distinta, más espontánea si se quiere que seguramente vale la pena trabajarla o investigarla más”. (Carlos Casares).

De las entrevistas a los informantes calificados también surge que no hay dudas de que las radios pueden ser una buena herramienta de educación popular:

“Pueden ser incluso más que una herramienta, pueden ser una experiencia en sí misma de educación popular, en el sentido de que no sólo sirven para... hacer educación popular, sino que haciendo radio, eso puede ser muy educativo para los que lo hacen y muy constructor de muchas de las cosas que la educación popular quiere construir, en parte porque educación y comunicación tienen muchos puntos de encuentro...” (Gabriel Kaplún).

En segundo lugar, a los informantes calificados se les preguntó si creen que la dimensión educativa ha sido pensada por las radios comunitarias. En las respuestas se pueden apreciar diferentes visiones; de todos modos, quienes plantean que la dimensión educativa no es pensada, igual entienden que esto no impide que en las radios de hecho se visualicen prácticas educativas:

“Bueno no... yo no creo que sea una de las cosas que esté más visibilizada... No, la verdad que no. Nosotros en Vilardevoz lo tenemos como pensado porque nos interesa específicamente esa dimensión, porque nos interesa la formación de profesionales universitarios con otra perspectiva, según los objetivos de Vilardevoz, y que se puedan formar profesionales universitarios con otro modelo más alternativo a lo que tiene que ver con la intervención de salud mental y de comunicación [...] hay siempre desde Vilardevoz una perspectiva muy desde la educación popular porque estamos trabajando siempre en el diálogo de saberes...” (Belén Itza).

También hubo respuestas señalando que hay radios que no visualizan esta dimensión, que para nada lo hacen:

“Y bueno, eso depende de qué radios, no son todas iguales. A lo mejor uno puede encontrar cantidad de radios comunitarias, o que se dicen comunitarias, donde realmente, yo estuve una vez aquí haciendo una evaluación para un proyecto y visité algunas radios que están en Amarc y yo juro que una de ellas por lo menos que visité, de educación popular no tenía nada. Yo al menos no percibí que hubiera ninguna dimensión en esa práctica que tuviera que ver con estos principios, pero no tengo duda que otras sí...” (María Cristina Mata).

Y hubo respuestas que marcan cómo se visualizaría la dimensión educativa, tanto a la interna como hacia afuera de la radio:

“Yo te lo dividía en dos partes ¿no? La dimensión educativa va a estar presente primero a la interna de la radio. Si no es uno solo que organiza el programa, si es un equipo que se encarga de la gestión y que se encarga de ordenar los programas y dentro de los programas cómo se comunica, ahí ya hay una dimensión educativa. Hay algunos que tienen más experiencia, otros que tienen un poco menos de experiencia en las radios; hay gente que tiene más experiencia en algunas otras cosas: acercarse a cierto tipo de información y otros a otra... Este encuentro intergeneracional ¿no? [...] No sé si es pensada esa lógica educativa hacia afuera de la radio. La educación popular lo que tiene históricamente y también como medio discutido a la interna, es esa idea de concientización, ¿no? El pasar de una conciencia mágica a una conciencia crítica o esclarecida... Me parece que una información bien ordenada, que piense en quién es el destinatario, que sea relevante para ese destinatario que es cierta comunidad, ya de por sí tiene un componente educativo. Capaz que le falta sustancia de diálogo entre los radioescuchas, pero bueno, es la lógica de la radio, no es un espacio de encuentro o una reunión”. (Juan Pablo Acerenza).

Incluso se planteó que puede ocurrir que existan radios comunitarias que en ocasiones reproduzcan la lógica de las radios comerciales:

“Puede alguien estar haciendo radio comunitaria con la lógica de la radio comercial: poniendo música o planteándose un lugar de información sin pensar en a quién le estaría hablando, con quién estaría comunicándose” (Juan Pablo Acerenza).

En cuanto a qué dificulta que la dimensión educativa sea visualizada por las radios, las respuestas son variadas:

“muchas radios no visualizan esa dimensión porque en su origen no lo está” (María Cristina Mata).

También está quien plantea que “la gestión lleva mucho tiempo”, “a veces desgasta”, “cansa” (Belén Itza) y esto lleva a que se descuide de alguna manera la parte educativa o formativa.

O quien plantea que existen radios que en la práctica están lejos de lograr los objetivos que se proponen:

“hay radios que en la práctica distan mucho de lograr los objetivos que se proponen pero que sí tienen una voluntad de transformación social más allá de que luego esas prácticas adolezcan de falencias que muchas veces se deben a la escasa formación de las personas que integran sus planteles o a que no hay instancias de reflexividad colectiva” (María Cristina Mata).

Se plantea también que para que esa dimensión se visualice, la formación cumple un rol fundamental:

“Desarrollar esas prácticas requiere que quienes las conducen, las organizan, tengan realmente una capacidad de análisis político, coyuntural y de largo plazo importante, porque estamos hablando de que son prácticas políticas” (María Cristina Mata).

Hay quien plantea que dificulta que se visualice la dimensión educativa debido a que pueden existir puntos de partida políticos distintos entre ciertas radios comunitarias y la educación popular:

“si una radio nace para ayudar a la comunidad, no es muy fácil que sintonice con quien desde la educación popular está pensando más bien en organizar el actor y organizar la palabra del oprimido, de aquel que no tiene la palabra, etcétera; me parece que hay puntos de partida políticos –en amplio sentido del término político–, distintos”. (Gabriel Kaplún).

Otro punto es en relación a la dificultad que tienen las radios para producir:

“lo educativo, al menos bien entendido, da trabajo... no se trata de didactizar la radio, lo que se convertiría en un pecado de comunicación, sino de ser creativos, complementar con ficción, etcétera... Se debe a un problema de falta de idea comunicacional, y cuando digo comunicacional me refiero a entender al otro y su mundo, su cultura”. (Gabriel Kaplún).

Otro factor que se señala puede influir, es la dificultad de participación:

“ahí lo que puede ser un obstáculo es algo general de la sociedad del siglo XXI que es la dificultad para participar y los espacios de militancia que están casi heridos de muerte. Si termina uno solo o entre dos haciendo un programa de radio, está complicado. Si es entre un grupo, si hay... cuanto más heterogéneo sea el grupo que piensa ese espacio radial, más rico y más provechoso va a ser ese espacio desde la lógica educativa, popular...”. (Juan Pablo Acerenza).

Para esta investigación manejábamos como hipótesis que visualizar la dimensión educativa se puede ver afectada de alguna manera por el hecho de que la mayoría de los que hacen radio comunitaria sean voluntarios o por la falta de oportunidades de formación que pueda haber, sumado a la situación económica de las radios. Respecto a esto, las visiones son variadas. Hay quienes plantean que la precariedad de las radios, la imposibilidad de invertir en producción, la falta de recursos y de oportunidades de formación, afectan. Pero también hay quienes insisten en que hacer educación popular puede no ser el principal objetivo de las radios:

“...como que no es el principal objetivo de las radios, las radios no se proponen... creo que ahí también hay como una diferencia con toda la tradición de América Latina ¿no?, de las radios educativas... Las radios de acá en Uruguay tienen como una característica más bien política, en el sentido de bueno, cada radio tiene algún tema que trabaja más o menos y con ese tema de alguna forma es como más eje de la programación y de las actividades que realiza; muchas radios también tienen como esta cuestión más de lo cultural: más pensado como de las actividades, de la música, por ejemplo..., y también eso, capaz que lo educativo ha quedado como relegado a otro plano, pero capaz que, no sé, por los intereses... no sé bien por qué”. (Belén Itza).

También se plantea que el tema del voluntariado es un aspecto a rever:

“...si no hay nadie que cobre un mango, si todo es voluntariado es complicado. Es difícil. Podremos lograr que la gente haga un programa, pero que la gente sostenga un programa a lo largo de un año, en un horario fijo, al menos una vez por semana, que es lo que uno empieza a pensar para que una cosa agarre color, ¿no?... bien producido... en fin, eso... a voluntariado puro..., está difícil... Todo eso me parece que está, (...) mal resuelto –o sea, no está claro, genera problemas-...” (Gabriel Kaplún).

Hay quien piensa que la dificultad puede estar en el recambio, que obviamente, está ligado al tema de la participación:

“Si hay gente que está en la radio comunitaria de hace diez, quince años, eso implica que uno se apropie capaz que demasiado de un espacio y que entonces ese recambio, a veces por desánimo o porque no se encuentra la gente, pero también uno capaz que no deja entrar a otro más nuevo ‘ah, porque no sabe’; entonces esa formación debería darse en ese diálogo, entre el que está hace tiempo y el nuevo. Habilitar esa entrada de los nuevos y esa formación en la propia tarea. Es como un punto clave ese de la participación” (Juan Pablo Acerenza).

En cuanto a qué cosas se aprenden, plantean que se aprende a la interna, a hacer radio, a gestionar un medio y se aprende a nivel conceptual por los temas que se abordan y trabajan en la radio:

“...ahí la formación es como yo te decía, de los participantes en lo que tiene que ver con lo radiofónico, en lo que tiene que ver con la gestión de un medio de comunicación, en lo que tiene que ver con los temas que se proponen abordar” (Belén Itza).

También se plantea que las radios comunitarias favorecen aprendizajes:

“Yo creo que la radio es un instrumento idóneo para aprender. Estoy convencido. [...] la radio en ese sentido educa y educa muchísimo. Educa mucho porque hay que escuchar, y hay que escuchar muchísimo, y eso no estamos acostumbrados como sociedad y creo que en este época mucho menos que antes, entonces te exige de alguna manera toda una postura que hace bien, que hace de alguna

manera a la posibilidad de compartir, a la posibilidad de pensar en el otro, a ponerse en otro lugar, a mirar las cosas desde otro lugar; creo que socializa y da aproximación a muchísimas soledades. [...] Aprendés mucho porque necesariamente en ese pasar de programas y de personas y de experiencias, uno se va encontrando una cantidad de información, ahí mismo o quedás enganchado para investigarlo, o preguntar, o para leerlo, o para seguirlo... [...] hay un componente afectivamente también, es una cosa que te da muchas satisfacciones y creo que eso también hace mejores a la gente de alguna manera...”. (Carlos Casares)

“Aprender a estar en colectivo, por ejemplo: eso es todo un aprendizaje. Después hay aprendizajes específicos en relación a las temáticas que se desarrollan, en lo que quieren investigar, estudiar... el tema que trabajen. Y después del aprendizaje de hacer radio [...] Y después, en esto de aprender a estar en colectivo hay un sinfín de cosas que se aprenden [...] hay una cantidad de momentos compartidos [...] de vivencia común, que hace colectivo también”. (Belén Itza).

Se piensa también que las radios comunitarias contribuyen con la transformación social:

“Yo creo que al aire de las radios se ve la diversidad, se van viendo también todos esos procesos de transformación. Que es esto: la posibilidad de ir transformando en la práctica”. “Y yo creo que todos esos procesos están al aire en las radios, y eso es súper interesante porque también es asumir eso: que siempre estamos en procesos de formación y de construcción y de cuestionamiento...”. (Belén Itza).

Y también se señala que las radios posibilitan cambios de percepción:

“A nosotros en Vilardevoz nos pasaba, con Olga, que es una participante, que estaba de acuerdo con la baja de la edad de imputabilidad. Un poco por su experiencia: ella había estado en Inau... y cómo eran los gurises... y por toda la percepción mediática... Y en realidad nosotros lo fuimos trabajando eso, con argumentos, por qué sí, por qué no, hasta que llegamos al punto de que el colectivo tomara una posición. Y bueno, salió que estamos a favor del “no a la baja”. Y me parece que ahí, el proceso de Olga en esa posibilidad de confrontar sus argumentos con otros, poder escuchar a otros, poder que venga alguien de la Comisión de ‘No a la baja’ y explique en las entrevistas... En Vilardevoz también trabajamos mucho las entrevistas como prácticas de formación, porque no es solamente que vamos a entrevistar para interpelar a esto o lo otro, sino que en realidad son instancias de formación para el colectivo también” (Belén Itza).

Se dice que frente a los problemas de incomunicación que se viven a diario, la radio contribuye al proponerse como un espacio de participación:

“Este tipo de idea de radio te está proponiendo que escuches mucho, te está proponiendo que participes y no sólo por el teléfono, sino que también participes con los contenidos, que participes buscando música, que participes discutiendo los contenidos de los programas, cambiándolos si entendés que no le

están pegando bien a lo que se proponen hacer... discutiendo todo el tema de la publicidad, por ejemplo, que es un tema bien interesante como discusión..." (Carlos Casares).

Se plantea que la radio comunitaria aporta a la diversidad, por lo temas que propone, y esto también contribuye a la transformación. Y a su vez se destaca la cercanía de la radio con la comunidad en la que está inmersa:

"...y porque son vecinos a los que conocen, que se comprometen muchas veces defendiendo determinadas posturas y proponiendo determinados temas porque no son seres abstractos... sino que son personas que tú conoces perfectamente y que van todos los días a tu trabajo y al almacén y esto y lo otro y te los vas a seguir encontrando, entonces, por un lado le da una fuerza también a las afirmaciones o a las propuestas que hacés, pero también le da un compromiso muy grande que de alguna manera está generando algo, me parece que socialmente, que hace a... a ser mejores". (Carlos Casares).

Se entiende a su vez a las radios comunitarias como espacio de expresiones populares y por tanto que aportan un camino de transformación:

"los movimientos sociales nuevos, no tradicionales, si encuentran un lugar de difusión de sus ideas, de sus propuestas, a través de las radios comunitarias, me parece que es como una retroalimentación: son espacios de expresiones populares, son espacios de propuestas de transformación de la sociedad, de ampliación de derechos... [...] cuanto más participación logren, encuentren los movimientos sociales no tradicionales... colectivos de estudiantes, capaz que también pueden tener un lugar de expresión en las radios comunitarias...". (Juan Pablo Acerenza)

Hacia afuera de la radio la transformación y los aprendizajes también se pueden dar, por ejemplo, cambiando percepciones:

"Uno es la radio Vilardevoz, ¿no? Eso, los que no tienen voz, los locos, que en general no les dan... en general no, nunca les dan pie a que digan sus verdades a través de una radio, me parece que tiene su potencia... Si hay una llegada hacia afuera, si alguien lo escucha es muy bueno..." (Belén Itza).

"además no es cualquier transformación la búsqueda de la educación popular. Es una transformación dirigida hacia los sectores oprimidos, desfavorecidos. Favorecer a los desfavorecidos. En realidad, no es favorecer como dar, no es una dádiva, sino que es trabajar, recomponer las capacidades de ese colectivo para poner en juego sus derechos y sus capacidades. Me parece que ya en ese trabajo previo de ordenar un discurso, una opinión, trabajar en la previa, ya ahí es transformador a la interna. Y en sí, hacia afuera, bueno, es cambiar la imagen de cierto sector...". (Belén Itza).

Se plantea también que la transformación se da al dar la palabra a quien no la tiene, por el vínculo de las radios con las organizaciones, y la comunidad, a la que las radios representan y pueden contribuir a organizar:

“...procesos de construcción de poder..., procesos de apalabrar, dar la palabra a quien no la tiene. Sí, hay casos en que sí, claramente, y está vinculado a cuestiones como: el vínculo con las organizaciones, en este ir y venir de representar y construir, la ligazón más cultural con esa cosa llamada 'comunidad', exista o no exista... y esa capacidad de expresar lo propio, expresar lo local y ayudar a construir la expresión de eso...” (Gabriel Kaplún).

En cuanto a si las radios comunitarias contribuyen a construir comunidad, se cree que pueden hacerlo, pero hay dudas respecto a hasta dónde se materializa o no esto:

“yo creo que sí que cumple un papel, lo que no estoy seguro todavía hasta dónde efectivamente se materializa o transmite eso o hasta dónde es un deseo que tenemos muchos de los que integramos las radios, pero que todavía los mecanismos no dan esos resultados necesariamente. De todos modos, en la medida que están los deseos de hacer una radio horizontal y popular y alternativa y ayudar a que tenga un efecto sobre la sociedad positivo y que sea más tolerante y más amplio y todo lo demás, todo eso, en la medida que son objetivos, también están jugando a favor para que en algún momento las radios puedan materializarlo más...” (Carlos Casares).

En resumen se puede decir que las radios pueden considerarse prácticas de educación popular, que buscan contribuir a los procesos de transformación social a partir de la participación y porque las radios mismas son espacios de formación en diferentes temáticas, que van desde aprender a hacer radio, a manejar los equipos, hasta a producir (pensar en lo que se tiene para decir y en la producción de sentidos), además de todo lo que implica aprender a trabajar en colectivo.

Se plantea que como práctica de educación popular, el impacto, teniendo en cuenta que no es fácil saber cuánta gente escucha las radios, puede ser mayor sobre los que producen que sobre los oyentes.

También se plantea que la posibilidad de hacer educación popular no es algo que sea aprovechado al máximo, ni un aspecto potenciado.

Por otra parte, en cuanto a si la dimensión educativa ha sido pensada por las radios comunitarias, hay visiones contrapuestas. En definitiva, depende de cada proyecto y de cada radio. En nuestros informantes calificados hay quienes creen que esta dimensión no es pensada, pero que de hecho en las radios sí se visualizan prácticas educativas, pero hay también quien afirma que no, que hay radios en la que esa dimensión no se visualiza.

En cuanto a las razones que dificultan que la dimensión educativa sea visualizada por las radios, se nombra desde la dificultad de que ocurra porque en el origen de las radios no está pensada esa dimensión, por la escasa formación de las personas que integran los planteles de las radios, o la escasez de instancias de reflexión colectiva, o por el desgaste que implica la gestión, o porque pueden existir puntos de partida políticos distintos entre las radios comunitarias y la educación popular. También se visualizan las dificultades que tienen las radios a la hora de producir, teniendo en cuenta que lo educativo da trabajo, por falta de idea comunicacional y de “entender al otro, su mundo y su cultura”. Otra dificultad que se plantea es que puede ocurrir la tendencia a reproducir la lógica de las radios comerciales. Más dificultades visualizadas son el trabajo voluntario y por tanto la movilidad de gente, la falta de oportunidades de formación y la precariedad de las radios (la imposibilidad de invertir en producción, la falta de recursos), la falta de formación política y educativa, pero también puede jugar en contra el hecho de que hacer educación popular no sea el principal objetivo de las radios.

En general los entrevistados aluden a diversas dimensiones del aprendizaje que generan las radios, que pueden encuadrar con lo que plantea Gabriel Kaplún (2004) cuando refiere a aprendizajes de tipo conceptual, perceptivo, axiológico, afectivo y de habilidades. También se alude de alguna manera a que las radios contribuyen con la transformación social al proponerse como espacios de participación, al aportar a la diversidad (de temas y a nivel cultural), y por la cercanía con los vecinos o la comunidad, generando un compromiso a su vez de parte de la comunidad; y también por ser las radios espacio de expresiones populares, donde los movimientos sociales tienen lugar.

También se nombra un aspecto que pueden desarrollar las radios, que puede acercarse a alguno de los principios de la educación popular, que es la transformación de los sectores oprimidos, recomponiendo sus capacidades. Se plantea a su vez que las radios contribuyen con la transformación social al dar la palabra a quien no la tiene y al vincularse con las organizaciones en la comunidad.

En cuanto a la relación con la comunidad, se manejan dos aspectos: las radios representan a la comunidad y las radios, si bien no está claro si ayudan a construir comunidad, al menos sí lo tienen como meta o deseo.

5.2 Memoria de los dos primeros talleres

El primer taller, que se realiza el 10 de mayo de 2014 en una Asamblea Nacional de Amarc en radio El Prado, se basa principalmente en presentar el proyecto de tesis e invitar a los radialistas a colaborar/participar en la investigación. Se dio en el momento en que venía realizando entrevistas exploratorias y leyendo bibliografía (aún no estaban diseñados los indicadores). En ese taller participaron radialistas de El Prado FM, Horizonte de Paysandú, Impactos FM de Salto, Alternativa de Young, Palmira FM, La Cotorra de Montevideo, Espika de Santa Lucía. Surgieron aportes interesantes, tales como la necesidad de ver cómo las acciones de las radios comunitarias impactan en lo social, además de analizar los contenidos. Del taller se desprende que en general se ve a las radios comunitarias de Amarc Uruguay como un “espacio horizontal para la toma de decisiones”, “un espacio de aprendizaje constante”, “un lugar donde se puede ‘decir’”, “que la radio es más allá de la programación radial, va a otra cosa”, “que las radios educan de una forma increíble”. En cuanto a su cometido, se señala que “las radios comunitarias nacen con la particularidad de ser un medio no sólo de comunicación, sino de formación”. Se resalta que en las radios “hay espacio para las organizaciones sociales”. Una maestra, que tiene un programa con los niños de la escuela en una radio, comenta que a través de la radio se educa, que “es una forma de educación diferente”. Lo más interesante a destacar es que cuando planteé el objetivo de la investigación (analizar si las radios comunitarias de Amarc Uruguay pueden ser consideradas prácticas de educación popular), no podían entender cuál era mi duda respecto a eso. “Obvio”, fue la respuesta de todos.

El segundo taller se realiza el 30 de agosto de 2014 en una Asamblea Nacional de Amarc. En dicho taller se trabajó en grupos, centrándonos en discutir qué es la educación popular y reflexionar sobre las prácticas educativas de las radios.

Llevamos una serie de tarjetas con la siguiente inscripción: La educación popular es una “corriente de pensamiento y acción educativa, que desde una opción por los pobres y excluidos, contribuye a la formación de actores sociales y sujetos políticos capaces de transformar su vida, comunidad y sociedad” (Conde Prada, 2009).

“...es un proceso de formación y capacitación que se da dentro de una perspectiva política de clase y que forma parte o **se vincula a la acción organizada del pueblo**, de las masas, en orden a lograr el objetivo de construir una sociedad nueva de acuerdo a sus intereses”. La comunicación popular es “el micrófono que amplifica y difunde los contenidos que se producen en el proceso de acción-reflexión-acción de los grupos y/u organizaciones” (Núñez, 1996).

Se les propuso a los participantes reflexionar en base a las siguientes preguntas: ¿qué es lo que yo creo que hago de educación popular en la radio? Tanto en gestión, programación, en el vínculo con la comunidad. ¿Hago que la gente aprenda? ¿Qué tipo de aprendizajes?

Para motivar la discusión, los coordinadores de la dinámica (para esta instancia me acompañaron integrantes de la Mesa Nacional de Amarc) tuvimos presente los indicadores de la dimensión educativo-popular, para cuestionar, problematizar las discusiones de los grupos y promover una reflexión más rica.

Con lo que se discutió, cada grupo elaboró un microprograma que salió al aire a la hora 12:00, en la Fonoplatea de Vilardevoz. Cada grupo eligió un formato diferente: informativo, radioteatro, mesa redonda...

En el taller participaron: La Cotorra, Espika (Santa Lucía), Palmira FM, Proyecto Árbol, Vilardevoz, La Bruja (Melo), Horizonte (Paysandú); Horizonte Max (Artigas); El Capiz (Valizas); Cotidiano Mujer, La Heladera (José Pedro Varela); Timbó (San José).

A continuación proponemos una síntesis de las discusiones reflejadas en el programa radial generado para la Fonoplatea. En los microprogramas se presentan algunas experiencias interesantes que se dan en las radios, vinculadas a lo educativo:

-Los programas de salud de La Cotorra.

-Las luchas populares de Espika FM contra la contaminación por las plantaciones de soja y el desmonte nativo (Espika en Santa Lucía, participa, como una organización más en reuniones de organizaciones y vecinos preocupados por la calidad del agua del río Santa Lucía y a su vez amplifica las voces de los vecinos y las organizaciones que reclaman aspectos vinculados al medioambiente). Además, la radio realizó, en el año 2013, una serie de talleres sobre comunicación comunitaria, radio, edición de audio y audiovisual. De estos talleres surgió un proyecto audiovisual y la realización de un documental sobre el agua.

-Los programas para concientizar sobre el problema del tránsito en Palmira FM, que es tema de preocupación recurrente en la zona.

-El Proyecto Árbol y su experiencia de “construir otro modo de comunicar, a través del audiovisual”.

-Las experiencias de Vilardevoz, donde “se aprende a hacer radio desde la práctica, analizando lo que se hace, escuchándose y creando nuevos formatos, diferentes a los de los medios comerciales”. Vilardevoz también trabaja en la inclusión de nuevas tecnologías, en alfabetización digital, con las computadoras del Plan Ceibal³⁸ como herramienta.

-La vinculación de Horizonte FM de Paysandú con un Club de Niños de la localidad, llevando la radio a los niños y posibilitando que hagan radio, ejerciendo su derecho a expresarse. Y su apuesta a lo que llaman “dar la capacidad de narrarse a la gente de nuestro querido barrio Sur”.

-El vínculo de radio La Bruja con el movimiento sindical y los obreros. Cada sindicato tiene un espacio de 15 o 20 minutos en la radio para dar a conocer sus propuestas e inquietudes (al momento en que se realizó el taller había tres sindicatos haciendo uso

³⁸ Ceibal es un plan de inclusión tecnológica y social inspirado en el proyecto One Laptop per Child presentado por Nicholas Negroponte en el Foro Económico Mundial de 2005. El plan permitió que todos los niños de los centros de educación estatales recibieran una computadora portátil con conexión inalámbrica. En estos momentos el plan se ha extendido de la Educación Primaria a la Educación Media.

de ese espacio). Como punto importante destacan que fue La Bruja la primera radio en transmitir un acto del 1º de mayo en la localidad.

-Las tareas de El Capiz, en Valizas, de rescate de la historia del lugar y cuidado del medioambiente.

-Horizonte Max de Artigas y sus campañas de ayuda a los más necesitados.

-El programa radial “Nunca en domingo”, que tiene Cotidiano Mujer en radio Universal, “un programa alternativo” que intenta “hurgar el otro lado de la noticia”. “Somos feministas y consideramos que las mujeres están invisibilizadas y nuestro programa atiende a darnos voz a las que no tenemos voz” y a “dar voz a toda la otra parte invisibilizada de la sociedad que no se ve en los grandes medios masivos”.

-La Heladera, de José Pedro Varela, que más allá de hacer radio realiza talleres de fotografía, como apuesta a la cultura: “Es un colectivo que genera espacios para el desarrollo cultural”.

En general, se plantea que lo popular tiene que ver con “la cultura del pueblo, de nuestro barrio y de la gente”; insisten en la idea de “cultura popular histórica”. Hablan de la “capacidad de narrarse y de contarse que tiene la gente del barrio o la comunidad, a través de las radios comunitarias”.

Presentan a las radios comunitarias como “una herramienta poderosa de educación”, radios que “hacen pensar”; como espacios de educación no formal que aportan a que la comunidad tenga insumos para “pensar su realidad”; también presentan a las radios comunitarias como el espacio que da “voz a los sin voz”, o como el espacio para “enseñar a los que nos escuchan, que las radios comunitarias dejaron de ser radios piratas”. Y también a la capacidad de las radios de “formar colectivos”, de “ayudar a la población a tratar de formarse” y de “organizar”.

5.3 Pauta de entrevistas y observaciones

Nombre y apellido del entrevistado:

Nombre de la radio:

Dirección/ Departamento/Localidad de la radio:

Función que cumple en la radio:

Teléfono de contacto:

Fecha de fundación de la radio:

1 -Contame la historia de la radio. ¿Cómo empezó?

2 -¿Qué alcance tiene?

3-¿Tienen permiso para transmitir?

4-¿Quiénes llevan adelante la radio? ¿Cuántos son, qué características tienen en cuanto a formación, experiencia, rol en la comunidad, etc.).

5-¿Qué objetivos se plantean?

6-¿Cómo se sostienen? ¿De dónde salen los fondos?

7-¿Hay alguien que cobre por su trabajo en la radio? ¿Cuántos cobran, cuántos voluntarios?

8-¿Cómo están, económicamente hablando? (Bien, mal, regular... llegan a fin de mes con los gastos de funcionamiento?)

9-¿Esto influye en el trabajo, en pensar contenidos, mejoras, etcétera?

10-¿Cómo se toman las decisiones en la radio?

11-¿Quién decide la programación?

12-¿Qué criterios utilizan para elegir los programas?

13-¿Qué programas tienen (género, temática)?

14-¿Cuáles son los ejes temáticos prioritarios para la radio?

15-¿Qué tipo de música se escucha? ¿A qué responde esa inclusión?

16-¿Lo local está presente en la programación? ¿La vida cotidiana se refleja en la programación?

17-¿Con quiénes se vinculan? ¿Con qué organizaciones? (averiguar las organizaciones del barrio aunque no tengan vínculo con la radio. Averiguar los límites del barrio).

18-¿De qué manera participa/influye la comunidad en la programación de la radio?

19-¿Se tiene presente a la audiencia? ¿Se parte su experiencia? ¿Cómo se conoce el contexto/la realidad que vive el público?

20-¿Las noticias las hace la gente del pueblo, los sindicatos, los trabajadores, las organizaciones...?

21-¿Tienen corresponsales populares?

22-¿Por dónde pasa lo comunitario?

23-¿Consideran que la radio tiene un componente educativo; cumple un papel educativo?

24-¿Tienen en cuenta el aspecto pedagógico en su proyecto político comunicacional?

25-¿Logra que la gente aprenda? ¿Qué tipo de aprendizajes?

26-¿Ustedes aprenden? ¿Qué tipo de aprendizajes?

27-¿Creen que la radio favorece cambios, transformaciones en la gente que los escucha? ¿De qué tipo? (a nivel perceptivo, conceptual, afectivo, de habilidades...)

28-¿Qué hace la radio a favor de los sectores oprimidos y su liberación?

29-¿Qué hace la radio en cuanto a promover la organización de los sectores populares?

30 -¿Realizan alguna actividad extra-radial, en el barrio? ¿Es educativa esa actividad: ustedes aprenden, la gente aprende?

31-¿Cuenta la radio con espacios de capacitación? ¿Cuáles? ¿Y vinculados a la educación popular?

32-¿Planifican, evalúan?

33-¿Registran? ¿Sistematizan? (Revisan la experiencia como radio, pasan en limpio los aprendizajes realizados, qué cosas habría que mantener, qué cosas se hace necesario cambiar o ajustar, de manera que si hay gente que se va y entra gente nueva, no se pierda lo realizado, lo aprendido...)

34-¿Investigan?

35-Forman equipo para producir, articulan saberes, piensan los programas de manera colectiva, donde se discute sobre lo que pasa y lo que se quiere lograr?

36-¿Cómo están respecto al recambio de participantes? ¿Siempre es la misma gente, cambia, entra gente nueva, les dan espacio? ¿Articulan los saberes?

37-¿Para qué sirve ser parte de una Red como Amarc? ¿Se aprende por ser parte de la red? ¿Qué se aprende?

38- ¿Con qué equipos cuentan? ¿Y el local (es prestado, se alquila, etc.).

Pedir grilla de programación: hora – programa – características - responsable

Pauta de observación de programas:

NOMBRE DEL PROGRAMA:

DÍA DE SALIDA AL AIRE, HORARIO, DURACIÓN:

GÉNERO DEL PROGRAMA SEGÚN LO DEFINEN LOS RESPONSABLES:

Y SEGÚN LO DEFINIMOS NOSOTROS (INFORMATIVO, REVISTA, ENTRETENIMIENTO, EDUCATIVO, CULTURAL, SALUD...):

TEMAS ABORDADOS:

RESPONSABLES DEL PROGRAMA (CANTIDAD, NOMBRES, SEXO, EDADES, FORMACIÓN):

SI CORRESPONDE, DISTINGUIR (CONDUCTORES, PRODUCTORES, LOCUTORES, NOTEROS, OPERADORES, OTROS ROLES):

SOBRE QUIENES HACEN, DEFINEN EL PROGRAMA (gente con mucha, poca experiencia de radio, con mucho tiempo dentro de la radio, con poco tiempo).
¿Articulan saberes?:

INFORMACIÓN ¿LOCAL, NACIONAL, INTERNACIONAL?
¿CONTEXTUALIZADA?

FUENTES DE INFORMACIÓN: (OTROS MEDIOS, POLÍTICOS, VECINOS, ORGANIZACIONES...):

¿PARTEN DE MANERA CRÍTICA DE MIRAR LA REALIDAD? ¿ANALIZAN CAUSAS DE LOS PROBLEMAS?

¿HABLAN DE LA VIDA? ¿DE QUÉ MANERA ESTÁ PRESENTE LA VIDA COTIDIANA?

¿CONSIDERAN LOS GUSTOS POPULARES (DICHOS, REFRANES...):

RUTINAS/ESTRUCTURA DEL PROGRAMA: SI HAY BLOQUES, ESPACIOS BIEN DIFERENCIADOS, ESPACIOS PARA ENTREVISTAS, CORTINA MUSICAL, PIQUES, ETC.....:

EFFECTOS SONOROS: ¿Están bien utilizados? ¿Tienen lógica? ¿Ayudan a comprender la historia? ¿Son abundantes, adecuados, escasos? ¿Son verosímiles? ¿Ayudan a crear el ambiente?

TIPO DE MÚSICA QUE SE ESCUCHA: ¿Coherente con la temática? ¿Abundante, adecuada, escasa?

EL ESTILO DE COMUNICACIÓN (DISTANTE, CERCANO, FORMAL, COLOQUIAL):

CLIMA/AMBIENTE (CONFLICTO, TENSIÓN, DISTENSIÓN...)

-MANEJO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO: ¿El formato es adecuado para el contenido? ¿Presentación y despedida adecuados? ¿Fondos musicales y efectos sonoros adecuados? ¿Relación entre segmentos es concatenada? ¿La duración es apropiada? ¿Estimula la imaginación? ¿La calidad sonora? ¿El montaje total de la emisión tiene ritmo y agilidad necesarios?

-LOS OYENTES: ¿Apela a sus experiencias? ¿Se pone en su lugar? ¿Es obvio, lo dice todo o incita a una cierta decodificación activa que lleva a la participación, estimula la reflexión personal?

-PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA (LLAMADA, SMS, ENTREVISTA, CORREO, ETC.):

-FLUJOS DE COMUNICACIÓN CON LA AUDIENCIA (ASCENDENTE, DESCENDENTE, HORIZONTAL):

-¿SE FOMENTA LA PARTICIPACIÓN?:

-QUÉ HACE EL PROGRAMA QUE FAVORECE APRENDIZAJES:

-QUÉ TIPO DE APRENDIZAJES:

-QUÉ HACE A FAVOR DE LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA:

-BREVE DESCRIPCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO DE LA RADIO: CABINA, EQUIPOS, MOBILIARIO, EDIFICIO... (ASPECTO):

Entrevista a responsables/conductores del programa:

Nombre del programa:

Días y horario de salida al aire:

1-¿Es un programa institucional? ¿Un programa que surge a iniciativa del colectivo de la radio o de los conductores?

2-¿Cómo está integrado el equipo que gestiona el programa? (SI SON MUCHOS, POCOS, GENTE CON MUCHA EXPERIENCIA DE RADIO, CON POCA, GENTE NUEVA, GENTE CON AÑOS EN LA RADIO, EDADES, FORMACIÓN...) ¿Todos aportan? ¿Se articulan saberes?

3-¿Quiénes hacen el programa son parte de la radio; participan en la organización?

4-¿Forman parte de alguna organización o institución en el barrio/zona?

5-¿De qué manera se prepara el programa que va a salir al aire?

6-¿Qué objetivos tiene el programa?

7- ¿Qué temas abordan y por qué?

8-¿Qué función cumple (entretiene, informa, educa, denuncia...)

9-¿A quiénes se dirigen?

10-¿Quién realmente los escucha?

11-¿Por qué creen que son escuchados?

12-¿Investigan lo que le interesa al público/comunidad? ¿Hay un trabajo pensado detrás de eso? ¿Se tiene presente a la audiencia? ¿Se parte su experiencia?

13-¿Se busca la participación de los oyentes? ¿Hay intervenciones de los oyentes al aire? ¿De qué modo intervienen? (mensajes, llamadas, correos, visitas, salen al aire, proponen temas...)

14-¿Saben lo que piensa la comunidad del programa?

15-¿Y lo que piensa se toma en cuenta para reformular el programa, para cambiar cosas?

16-¿Escuchan los otros programas de la radio? ¿Dialogan?

17-¿Es pensada la dimensión educativa dentro del programa?

18-¿El programa logra que la gente aprenda? ¿Qué creen que la gente aprende?

19-¿Ustedes aprenden? ¿Qué tipo de aprendizajes? (de nivel conceptual, axiológico, de habilidades, afectivo).

20-¿Qué fuentes de información utilizan y cómo seleccionan la información que sale al aire?

21-¿Realizan entrevistas? ¿Cómo las seleccionan?

22-¿Tienen espacios de opinión? ¿De qué tipo? ¿Qué opiniones?

24-¿Qué música pasan? ¿Por qué? ¿Quién lo decide?

25-¿El programa tiene alguna actividad extra-radial, en el barrio? ¿Es educativa esa actividad: ustedes aprenden, la gente aprende?

26-¿Definirían su programa como comunitario? ¿Por qué?

27-¿Y lo definirían como educativo? ¿Por qué?

28-¿Creen que alcanzan cambios, transformaciones en la gente que los escucha?

29-¿Qué hace el programa a favor de los sectores oprimidos y su liberación?

30-¿Qué hace a favor de la construcción de ciudadanía?

31-¿Qué hace en cuanto a la organización de la comunidad?

Pauta de observación de práctica educativa

TIPO DE ACTIVIDAD (DESCRIPCIÓN):

LUGAR DONDE SE REALIZA:

CON QUÉ FRECUENCIA:

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDA:

QUIÉNES PARTICIPAN:

QUÉ SE HACE:

TEMAS ABORDADOS:

RESPONSABLES (CANTIDAD, NOMBRES, SEXO, EDADES, FORMACIÓN):

DISTINGUIR ROLES:

¿PARTE DE MANERA CRÍTICA DE MIRAR LA REALIDAD?:

EL ESTILO DE COMUNICACIÓN (DISTANTE, CERCANO, FORMAL, COLOQUIAL)

CLIMA/AMBIENTE (CONFLICTO, TENSIÓN, DISTENSIÓN:

PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD ¿SE FOMENTA?

FLUJOS DE COMUNICACIÓN CON LA COMUNIDAD (ASCENDENTE, DESCENDENTE, HORIZONTAL)

QUÉ HACE LA ACTIVIDAD QUE FAVORECE APRENDIZAJES:

QUÉ TIPO DE APRENDIZAJES:

QUÉ HACE LA ACTIVIDAD EN CUANTO A LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA

QUÉ HACE EN CUANTO A FOMENTAR LA ORGANIZACIÓN DEL PUEBLO

QUÉ HACE A FAVOR DE LA LIBERACIÓN DE LOS OPRIMIDOS

Entrevista a responsables de la práctica educativa

1-¿Es una actividad institucional: que surge a iniciativa de la radio?

2-¿Qué se hace?

3-¿Cómo surge? ¿Por qué?

4-¿Qué objetivos se plantea? ¿Qué se busca?

5-¿A quién está dirigida?

6-¿Quiénes participan?

7-De qué manera participa la comunidad

8-¿Qué temas se abordan y por qué?

9-Se fomentan aprendizajes. ¿La gente aprende? ¿Qué tipo de aprendizajes?

10-Los responsables de la actividad: qué formación tienen, edades, sexo...

11-¿De qué manera preparan la actividad? ¿Hay un trabajo en equipo detrás, donde se articulen saberes, se discuta sobre lo que se pretende?

12-¿Evalúan? ¿Han hecho evaluaciones de la actividad?

13-¿Sistematizan la experiencia?

5.4 Taller: Caminos para fomentar/potenciar la dimensión educativa en las radios

Nos habíamos propuesto realizar un taller, con los integrantes de Amarc, para entre todos proponer caminos para facilitar espacios de educación, pensando en cómo potenciar este aspecto de la dimensión educativa en las radios comunitarias. Aprovechamos la instancia de un campamento para realizarlo.

Los días 13 y 14 de diciembre de 2014 se realiza el campamento de Amarc en el camping “El Hidalgo” de La Floresta. Una instancia para intercambiar, hacer radio y dialogar con otros colectivos que se quisieran integrar a la asociación de radios.

Si bien quizá no fue el mejor momento para realizar el taller, debido a que aún no teníamos totalmente procesada la información del trabajo de campo como para hacer una devolución con los resultados o conclusiones de la investigación, decidimos hacerlo igual en ese momento debido a que las instancias de encuentro entre las radios no se dan con mucha asiduidad en Amarc (las asambleas se realizan esporádicamente tres o cuatro veces en el año, por lo que, desaprovechar esta instancia implicaba tener que esperar meses para volver a encontrarnos todas las radios juntas nuevamente). Siendo críticos, debemos decir que quizá hubiese sido más conveniente llegar a esa instancia con un avance de las conclusiones, lo que posiblemente hubiera permitido la construcción de un material más rico en contenido.

El día sábado de tarde se realiza el taller con las radios participantes del campamento hasta el momento: Utopía, de Empalme Nicolich; La Heladera, de José Pedro Varela;

radio General Artigas, de Toledo; Vilardevoz; Árbol Televisión Participativa; radio Pasillo (radio que se emite por Internet, que participó como invitada) y Horizonte de Paysandú.

El objetivo del taller es tomar como base los indicadores elaborados para esta tesis de Maestría y confrontarlos con la realidad de las radios, además de proponer caminos para potenciar la dimensión educativa.

Para trabajar, los participantes se dividen en tres grupos para compartir sus reflexiones. Se les pide generar escenas o dibujos que reflejen la realidad actual de las radios tomando como referencia los indicadores y anotar en papelógrafo los caminos a seguir para fomentar/potenciar la dimensión educativa en las radios.

A continuación, proponemos una síntesis de lo discutido en plenario:

“La radio comunitaria contempla, en su proyecto político comunicacional, la dimensión pedagógica y favorece aprendizajes”. Frente a este indicador, los radialistas señalan que faltan herramientas para ver claramente hasta dónde eso se da. Resaltan la importancia de contar con instancias de reflexión sobre la práctica, para corregir lo que no funciona bien. También resaltan la necesidad de sistematizar las prácticas y plantean que la Universidad podría aportar en ese sentido. También se menciona que no todas las radios tienen como objetivo explícito la dimensión educativa, pero sí visualizan aprendizajes en gestión colectiva y en cuanto a hacer radio.

Frente al indicador: “Los contenidos y enfoques de la radio buscan fomentar la conciencia crítica y el empoderamiento social”, los radialistas plantean que esto “estaba más alejado porque a veces los programas que tenemos al aire o las cosas que hacemos muchas veces no son coherentes con el proyecto que decimos tener”, y para ello sugieren hacer un análisis permanente y crítico de la propuesta radiofónica. Plantean la necesidad de observarse en el funcionamiento pero también en los vínculos, y buscar la manera de “que la gente se involucre en el proceso”, incluidas las organizaciones.

Por otra parte, se cuestiona si las radios tienen que tener lo pedagógico como uno de sus objetivos, pero, en este caso, se asocia lo pedagógico con cursos de formación:

“...también veíamos que las radios generan una cantidad de procesos de autoformación y nos preguntábamos hasta qué punto la radio tiene que poder encargarse de generar otros cursos o poder formar hacia afuera. Capaz que hay cosas que no tienen por qué las radios asumir esas funciones y ahí sí generar más alianzas con la Universidad u otras instituciones que están específicamente para eso, y que en articulación con los movimientos sociales pueden aportar a las cosas que nosotros no podemos”.

Frente al indicador “La radio aprovecha la especificidad y fortaleza del medio radiofónico para la educación popular”, proponen “explotar el medio” de manera que “las radios comunitarias no sean sentidas como amateurs”.

“La dimensión educativa está presente en la vida de la radio y principalmente es su programación como eje transversal”. Frente a este indicador plantean la necesidad de “sistematizar, evaluar y dialogar sobre el quehacer cotidiano” de las radios.

Frente a los indicadores que hacen referencia al vínculo con la comunidad y a la radio que promueve organización, plantean como estrategia generar clubes de socios, y desembarcos³⁹ al estilo de Vilardevoz, para “visibilizar, que la gente de la calle, de los pueblos vea que la radio no es sólo un estudio sino que sale y se involucra en actividades del pueblo”, y también destacan la importancia de “que los sindicatos tengan su espacio”.

Además, se resalta la necesidad de que el Estado promocióne y fomente al sector comunitario.

Pasando en limpio los aportes y sugerencias de los grupos, se propone la siguiente *Guía elaborada por Amarc Uruguay sobre cómo fomentar la dimensión educativa en las radios comunitarias:*

A la interna:

-Revalorizar los diversos saberes de los colectivos y socializarlos. Armar un listado de con qué recursos (saberes) se cuenta y compartirlo con la red, como forma de compartir saberes.

³⁹ Los desembarcos de Vilardevoz son la llegada de la radio a diferentes lugares (barrios, ciudades, puntos de interés), desde donde se hace un programa con invitados especiales y la participación de los vecinos de cada lugar que se visita.

- Apostar a la memoria colectiva. Que el saber de cada radio y su hacer no quede en una sola persona.
- Instaurar reuniones periódicas del colectivo para hacer un análisis permanente y crítico de la propuesta radiofónica de modo de asegurar que los programas que se tengan al aire sean coherentes con el proyecto de la radio.
- Plantear acuerdos de funcionamiento (elaboración de protocolos).
- Observarse en el funcionamiento.
- Buscar mecanismos para fomentar que los viejos integrantes sean los referentes para los nuevos, incluso en esto de “inculcar los valores comunitarios”.
- Estar atentos a la construcción colectiva.
- Desarrollar estrategias de planificación y evaluación.
- Sistematizar las prácticas (procurar alianzas con la Universidad para que colabore con la sistematización).
- Capacitarse. Que las radios no sean sentidas como amateurs.

Sobre los productos de comunicación:

- Explotar el medio (su especificidad); apostar a una buena calidad y buscar un “buen carisma” de la radio. Generar productos que atraigan.
- Que los temas abordados (tránsito, salud, sociedad, educación, cultura, medioambiente, derechos humanos) procuren mostrar humanamente la comunidad.
- Llegar a la comunidad con empatía.
- Nutrirse de información desde la comunidad, para la comunidad.
- Informar sobre y participar en actividades de la comunidad.

Los vínculos:

-Construir espacios de participación: buscar la forma de integrar la comunidad en el hacer de la radio, (informar, decidir, intercambiar); integrar la diversidad.

-Atender a las nuevas propuestas e integrantes.

-Desarrollar y dar visibilidad a las estrategias de incidencia de las radios comunitarias.

-Observarse en el vínculo, atendiendo los intereses, necesidades y problemáticas de la comunidad. Nutrirse de lo que la comunidad tiene para decir.

-Salir a los barrios (ej. la experiencia de los desembarcos en Vilardevoz, con el propósito de visibilizar la radio: que la gente de la calle, de los pueblos vea que la radio no es sólo un estudio, sino que sale y se involucra en las actividades del pueblo).

-Fomentar como estrategia el club de socios: buscar apoyos entre las personas de la comunidad para que se mantengan al tanto de la propuesta y colaboren; generar un grupo afín y cercano a la radio.

-Fortalecer el trabajo en red. Buscar soluciones conjuntas a problemáticas similares de las radios.

-Fomentar el vínculo con las organizaciones. Buscar estrategias para hacer entender a las organizaciones sociales y grupos de personas que tienen un espacio abierto en las radios comunitarias para involucrarse y participar.

-Intercambiar programas y reproducirlos en otras radios de la red.

-Articular con otras instituciones.

-Buscar la promoción y fomento del sector desde el Estado.

-Promover que los sindicatos tengan su espacio en las radios.

-Generar alianzas con la Universidad, movimientos sociales y otras instituciones que puedan aportar en capacitación.

Algunas reflexiones sobre la guía

La guía es una síntesis interesante para pensar las radios comunitarias en general, pero, si bien sugiere algunos puntos relevantes como la revalorización y socialización de saberes, la apuesta a la memoria colectiva, las estrategias de planificación y evaluación, la sistematización, por momentos parece ser demasiado genérica y no centrarse específicamente en aspectos educativos.

Aún en este marco propuesto para la reflexión, costó visualizar la dimensión educativa y plasmar lo pedagógico en la guía. Podría decirse que así como quedó resuelta, si bien en parte contribuye a entender la realidad de las radios, terminó confirmando parte del problema: cuesta pensar la dimensión educativa en las radios porque la reflexión sobre esta dimensión en general no ha sido explícita.

5.5 Guión devolución del trabajo de investigación para las radios

RADIO: Probando, 1, 2, 3... probando...

OPERADOR: SE ESCUCHA MÚSICA QUE SE CORTA Y RUIDO A COMO QUE ALGUIEN VA CAMBIANDO DE DIAL... Y DESPUÉS RUIDO DE COMO ALGUIEN QUE GOLPEA UN MICRÓFONO CON LA MANO, PARA SABER SI ESTÁ ENCENDIDO.

RADIO: Probando... ¿Hola? ¿Hay alguien ahí?

Les voy a confesar una cosa. Esto de sentirse observado no es nada lindo.

Porque así a uno le descubren los defectos más fácilmente. Pero dicen que es para una investigación que nos va a servir para repensar nuestra práctica radial.

OPERADOR: MÚSICA. QDF

Les voy a contar lo que pasó: Vino una muchacha, dijo que estaba haciendo una tesis de maestría y que nos iba a analizar.

Pah, pensé yo... sonamos.

Parece que quería ver si lo que nosotros hacíamos era educativo.

Y así arrancó esta historia, con talleres, visitas, entrevistas y observaciones.

Tres radios fuimos puestas en observación. Bueno, en realidad las tres radios las elegimos nosotros, en una asamblea nacional de Amarc.

Nos dijeron que la investigación buscaba identificar la dimensión educativa en nuestras prácticas. Que se proponía construir los indicadores de esa dimensión, para ver qué tanto cumplíamos con ellos y a la vez identificar nuestras experiencias educativas. Por último, proponer criterios o caminos a tener en cuenta para ampliar espacios de educación popular en nuestras prácticas.

OPERADOR: ESCENA EN HOSPITAL. SONIDOS PROPIOS DE UN HOSPITAL.
QDF UNOS SEGUNDOS

RADIO: En observación El Prado FM de Montevideo, Horizonte FM de Paysandú y Palmira FM de Nueva Palmira... Estuvimos en cuarentena prácticamente. Que análisis de acá, análisis de allá, inyecciones, medicación...

Salió a la luz que en parte confundíamos lo educativo con cursos de formación. Pero a su vez que veíamos que existían experiencias educativas interesantes en las radios. Que nosotras mismas somos espacios de formación en diferentes temáticas, desde aprender a hacer radio, manejar los equipos, producir, además de todo lo que implica funcionar como colectivo.

Vimos que la educación popular es un proceso de formación y capacitación que se da dentro de una perspectiva política de clase y que vincula a la acción organizada del pueblo.

Y que la comunicación popular es “el micrófono que amplifica y difunde los contenidos que se producen en el proceso de acción-reflexión-acción de los grupos u organizaciones”.

Y así nomás, como quien no quiere la cosa, nos zamparon los indicadores de la dimensión educativa:

Que tenemos que favorecer aprendizajes, que contemplar la dimensión pedagógica, que los contenidos tienen que fomentar la conciencia crítica y el empoderamiento social; que tenemos que tomar posición a favor de las clases populares, que tenemos que integrarnos a la vida del barrio; que tenemos que aprovechar nuestra especificidad como radios; que tenemos que dialogar, que tenemos que promover la participación; que tenemos que organizar...

Y digo yo: ¿qué acaso somos magos, nosotros?

Pero la historia no terminó acá. Después que nos revisaron, nos diagnosticaron y nos pusieron en tratamiento...

OPERADOR: OTRA VEZ IRRUMPEN RUIDOS DE HOSPITAL. QDF.

DOCTOR: Lo que usted tiene es “pedagogicolingitis aguda”

RADIO: ¿Pedagógi que qué? ¿Y eso tiene cura doctor?

DOCTOR: Claro, debe hacer reposo, tomar mucho líquido y seguir las siguientes indicaciones...

RADIO: Y ahí se vino el mazazo: que no hemos tenido una reflexión explícita sobre la dimensión educativa; pero igual hubo cosas buenas: que tenemos mucha potencialidad como herramientas y experiencias de educación popular y que igual, sin reflexión explícita sobre la dimensión educativa, tenemos prácticas educativas.

Que existe tensión entre nuestro discurso y práctica. Que nosotras mismas lo reconocemos cuando decimos que los programas que tenemos al aire muchas veces no son coherentes con los proyectos que decimos tener. Y además que en nuestro discurso planteamos que nuestros programas complejizan, problematizan, concientizan, que ofrecen una mirada crítica, y que si bien esto en muchos casos sucede, también existen prácticas que muestran que estamos lejos de cumplir este papel y desaprovechamos la posibilidad de hacerlo.

Que si bien nuestra precariedad afecta a la hora de visualizar la dimensión educativa, al igual que la falta de recursos y de oportunidades de formación, esto no implica que no visualicemos prácticas educativas en las radios. Que es un factor decisivo tener

claridad sobre la dimensión educativa; dar mayor valorización a la planificación y el trabajo colectivo; y apostar a la formación de nuestros radialistas.

Si nuestros radialistas se forman tendrán una mayor mirada crítica, valorizarán mucho más la planificación y el trabajo colectivo, sabrán hacer mejor radio, pensar programas con un fin pedagógico, y aprovechar la especificidad del medio.

Tomá pa vos y pa tu tía Gregoria... Resulta que todas esas cosas nos podrían ayudar a mejorar nuestras prácticas desde el punto de vista educativo.

OPERADOR: CIERRE MUSICAL

LOCUTOR: “Las radios comunitarias como prácticas de educación popular”. Trabajo realizado por Estela Sellanes con la colaboración de las radios comunitarias de Amarc Uruguay en el marco de la Maestría de Información y Comunicación. FIC-PRODIC-UDELAR.