

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE PERIODISMO



ROLES PERIODÍSTICOS EN PROYECTOS COMUNITARIOS DE
COMUNAS PERIFÉRICAS: EL CASO DE RADIO COMUNITARIA
POBLACIÓN ACONCAGUA, SAN FELIPE

Tesina para optar al grado académico de
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

CAMILA ACEVEDO CARRASCO
CAMILA GATICA URRA
GIAN PERFETTI CORNEJO

PROFESOR GUÍA: DR. PATRICIO CABELLO CÁDIZ

VIÑA DEL MAR, OCTUBRE DE 2017

FONDECYT N°11140751

Usos de medios de comunicación masiva y TICs por parte de jóvenes que participan en
organizaciones sociales comunitarias en las regiones V, X y Metropolitana

*A nuestras familias, por apoyarnos y acompañarnos
en todo nuestro proceso educativo.*

*A los profesores y funcionarios de nuestra escuela
que nos acogieron durante estos cinco años.*

*Finalmente, a nuestro profesor guía, que además
de su dedicación y paciencia, nos enseñó que lo más
importante es la nobleza de los recursos empleados.*

Camila, Camila y Gian

Resumen

La presente investigación exploratoria descriptiva se propuso estudiar la articulación de los roles periodísticos de Radio Comunitaria Población Aconcagua, a partir de la caracterización de seis proyectos comunitarios ubicados en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso, asumiendo sus desigualdades de acceso respecto de las comunas del centro según la lógica de la Teoría de la Dependencia y el actual contexto tecnológico.

Por medio de la etnografía digital se analizaron las plataformas digitales de Radio Comunitaria Población Aconcagua, lo que permitió conocer la articulación de sus prácticas comunicativas desde su percepción y su desempeño de roles periodísticos. Así, se comprobó que el factor territorial influye directamente en las prácticas comunicacionales de los proyectos comunitarios, pues surgen como reacción a las condiciones de desigualdad de acceso respecto de las comunas del centro.

Palabras claves: etnografía digital, periferia, plataformas digitales, proyectos comunitarios, roles periodísticos.

Índice

Introducción al problema.....	6
Capítulo 1: Aproximaciones al problema de investigación.....	10
1.1. Antecedentes sociodemográficos	10
a. Petorca, provincia de Petorca	11
b. Puchuncaví, provincia de Valparaíso	12
c. Quintero, provincia de Valparaíso.....	14
d. San Felipe, provincia de San Felipe	15
1.2. Condiciones que motivan la existencia de organizaciones y medios comunitarios en comunas periféricas.....	19
1.3. Antecedentes sobre la legislación de las organizaciones y medios comunitarios en Chile.....	23
1.3.1. Radios Comunitarias	23
1.3.2. Organizaciones de la Sociedad Civil.....	27
1.4. Estado de la Discusión	30
1.4.1. La comunicación comunitaria en Europa y América	31
1.4.2. La comunicación comunitaria en Chile.....	38
1.5. Relevancia del estudio.....	41
1.6. Pregunta de Investigación	42
1.7. Objetivo general	42
1.8. Objetivos específicos.....	42
Capítulo 2: Marco de referencia.....	43
2.1. Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Alternativa y Comunicación para el Cambio Social	45
2.2. Aproximaciones a la discusión actual	47
2.2.1. Tercer Sector, comunicación comunitaria, ciudadana y alternativa	47
2.2.2. Culture jamming y participatory journalism	53

2.3. Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.....	55
2.3.2. NTICs en organizaciones y medios comunitarios periféricos	57
2.4. Percepción del rol y Desempeño del rol.....	59
Capítulo 3: Marco Metodológico	68
3.1. Enfoque y estrategia metodológica	68
3.2. Fase de inmersión.....	70
3.3. Fase de caracterización: codificación en Google Drive y Atlas.ti.....	72
3.4. Fase de selección de caso: Google Drive, Atlas.ti y etnografía digital	76
3.5. Aspectos éticos	81
Capítulo 4: Análisis y presentación de resultados	82
4.1. Aproximaciones a las características de los proyectos comunitarios	82
4.1.1. Contextualización.....	82
4.1.2. Aproximaciones a los objetivos y motivaciones de los proyectos	85
4.1.3. Concepción de lo comunitario y vinculación con el medio.....	90
4.1.4. La periferia y los marcos legales como detonantes de dificultades.....	98
4.1.5. Síntesis de contextualización sobre los proyectos comunitarios	104
4.1.6. La percepción del rol en la comunidad: de las autopercepciones a sus prácticas comunicativas.....	105
4.1.7. Aproximaciones hacia el estudio de los roles periodísticos en Radio Comunitaria Población Aconcagua.....	113
4.2. Percepción del rol y desempeño de roles periodísticos en Radio Comunitaria Población Aconcagua.....	116
4.2.1. Intervention	118
4.2.2. Watchdog.....	124
4.2.3. Loyal-facilitator.....	125
4.2.4. Service	134
4.2.5. Infotainment	138

4.2.6. Civic	139
Capítulo 5: Conclusiones.....	145
5.1. Contribuciones al campo de estudio y proyecciones.....	156
Bibliografía.....	159

Introducción al problema

Una de las principales problemáticas estudiadas en las ciencias de la comunicación ha sido la forma en que se disputa y entrega la información en los distintos sectores de la sociedad. Las discusiones han tenido diversas interpretaciones, especialmente en un contexto latinoamericano que ha diversificado tanto los conflictos territoriales y políticos, como las significaciones de los mismos (Svampa, 2008).

Chile no queda exento de esta situación, y cada vez se hace más común la formación de organizaciones y medios comunitarios para desarrollar espacios de expresión locales (Mayol, 2011; Salazar, 2012; PNUD, 2015). Por lo cual cabe preguntarse por qué las organizaciones y medios comunitarios hacen lo que hacen respecto de los conflictos territoriales y políticos en sus respectivos contextos.

Para ello, el estudio se centró en las organizaciones y medios comunitarios de las comunas alejadas del Gran Valparaíso, a partir de la lógica centro-periferia que plantea la Teoría de la Dependencia, la cual surgió entre 1960 y 1970 como reacción al estancamiento de la economía latinoamericana, a la Teoría de la Industrialización de la CEPAL y a la Teoría del Desarrollo. En su génesis plantea que la economía global funciona según una estructura de centro y periferia, en la que los países periféricos o subordinados tienen el rol de producción de materias primas, mientras que los países del centro o desarrollados tienen el poder de tomar las decisiones de desarrollo económico y la producción industrial (Cardoso & Faletto, 1998).

En ese sentido, la constante disputa de espacios de expresión corresponde a una construcción histórica, cultural y territorialmente situada, la cual ha tenido su relato político y teórico en la producción intelectual más importante de América Latina: la Teoría de la Dependencia.

De esa manera, las relaciones tensionadas de poder condicionan el desarrollo entre países del centro y países periféricos hacia dos direcciones, una hacia el desarrollo y otra

hacia el subdesarrollo. En esta investigación, la lógica de desarrollo desigual entre países del centro y países periféricos se aplicó en la Región de Valparaíso, entendiendo que las comunas del centro, en este caso de la conurbación del Gran Valparaíso, condicionan las posibilidades de desarrollo en múltiples variables de las comunas periféricas.

En este sentido, es pertinente contrastar cifras entre las comunas del Gran Valparaíso y las comunas periféricas, pues estas últimas adolecen de la misma densidad de instituciones, organizaciones y espacios de expresión debido a diversos factores, entre ellos las dificultades de financiamiento.

De acuerdo a la Política Cultural Regional 2011-2016 (aún vigente) en la conurbación del Gran Valparaíso se concentró el 82% de los fondos concursables (incluyendo Fondart Regional, Fondo Audiovisual, Fondo del Libro y Fondo de la Música) de acuerdo al criterio de lugar de residencia del ejecutor. En contraparte, sólo el 1.5% de los fondos concursables fueron destinados a la comuna de San Felipe, mientras que en los casos de Quintero, Petorca y Puchuncaví no se registraron adjudicaciones de fondos (CNCA, 2012).

Incluso, en el mismo informe se señala que de acuerdo al financiamiento del 2% del presupuesto regional asignado a través de los Fondos de Iniciativas Culturales, el 52% se concentró en las provincias que componen el Gran Valparaíso, mientras que en las comunas periféricas en que se sitúa esta problemática de investigación -Quintero, Puchuncaví, Petorca y San Felipe- solo se llegó al 18%.

Según lo anterior es posible observar un acceso desigual al financiamiento para generar espacios de expresión, los cuales se ven relacionados con variables territoriales, beneficiando a comunas centrales y perjudicando a comunas periféricas que ven mermadas sus capacidades de agencia en sus territorios. En este sentido, se abre un particular espacio de desigualdad (PNUD, 2017), el cual es disputado por organizaciones y medios comunitarios. En esta relación teórica, material y política se enmarcó esta investigación.

Cabe preguntarse entonces por las formas que utilizan estas organizaciones y medios comunitarios para comunicarse, desde medios de comunicación, blogs y redes sociales, hasta espacios de encuentro como asambleas y festivales, que también se constituyen como formas de integración social y política.

Particularmente, se buscó conocer la relación que establecen las comunidades sobre el espacio y el territorio, dotándolos de sentido (Sassen, 2007) para disputar los espacios de expresión e información mediante prácticas de comunicación comunitarias en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso. Específicamente, el eje estructurante de esta investigación lo constituyeron la percepción y el desempeño de las seis dimensiones de roles periodísticos (Mellado, 2014) en comunas periféricas.

Por tanto, esta investigación tuvo como objetivo conocer cómo se articulan los roles periodísticos de la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe. Para lo cual, esta investigación se dividió en cinco capítulos.

En el primer capítulo, se presentan en profundidad los antecedentes relacionados con el origen, desarrollo y legislación de las organizaciones sociales y radios comunitarias en Chile. Asimismo, se presentan los estudios previos en torno a la comunicación comunitaria, separando las investigaciones extranjeras (principalmente en Europa y América Latina) de los estudios chilenos.

En el segundo capítulo, se revisan las nociones de Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Alternativa y Comunicación para el Cambio Social. También se discute el concepto más adecuado para referirse a la comunicación de los movimientos sociales: comunitario, ciudadano o alternativo. Además, se presenta la influencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación en los proyectos comunitarios. Finalmente, se distingue entre la percepción de roles y el desempeño de roles periodísticos, siendo esta distinción el eje central de la investigación.

En el tercer capítulo, se mencionan las estrategias metodológicas que se utilizaron para conocer y analizar las aproximaciones a los roles periodísticos de Cultiva Medicina, Modatima, Radio Favorita, Radio Océano, Centro Cultural Estación Riquelme y Radio Comunitaria Población Aconcagua. Además, se explica en profundidad en qué se fundó el interés investigativo que dio origen al estudio de caso sobre Radio Comunitaria Población Aconcagua.

En el cuarto capítulo, se caracteriza a los seis proyectos comunitarios seleccionados en base a los códigos agrupados en Contextualización, Motivaciones y Percepción del Rol. A su vez, se examina en profundidad el actuar de la Radio Comunitaria Población Aconcagua en sus plataformas digitales, comparando la manera en que perciben sus roles, con el desempeño de éstos. Las conclusiones al respecto se exponen, finalmente, en el quinto capítulo de la memoria.

Capítulo 1: Aproximaciones al problema de investigación

1.1. Antecedentes sociodemográficos

En este apartado se exponen los contextos geográficos, demográficos, de desarrollo social y económico en los que se desenvuelven las organizaciones y los medios comunitarios de las comunas periféricas seleccionadas en esta investigación: Petorca, San Felipe, Quintero y Puchuncaví.

La Región de Valparaíso, en la cual se concentra este análisis, se encuentra en la zona central de Chile. Limita con la Región de Coquimbo por el norte, la Región Metropolitana de Santiago por el sureste, y la Región de O'Higgins por el sur. Tiene una superficie de 16.396,10 kilómetros cuadrados, siendo una de las regiones más pequeñas del país, con una población de 1.825.757 habitantes (INE, 2015).

La región se divide en 38 comunas, las cuales se encuentran repartidas en ocho provincias: Isla de Pascua, Los Andes, Marga Marga, Petorca, Quillota, San Antonio, San Felipe de Aconcagua y Valparaíso.

En la Región de Valparaíso, sólo cuatro de sus 38 comunas superan los cien mil habitantes, por lo que son ciudades mayores (INE, 2005): Valparaíso, Viña del Mar, Quilpué y Villa Alemana. A su vez estas comunas, junto a Concón, forman la conurbación del Gran Valparaíso, la cual concentra el 53,36% de la población regional con 974.215 habitantes. Esta unidad geográfica, se constituye como el centro de la región, no solo por el número de habitantes, sino que también por la concentración de fondos, servicios y, en consecuencia, espacios de expresión.

En base a lo anterior, cabe enunciar nuevamente el interés investigativo en organizaciones y medios comunitarios que se desarrollan en las adversidades propias de la

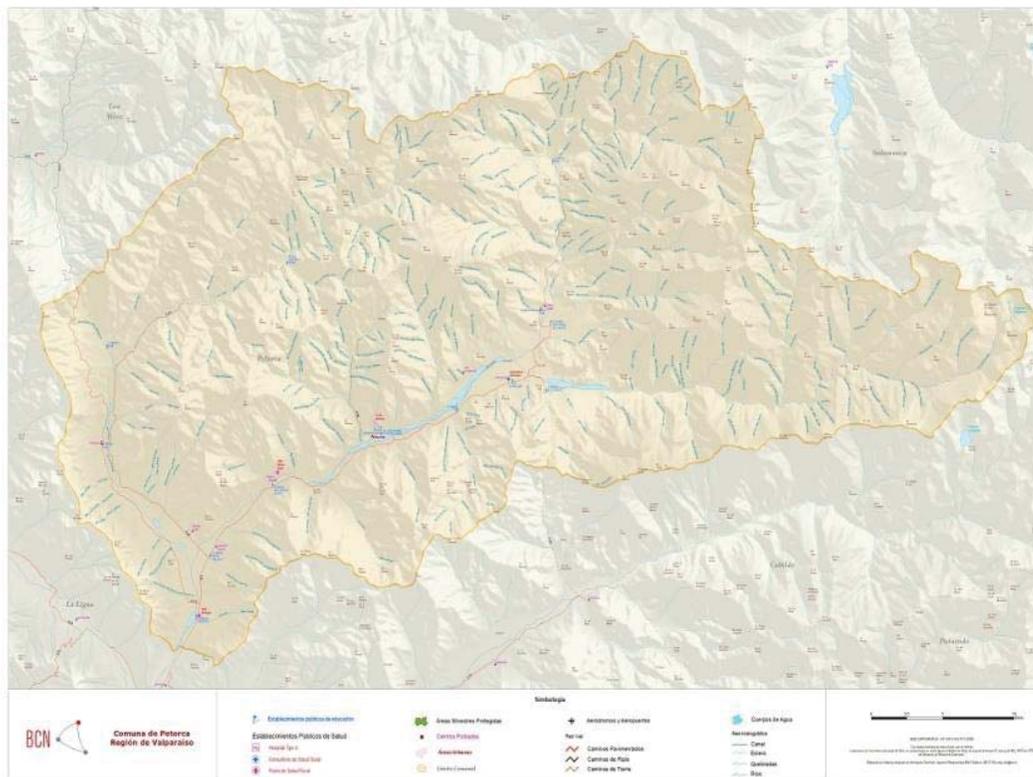
periferia para problematizar sus motivaciones, la vinculación con sus territorios, y sus prácticas comunicativas y periodísticas.

a. Petorca, provincia de Petorca

Antes de seleccionar a la Radio Comunitaria de la Población Aconcagua como el caso de estudio de esta memoria, se caracterizaron diversas comunas periféricas para dar cuenta de las organizaciones y medios comunitarios que estaban presentes en los territorios.

Petorca se encuentra en el extremo norte de la Región de Valparaíso, y tiene una superficie de 1.517 kilómetros cuadrados, lo que la convierte en la comuna más extensa de la región.

Figura N° 1: Mapa de Petorca (Fuente: Biblioteca Nacional del Congreso, 2017).



Según las proyecciones del INE en 2015, Petorca tiene 10.323 habitantes. A su vez, 2.284 de sus habitantes tienen entre 0 y 14 años, 2.196 entre 15 y 29, 2.124 entre 30 y 44, 2.430 entre 45 y 64 y 1.289 tienen más de 65 años.

Además, según el Sistema Nacional de Información Municipal, en 2014 se registraron 161 organizaciones sociales y comunitarias en Petorca, de los cuales 21 son clubes deportivos, siete son centros de madres, once son centros u organizaciones de adultos mayores, cinco son centros de padres y apoderados, 34 son juntas de vecinos, sólo una es unión comunal y, 82 corresponden a organizaciones funcionales.

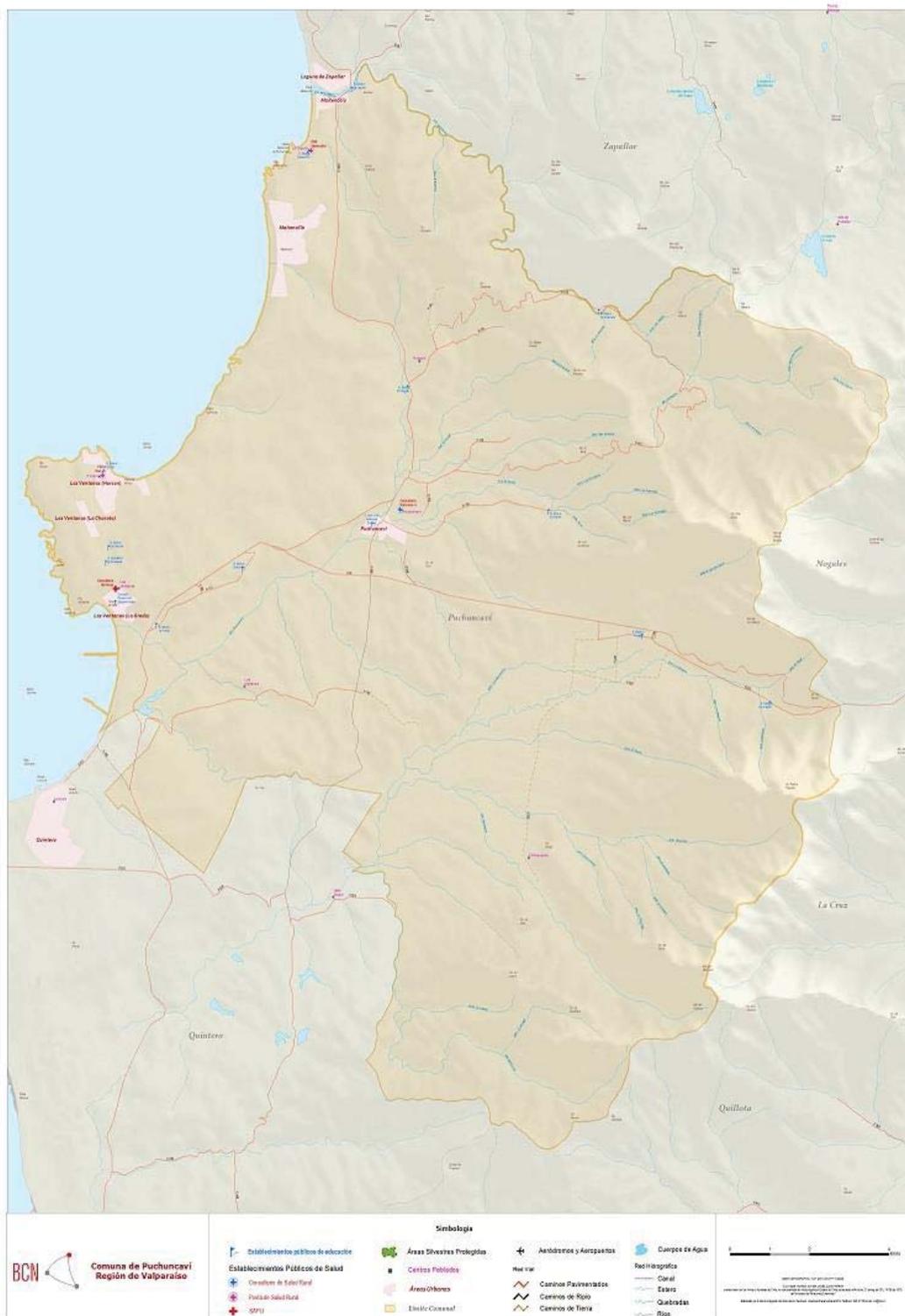
Finalmente, el caso estudiado en esta comuna fue el Movimiento de Defensa del Agua, la Tierra y la Protección del Medio Ambiente (Modatima).

b. Puchuncaví, provincia de Valparaíso

Por otro lado, Puchuncaví se encuentra en el litoral norte de la provincia de Valparaíso, aunque no pertenece a la conurbación del Gran Valparaíso. Tiene una superficie de 300 kilómetros cuadrados y limita al norte con la provincia de Petorca. Según las proyecciones del INE en 2015, Puchuncaví tiene 17.762 habitantes. A su vez, 3.492 de sus habitantes tienen entre 0 y 14 años, 3.907 entre 15 y 29, 3.732 entre 30 y 44, 4.447 entre 45 y 64 y 2.184 tienen más de 65 años.

Además, según el Sistema Nacional de Información Municipal, en 2014 se registraron 504 organizaciones sociales y comunitarias en Puchuncaví, de los cuales 25 son clubes deportivos, 22 son centros de madres, 17 son centros u organizaciones de adultos mayores, 23 son centros de padres y apoderados, 59 son juntas de vecinos, cinco son uniones comunales y 353 son otras organizaciones funcionales. Finalmente, el caso estudiado en esta comuna fue Radio Océano.

Figura N° 2: Mapa de Puchuncaví (Fuente: Biblioteca Nacional del Congreso, 2017).

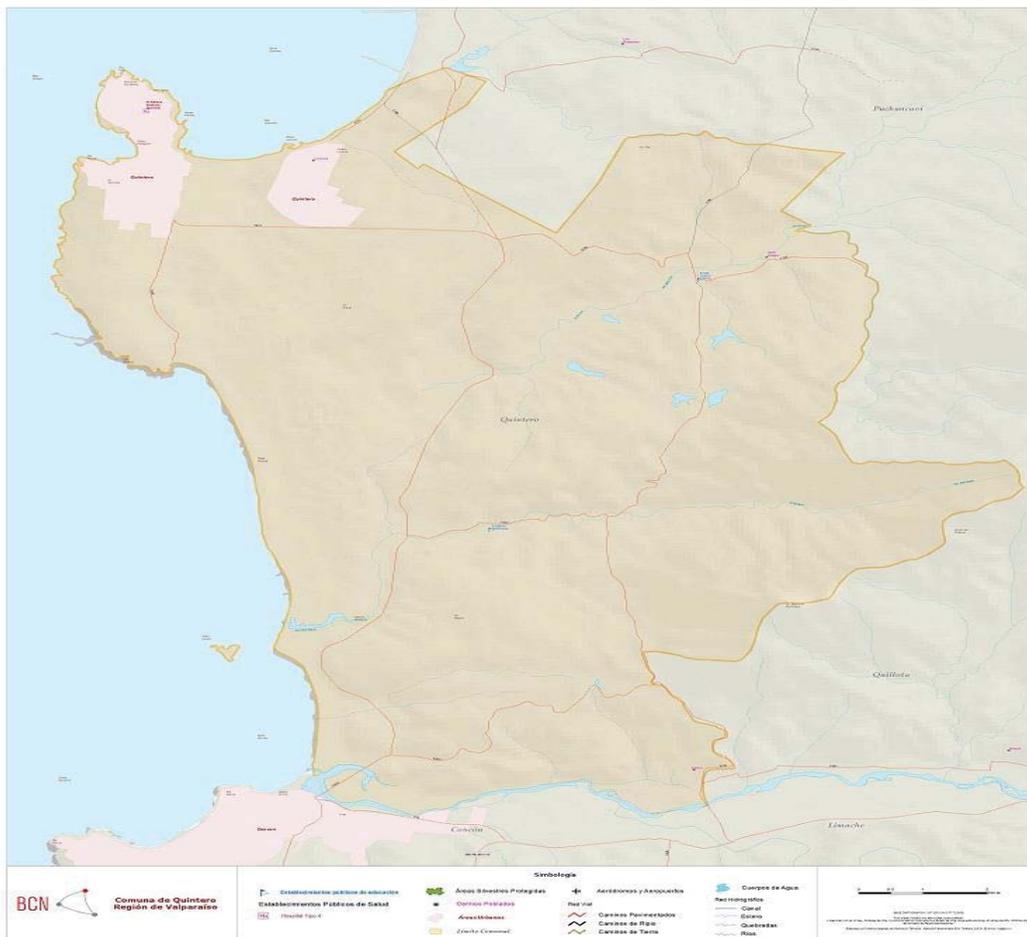


c. Quintero, provincia de Valparaíso

Por su parte, Quintero se encuentra en el litoral norte de la provincia de Valparaíso. Limita al oriente con la provincia de Quillota y tiene una superficie de 148 kilómetros cuadrados.

Según las proyecciones del INE en 2015, Quintero tiene 27.667 habitantes. A su vez, 5.725 de sus habitantes tienen entre 0 y 14 años, 6.160 entre 15 y 29, 5.426 entre 30 y 44, 6.836 entre 45 y 64, y 3.520 tienen más de 65 años.

Figura N° 3: Mapa de Quintero (Fuente: Biblioteca Nacional del Congreso, 2017).



Según las proyecciones del INE en 2015, San Felipe tiene 73.842 habitantes. A su vez, 15.850 de sus habitantes tienen entre 0 y 14 años, 16.794 entre 15 y 29, 15.760 entre 30 y 44, 17.333 entre 45 y 64, y 8.105 tienen más de 65 años.

Además, según el Sistema Nacional de Información Municipal, en 2014 se registraron 388 organizaciones sociales y comunitarias en San Felipe, de los cuales 72 son clubes deportivos, 79 son centros de madres, 34 son centros u organizaciones de adultos mayores, 65 son centros de padres y apoderados, 76 son juntas de vecinos, cuatro son uniones comunales, y 58 son otras organizaciones funcionales.

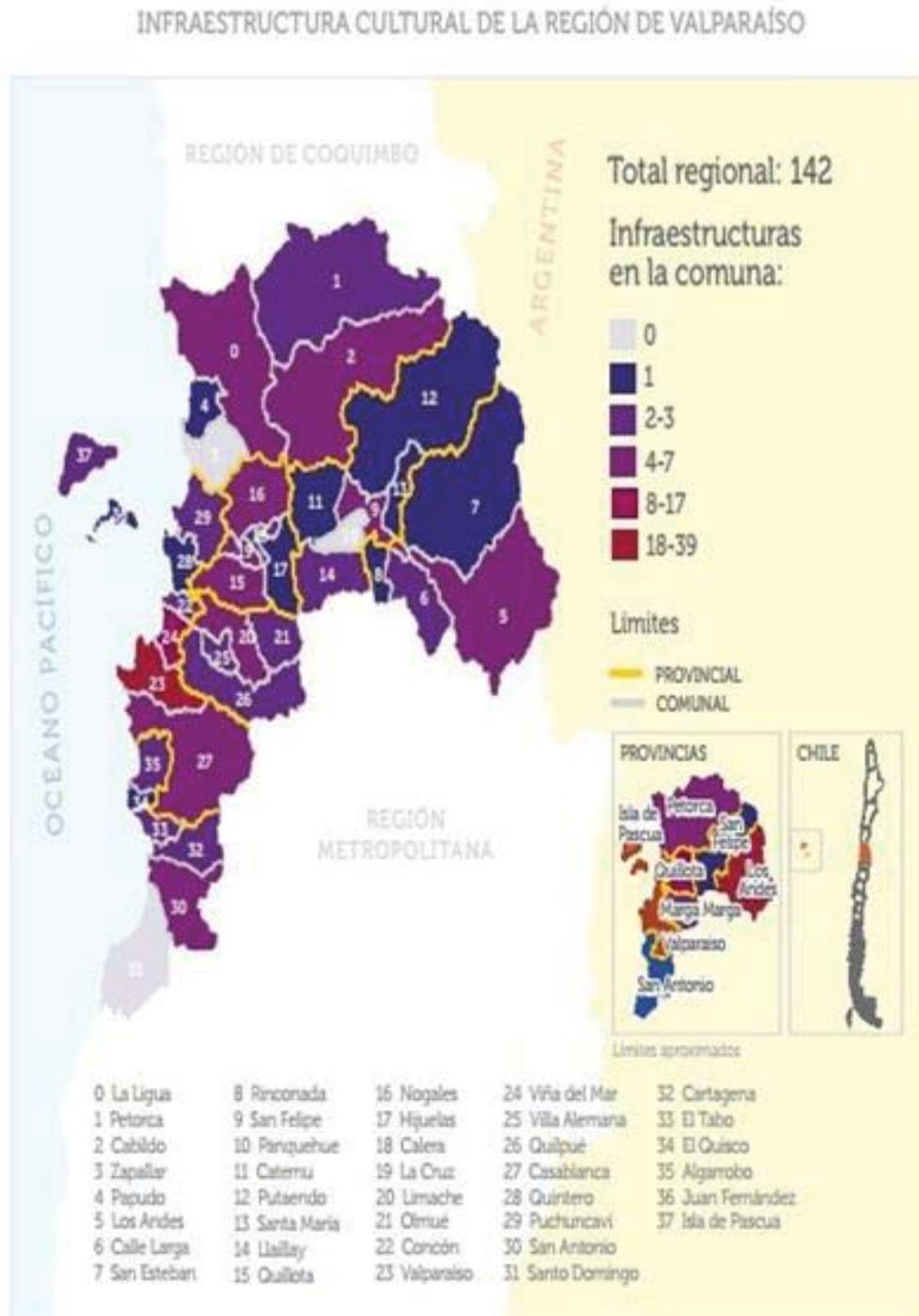
Finalmente, los casos estudiados en esta comuna fueron Centro Cultural Estación Riquelme, Cultiva Medicina y Radio Comunitaria Población Aconcagua.

Por otro lado, según los rangos establecidos en la Política Cultural Regional 2011-2016 de Valparaíso (2012), el número de infraestructuras culturales con las que cuentan cada una de las comunas periféricas seleccionadas son: Petorca y Quintero entre 0 y 1, Puchuncaví entre 2 y 3, mientras que San Felipe entre 4 y 7.

En contraparte, la comuna de Valparaíso cuenta con un rango de entre 18 y 39. Ésto, sin tomar en cuenta las otras comunas que conforman la conurbación del Gran Valparaíso, es decir, Quilpué, Villa Alemana, Concón y Viña del Mar.

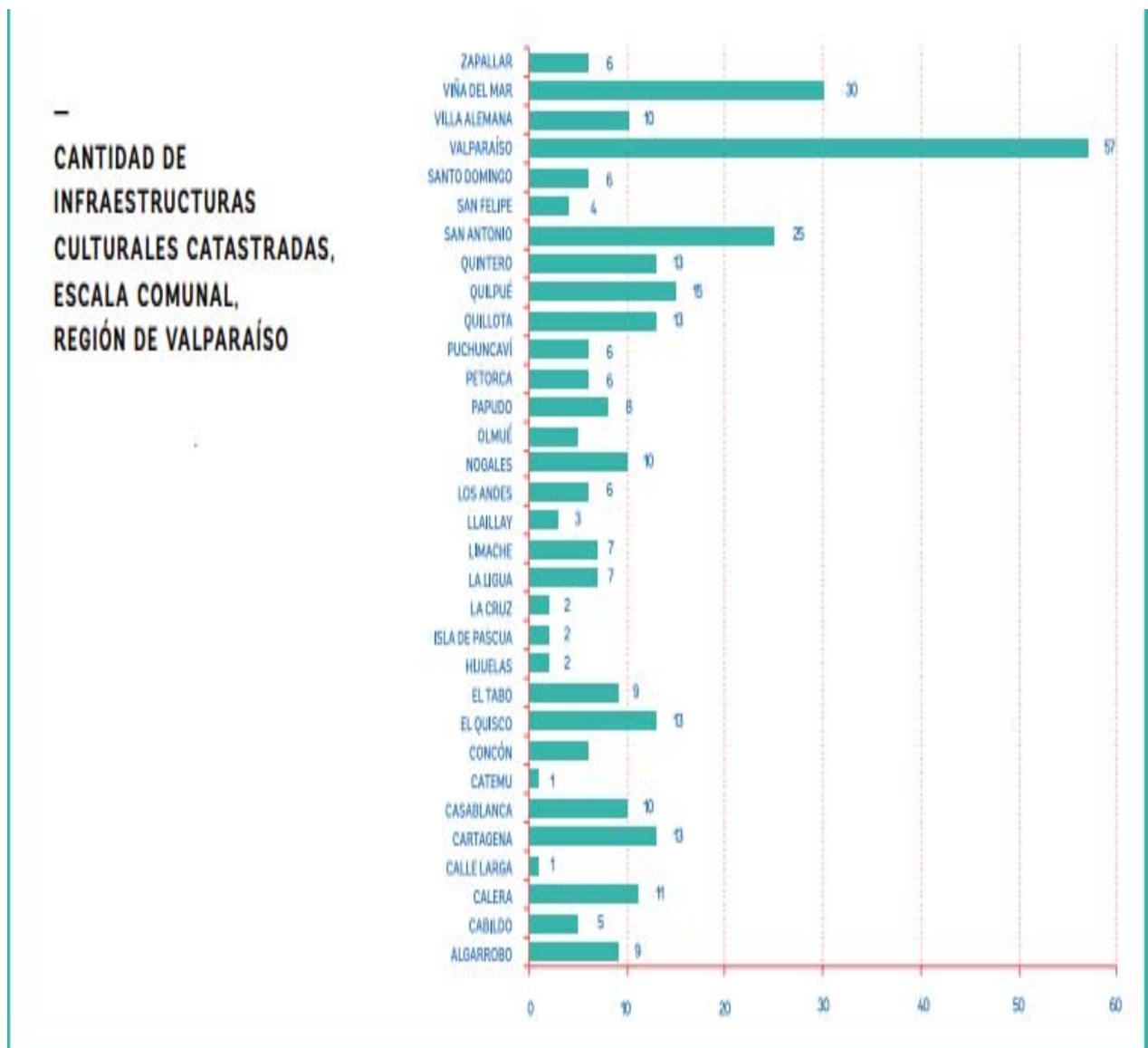
En un análisis comparativo entre los rangos de infraestructuras culturales de las comunas periféricas y la comuna de Valparaíso, se observa una evidente tendencia al centralismo. La cual junto a los datos de densidad poblacional y el porcentaje de fondos concursables adjudicados por las comunas periféricas de Quintero, San Felipe, Puchuncaví y Petorca revelan una evidente tendencia de la conurbación del Gran Valparaíso a concentrar bienes, servicios y espacios culturales.

Figura N° 5: Infraestructura cultural en la Región de Valparaíso (Fuente: Política Cultural Regional 2011-2016 Valparaíso).



Cabe agregar que esta tendencia se mantiene en el Catastro de Infraestructura Cultural Pública y Privada 2017, el cual señala que existen 158 infraestructuras culturales privadas y públicas en la conurbación del Gran Valparaíso, 6 en Petorca, 13 en Quintero, 6 en Puchuncaví y solamente 4 en San Felipe. Es decir, la tendencia del acceso desigual a la cultura se mantiene incluso en el sector privado.

Figura N° 6: Infraestructura cultural pública y privada en la Región de Valparaíso (Fuente: Catastro de Infraestructura Cultural Pública y Privada 2017).



Habiendo caracterizado los territorios y enunciado las organizaciones y medios comunitarios relevantes para la investigación, se torna menester profundizar respecto de las motivaciones para la creación de las organizaciones y medios comunitarios que se desarrollan en las comunas periféricas mencionadas, pese a las condiciones adversas que constriñen sus espacios de acción en sus territorios.

1.2. Condiciones que motivan la existencia de organizaciones y medios comunitarios en comunas periféricas

La organización y el desarrollo de la acción colectiva se encuentra directamente relacionado con la estructura de las sociedades, ya que no solo existe una manifestación de un ideario, sino que también se desarrolla una inversión afectiva en una causa o proyecto mediante la cual se manifiestan las colectividades (Melucci, 2011).

En este sentido, la acción colectiva aparece cuando se producen cambios en la estructura de oportunidad política (Tarrow, 2004) debido a los cambios de gobiernos, el desprestigio de las instituciones políticas, procesos de privatización de recursos naturales, entre muchos otros, que propician las condiciones para la emergencia de la acción colectiva mediante organizaciones y medios comunitarios.

De esa manera, se explica una creciente ciudadanía en la sociedad chilena actual (PNUD, 2015) como reacción a los cambios en la estructura de oportunidad política. Dicho esto, se hace pertinente revisar el contexto comunicativo de Chile como un factor estructural que favorece o desfavorece la emergencia de proyectos comunitarios.

En 2011, María Olivia Monckeberg señaló que, debido a la libertad de acción que ha gozado el “mercado” en el periodismo chileno, el 90% de los medios de comunicación se encuentran concentrados en los dos grupos económicos más grandes del país, el 70% de las radios en cuatro grupos, el 95% de la audiencia nacional en cuatro canales de televisión

y el 30% de las frecuencias de radios nacionales en el grupo español Prisa. La radio, entendida como el medio más inclusivo y diverso, ha sufrido también las consecuencias y, así como se han concentrado los medios, también lo han hecho sus contenidos (Monckeberg, 2011).

Los espacios de expresión en la prensa escrita y los medios audiovisuales se han rebalsado de “farándula”, sensacionalismo y contenidos homogeneizados. La concentración de los medios ha generado limitantes ideológicos y financieros que constriñen directamente los contenidos difundidos, por lo que la diversidad temática, la libertad de expresión y la opinión de los ciudadanos quedan sometidas a la ley del intercambio.

Al respecto, van Dijk (2009) establece una relación entre poder y discurso desde una esfera semiótica y crítica, señalando que la información entregada tiene una función social desde el control y la forma en que se produce, motivo por el cual plantea leerlo desde qué se dice, dónde se dice, a quién se dirige y sobre quiénes poseen acceso a la diversidad de contenido enunciado.

Una condición importante para el ejercicio del control social a través del discurso es el control del discurso mismo y de su producción. Por lo tanto, las preguntas centrales son las siguientes: ¿quiénes pueden decir o escribir qué a quiénes y en qué situaciones? ¿Quiénes tienen acceso a las diversas formas o géneros de discurso o a los medios de su reproducción? (van Dijk, 2009, p.64).

Los grupos económicos y sus integrantes son quienes tienen mayor acceso a la entrega de información, además de tener control en diversas situaciones formales e institucionales, motivo por el cual poseen un rol activo en instancias comunicativas. Así, se puede afirmar que el poder y el discurso se relacionan en un doble sentido: el primero desde su manifestación y acceso de acuerdo a posiciones sociales y el segundo como fuerza organizadora de la sociedad (van Dijk, 2009).

Se puede afirmar entonces, que el discurso puede controlarse desde diversas ópticas, entre las que destacan la producción de contenidos, la distribución de la información, y la influencia en la toma de decisiones en las esferas públicas y privadas.

En ese sentido, el contexto latinoamericano entrega claves de análisis sobre una creciente politización del territorio (Svampa, 2008; Santos, 2014) mediante la acción colectiva y comunitaria de diversos actores sociales debido a una falencia comunicativa.

Entre los postulados de van Dijk (2009) sobre la relación entre poder y discurso, y lo establecido por Monckeberg (2011) sobre la concentración de los medios en Chile, se desprenden los antecedentes claves respecto de las motivaciones tras la creación de organizaciones y medios comunitarios. Puesto que, si la información difundida por los medios de comunicación tiene un rol social desde el control y la forma en que se produce, y los medios que cumplen ese rol actualmente en Chile recurren a la homogeneización y la ley del intercambio, se genera el contexto propicio de necesidad comunicativa de los contenidos más desplazados por los medios tradicionales, es decir, de las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

Junto a estos, el tercer factor que genera las condiciones propicias para el surgimiento de organizaciones y medios comunitarios es la masificación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), lo que ha permitido que las comunidades locales tengan acceso a diversas herramientas digitales, brindándoles la posibilidad de generar discursos alternativos a la hegemonía mediática del mercado.

En Chile, el 71,6% de los hogares tiene acceso a Internet, siendo uno de los porcentajes más altos en América Latina. No obstante, el acceso alcanza un 74,2% en las zonas urbanas, y un 55,6% en las zonas rurales, observándose una brecha de 18,6% entre ambas zonas (Pinto & González, 2016).

Según lo anterior, es posible suponer que las organizaciones y los medios comunitarios nacen como una reacción, para que los sectores desplazados de la producción de información cojan un rol activo como fuerza organizadora en lo local, en constante disputa de espacios con los medios tradicionales, conjetura que sin duda fue la piedra angular de esta investigación.

En ese sentido, surge la interrogante respecto de cómo operan estos proyectos en las comunas periféricas de San Felipe, Quintero, Petorca y Puchuncaví, cuyas condiciones materiales, culturales, de conectividad y de acceso a servicios son más limitadas que en las comunas del centro de la Región de Valparaíso.

Entonces, en primer lugar, cabe preguntarse sobre el nivel de relevancia de los medios tradicionales más populares en estas comunas periféricas; en segundo lugar, si Internet es una forma de disputar espacios de expresión y comunicación a los medios tradicionales como la televisión y la radio; y, en tercer lugar, sobre qué tipo de desafío constituye crear y mantener medios comunitarios *online* en las comunas periféricas pese a las dificultades materiales, legales, culturales y de conectividad.

La historia de las organizaciones y medios comunitarios en Chile se ha caracterizado por las dificultades legales y materiales que han limitado sus cursos de acción y sostenibilidad, sumado a un acceso desigual a los capitales educacionales y culturales. De esa manera, se torna necesario conocer los antecedentes sobre la legislación chilena que estructuran, organizan y limitan el accionar de las organizaciones y medios comunitarios.

1.3. Antecedentes sobre la legislación de las organizaciones y medios comunitarios en Chile

1.3.1. Radios Comunitarias

En Chile, no existen registros hacia la década de los sesenta de emisoras comunitarias, sólo algunas transmisiones esporádicas fuera de legislación. Sin embargo, la ciudadanía se expresaba en medios comerciales que eran propiedad de organizaciones o partidos de izquierda, que en 1973 fueron prohibidos y expropiados, erradicando, en ese entonces, todo espacio de expresión comunitaria (Ramírez, 2015).

Los inicios de la radiodifusión comunitaria en Chile tienen directa relación con los fenómenos sociales y políticos de la década de los 70, los cuales impulsaron su desarrollo. Las emisoras que se mantuvieron en vigencia durante los últimos años de la dictadura se reunieron en la Agrupación Nacional de Radios Populares (Anarap) hacia 1991 (Cottet et al, 2011).

Con la aprobación del Artículo 36-B de la Ley General de Comunicaciones ese mismo año, el cual sentencia con cárcel a los operadores de radios ilegales (artículo que prevalece hasta la fecha), y la creación de la Ley de Mínima Cobertura en 1994, se produce el quiebre de la Anarap, siendo reemplazada en 1998 por la Red Nacional de Radios Comunitarias. Tras una serie de modificaciones surge, en el 2000, la Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile (Anarcich) (Cottet et al, 2011).

En la actualidad, de acuerdo a las leyes vigentes sobre medios, prácticamente no existen límites a la propiedad privada de los medios comerciales, pero sí para los medios comunitarios. Son cuatro las leyes que actualmente regulan a los medios de comunicación, de las cuales dos fueron promulgadas durante la dictadura:

1. La Ley General de Telecomunicaciones de 1982, que regula la administración del espacio radioeléctrico, entendiéndose por telecomunicación “toda la transmisión de imágenes, sonidos e información de cualquier naturaleza por los sistemas electromagnéticos” (art. 1, Ley N. ° 18.168).
2. La Ley que crea el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) en 1989, encargada de “velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión” (art. 1, Ley N. ° 18.838) y de regular las concesiones de servicios de radiodifusión (art. 12, Ley N. ° 18.838).
3. La Ley N. ° 19.132, que crea la Empresa Televisión Nacional de Chile de 1992.
4. La Ley de Servicios de Radiodifusión Comunitaria de 2010, que crea “los Servicios Comunitarios y Ciudadanos de Radiodifusión de Libre Recepción” (art. 1, Ley N. ° 20.433).

De acuerdo con la Subsecretaría de Telecomunicaciones, se registró que, actualmente, un 12% de los medios de comunicación en Chile corresponden a radios comunitarias, cifra que se traduce en un total de 279 radios comunitarias a la fecha (Subtel, 2017). Son pocas las radios comunitarias en Chile que no están legalizadas, incluso “las que no lo están buscan o buscarán la manera de entrar al sistema legal. Todo ello, pese al rechazo mayoritario de la legislación existente que se considera insuficiente” (Ramírez, 2015, p.32).

La Ley de Servicios de Radiodifusión Comunitaria de 2010, que crea “los Servicios Comunitarios y Ciudadanos de Radiodifusión de Libre Recepción” (art. 1, Ley n° 20.433), es la normativa que regula el funcionamiento de radios comunitarias y ciudadanas en Chile, y establece un segmento de frecuencias entre el 107.1 y el 107.9, con excepciones en algunas zonas geográficas como la Provincia de Valparaíso y las comunas de Quilpué y Villa Alemana, que se ubican entre el 106.1 y el 107.9 MHz (Subtel, 2010).

Tal reglamentación, permite también que las radios comunitarias tengan la posibilidad de instalar una antena de 18 metros de altura como máximo. A esto se suma la autorización de menciones comerciales para financiar la radiodifusión, siempre y cuando el medio lo declare en su solicitud de concesión y, además, estén registrados por la Subtel.

Se entiende por menciones comerciales el saludo a una entidad o establecimiento comercial, indicando únicamente su nombre y dirección. Para ello, y solo para el giro publicitario se debe realizar iniciación de actividades en el Servicio de Impuestos Internos (Subtel, 2010, p.5).

Sin embargo, no está permitida ni la emisión de propaganda política o electoral (art. 13, Ley n° 20.433) ni la participación en cadenas con medios similares o radios comerciales, salvo en situaciones de emergencia o de alto interés público (art. 15, Ley n° 20.433).

Las organizaciones concesionarias de Servicios podrán difundir menciones comerciales o de servicios que se encuentren en su zona de servicio, para financiar las necesidades propias de la radiodifusión, pudiendo además celebrar convenios de difusión cultural, comunitaria, deportiva o de interés público en general. Se entenderá por menciones comerciales el saludo o agradecimiento a una entidad, empresa, establecimiento o local comercial, indicando únicamente su nombre y dirección. En ningún caso podrá emitir propaganda electoral o política. Las organizaciones concesionarias de estos Servicios que realicen menciones comerciales, deberán, sólo en cuanto al giro publicitario, haber efectuado la iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos y sujetarse a lo dispuesto en el inciso final del artículo 21 de la ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones. La concesionaria de estos Servicios deberá, asimismo, informar a la Subsecretaría de Telecomunicaciones del ejercicio de esta actividad, para ser incluida en un registro especial que se creará al efecto (art 13, Ley n° 20.433).

Los Servicios no podrán formar parte de cadenas entre ellos ni con radios comerciales, salvo en casos de alto interés público, emergencia o calamidad pública, determinados por la autoridad competente (art. 15, Ley n° 20.433).

Además, sólo pueden ser concesionarios “las personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro, a excepción de las corporaciones y fundaciones municipales, las universidades y las personas jurídicas regidas por la ley 19.638” (art. 9), como juntas de vecinos y demás organizaciones comunitarias, constituidas en conformidad a la ley N.º 19.418” (Subtel, 2010). La concesión de medios comunitarios tiene una duración de diez años. Ésta es intransferible, es decir, no se puede ceder, arrendar ni otorgar los derechos de su uso.

Respecto a los espectros radiales anteriormente mencionados, es posible señalar que se observan insuficiencias respecto a éstas, pues se calcula que pueden abarcar cerca de tres radios por comuna. La ley de radiodifusión establece una potencia radiada de entre 1 watt y 25 watts. En zonas de baja densidad poblacional, fronterizas o apartadas pueden asignarse 40 watts y hasta 30 watts para radios indígenas, cifras que no permitirían el funcionamiento simultáneo de cuatro emisoras (Subtel, 2010).

Debido a lo anterior, diversas radios comunitarias han optado por mantenerse en la clandestinidad, en pos de obtener mayor potencia en su señal y libertad editorial, a lo que se suma la burocracia en los trámites para solicitar las concesiones, lo que también se convierte en una traba para obtener la personalidad jurídica.

Frente a esto, la Subsecretaría de Telecomunicaciones aplica derecho penal a la transmisión sin licencia en Chile, lo que en ocasiones se traduce en el allanamiento y cierre de diversas radios comunitarias, que aún con la intención de ser legales no encuentran la forma de hacerlo. Un ejemplo de esto, es el caso de la radio Madre de la Divina Providencia (Madipro) en Aysén, medio que, a través del Vicariato de Aysén, intentó obtener la concesión que permitiera regularizar su funcionamiento, sin embargo, esto no fue posible pues no pudieron adjudicarse a uno de los concursos periódicos a los que llama la Subtel (Radio Villa Francia, 2017).

Producto de esto, en marzo de 2017, la radio comunitaria Madipro, que luego de tres décadas de funcionamiento y de informar y conectar a la comunidad de Villa O'Higgins, una de las localidades más apartadas país, cesaron sus transmisiones por actuar ilegalmente e infringir la Ley de Telecomunicaciones.

En ese sentido, las estructuras legales impuestas por las Subtel se hacen presentes en el desarrollo de distintas radios comunitarias en Chile, junto con una serie de dificultades económicas y materiales producto de estas restricciones. Por tanto, la descripción del marco

legal chileno funda un antecedente del interés investigativo de esta memoria, pues constituye la reglamentación bajo la cual los medios comunitarios se conforman, funcionan y suspenden su desarrollo.

1.3.2. Organizaciones de la Sociedad Civil

En los comienzos de la independencia de Chile, las autoridades tenían como prioridad dar estabilidad y solidez al Estado, pero no desde aspectos sociales. Por lo mismo es que el área social quedó en manos de la Iglesia Católica, principalmente, aquellas materias de beneficencia, dejando a la entidad como una de las primeras expresiones de organizaciones de la sociedad civil (Díaz de Valdés, 2016).

No fue hasta mediados del siglo XIX que se establecieron relaciones formales entre el Estado y las organizaciones. En 1854 se decretó una Ley de Municipalidades que concedía a los municipios atribuciones sobre organizaciones, a lo que se sumó el Código Civil de 1855 que permitió la existencia de fundaciones y corporaciones, pero bajo la autorización del presidente de la República, quien les concedía la personalidad jurídica (Díaz de Valdés, 2016).

Luego, bajo el mandato de Eduardo Frei Montalva, importantes recursos fueron destinados a iniciativas de la sociedad civil, además de la promulgación de nuevas legislaciones sobre esta materia. Junto a esto, en 1968 las organizaciones comunitarias obtuvieron reconocimiento legal.

Debido al contexto social y político durante la dictadura, el proceso de desarrollo que habían experimentado las organizaciones se detuvo. Sin embargo, éstas no dejaron de funcionar, e incluso, se multiplicaron de manera clandestina, subsistiendo con bajos presupuestos. Durante este periodo, las organizaciones se transformaron en instrumentos

relevantes de acción política y elementos esenciales para el retorno de la democracia (Díaz de Valdés, 2016).

Así, en 1995, se promulgó la Ley 19.418 sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias; normativa vigente que regula el funcionamiento de organizaciones sociales en Chile.

Actualmente, de acuerdo con el estudio Sociedad en Acción de la Universidad Johns Hopkins de 2015, en Chile existen 234.502 organizaciones, de las cuales un 80% corresponde a organizaciones comunitarias funcionales, juntas de vecinos o uniones comunales. A esto se suma que los fines principales de estas organizaciones corresponden mayoritariamente al desarrollo social y a la recreación (Cea et al, 2016). Además, cabe señalar que quien lo desee tiene el derecho de formar parte de una organización, cuál sea el fin que estimen, siempre y cuando éste sea lícito.

La ley señala además que es deber del Estado promover y apoyar las iniciativas asociativas de la sociedad civil, por lo que los órganos de la Administración del Estado garantizarán la plena autonomía de las asociaciones y no podrán adoptar medidas que interfieran con la vida interna de ninguna de ellas (CNCA, 2015).

Existen dos tipos de organizaciones sociales, denominadas organizaciones comunitarias para efectos de esta investigación: las territoriales, que son las Juntas de Vecinos que representan a las personas de una misma unidad vecinal, que colaboran con las autoridades y que velan por el desarrollo de la comunidad, además de defender los intereses y derechos de ésta. Y las organizaciones funcionales, aquellas agrupaciones sin fines de lucro que tienen como objetivo representar y promover valores e intereses en común dentro del territorio, que pueden ser culturales, animalistas, medioambientales, de la tercera edad, entre otros (CNCA, 2015).

En el caso de las Juntas de Vecinos, se requiere que en cada unidad vecinal exista un número mínimo de vecinos mayores de 14 años que residan en ella, en el caso de comunas de hasta 10 mil habitantes pueden ser 50 vecinos, a diferencias de las zonas con más de 100 mil habitantes, que exigen al menos 200 integrantes (art. 40, Ley N. ° 19.418). En el caso de las organizaciones comunitarias, se necesitan 15 socios mayores de 15 años, excepto para los clubes de adulto mayor, donde la edad exigida es de 60 años (art. 46, Ley N. ° 19.418).

Las organizaciones comunitarias, serán reconocidas formalmente por las instituciones del Estado sólo si obtienen la personalidad jurídica. Si disponen de una concesión, es posible que la organización postule y acceda a distintos beneficios, como fondos concursables (CNCA, 2015).

Pese a esto, la ley vigente reconoce la existencia de organizaciones que no tienen la personalidad jurídica, vale decir, clandestinas. Esto debido a que pueden constituirse agrupaciones libremente, no obstante, éstas no gozarán de los beneficios propios de la concesión (CNCA, 2015).

La expresión “personalidad jurídica” refiere a una técnica esencial del derecho para imputar derechos y obligaciones a un sujeto de derecho que no es una persona física, sino una organización o colectivo de personas y medios. Entre sus elementos característicos están la capacidad para actuar con independencia de quienes la integran, estructura artificial, finalidad lícita, patrimonio separado de sus miembros y publicidad de sus actuaciones (Alessandri, 2005: en CNCA, 2015).

Para efectos de la investigación, es importante mencionar que las organizaciones comunitarias que cuentan con la personalidad jurídica tienen la opción de crear una emisora radial comunitaria. Esto debido a que, por ley, un medio comunitario debe pertenecer a una organización para poder funcionar. Por tanto, podrán obtener la concesión de un medio.

Sólo las personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro (a excepción de las corporaciones y fundaciones municipales), las universidades y las personas jurídicas regidas por la ley 19.638, que tengan entre sus fines esenciales la promoción del interés general, mediante la prosecución de objetivos específicos de carácter cívico, social, cultural o de promoción de los

derechos o principios constitucionales, y que estén constituidas en Chile y tengan domicilio en el país (Subtel, 2010, p.2).

Debido a esto, el marco legal que rige a las organizaciones comunitarias resulta ser la base del funcionamiento de las radios comunitarias y ciudadanas en Chile; si el medio no pertenece a una agrupación, no es posible su desarrollo. Éste es un requisito que suele obstaculizar la constitución de emisoras comunitarias, y, por ende, una serie de dificultades legales importantes de revisar, ya que son situaciones que se reiteraron en esta investigación.

Mencionar las dificultades estructurales de acceso de las organizaciones comunitarias resultó importante para la investigación planteada, debido a que estas carencias dotaron de relevancia a la acción colectiva y justificaron la emergencia de las mismas, motivo por el cual serán consideradas como un elemento constituyente y estructurante de sus labores. En este sentido, teniendo en cuenta los antecedentes judiciales del problema de investigación, cabe preguntarse por el estado de la discusión del objeto de estudio.

1.4. Estado de la Discusión

El estudio de la comunicación comunitaria constituye un fenómeno relativamente reciente, impulsado en los últimos años por la aparición de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, y el uso masivo de las redes sociales:

Tecnologías que permiten que la gente se involucre, juegue con lo simbólico, los medios y las nuevas TIC se ubican en una posición histórica privilegiada ya que gracias a estas tecnologías las comunidades pueden apropiarse de sus lenguajes para nombrar el mundo en sus propios términos, narrar sus identidades y expresar su propia visión de futuro (Rodríguez, 2009, p. 19).

Respecto de los estudios revisados sobre organizaciones y medios comunitarios desde perspectivas y contextos sociopolíticos diferentes, se observa que suelen referirse a

las organizaciones y medios comunitarios como ciudadanos, alternativos, participativos, populares, entre otros, lo que permite deducir que no existe un consenso pleno para denominarlos, entendiendo que la naturaleza del fenómeno es compleja y difícil de categorizar.

En ese sentido, se revisaron estudios que abarcan diferentes ámbitos de la comunicación comunitaria desde los contextos que facilitan su aparición, hasta la sostenibilidad de éstos en el tiempo.

Cabe mencionar que en Chile existen diversas investigaciones acerca de la comunicación comunitaria. No obstante, en su mayoría se enfocan en la evolución histórica de estas y en los aspectos legales que las estructuran. De esa manera, esta investigación se plantea como un aporte al estado de la discusión, a partir de la caracterización de diversas organizaciones y radios comunitarias, de sus particularidades y complejidades en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

1.4.1. La comunicación comunitaria en Europa y América

Considerando las limitaciones que tienen los medios y las organizaciones comunitarias en Chile, tanto en su implementación como en el ámbito académico, se revisaron los estudios nacionales e internacionales de manera independiente. Dentro de las investigaciones foráneas se encontraron, por un lado, autores que desarrollan diferentes concepciones de lo comunitario y sus similares; y por el otro, autores que estudian otros aspectos relacionados con la comunicación comunitaria, como la sostenibilidad de los proyectos y sus regulaciones legales.

En primer lugar, Barranquero (2015) estudia la relación entre los jóvenes españoles y el Tercer Sector de la Comunicación. Para ello, establece la existencia de tres sectores mediáticos: un primer sector que se relaciona con los medios públicos; un segundo sector

que tiene relación con los medios privados; y un tercer sector relacionado con las organizaciones privadas sin fines de lucro.

Mientras que los primeros dos sectores descuidan sus funciones de servicio público en favor de los intereses políticos o corporativos, y publicitarios, respectivamente, las organizaciones del tercer sector se caracterizan por perseguir, entre otros fines, “el fomento de los derechos humanos, la lucha contra las injusticias, y el bienestar social y medioambiental” (Barranquero, 2015, p. 16).

El estudio concluye que los jóvenes españoles “encuentran en el Tercer Sector un espacio dinámico y creativo en el que desarrollar sus capacidades comunicativas y en el que valoran, (...), la independencia y la pluralidad” (Barranquero, 2015, p. 53); y que los contenidos que se producen en este sector no solamente van orientados al público juvenil, sino que a la ciudadanía en general, o bien a comunidades con las que comparten ciertos temas o fines en común.

La investigación de Barranquero constituye un aporte al mundo académico en torno a dos aspectos. Por un lado, la distinción que realiza el autor de los sectores público, privado y social, permite agrupar a todas las Organizaciones de la Sociedad Civil en el Tercer Sector de la Comunicación. Por otro lado, el estudio demuestra que la juventud está interesada en las organizaciones sociales, algunos motivados por fines personales, otros en pos de un bien mayor para la ciudadanía.

No obstante, dentro del Tercer Sector de la Comunicación se observa un gran número de organizaciones y medios que no se definen de la misma manera: comunitario, ciudadano y alternativo son algunos de ellos. Asimismo, es necesario tener en cuenta que el estudio de Barranquero se enfoca en la juventud española, por lo que se desconoce si los jóvenes chilenos tienen el mismo interés por las organizaciones sociales que los jóvenes de España.

Por otro lado, otros estudios categorizan los tipos de comunicación de los movimientos sociales, culturales y políticos, destacando: (1) la comunicación alternativa, que se plantea como alternativa a los medios hegemónicos; (2) la comunicación popular, que se posiciona a favor de los intereses populares, y el vínculo con sus organizaciones representativas; (3) la comunicación participativa, que apunta a una comunicación dialógica que rompa con el modelo de pocos emisores y muchos receptores; (4) la comunicación educativa, que estimula el conocimiento desde una perspectiva dialógica; (5) la comunicación para el desarrollo, que enlaza la comunicación con el desarrollo económico y social; y (6) la comunicación comunitaria, que busca fortalecer el espacio social, y construir espacios de diálogo y debate ciudadanos (Kaplún, 2007).

Pese a la gran cantidad de apellidos existentes, y sus respectivas explicaciones, lo comunitario ha cobrado fuerza “como un modo de subrayar que entre Estado y mercado hay otros modos de construir sociedad, ciudadanía y cultura democrática” (Kaplún, 2007, p. 313). Bajo el concepto comunitario, Kaplún (2007) revisa los sistemas de medios por los que se ha optado en América del Sur.

Se menciona al video, los canales de televisión comunitarios, la prensa sindical y barrial, y el Internet como algunos de los medios desplegados por las comunidades para luchar por el reconocimiento y la redistribución del poder. No obstante, se destaca a la radio como el medio preferido de la comunicación comunitaria, por sus “costos de instalación y producción relativamente bajos” (Aguirre, 2004: en Kaplún, 2007, p. 315), y por su “carácter oral, en sintonía cultural tanto con tradiciones rurales e indígenas como con muchos elementos de las culturas urbanas populares” (Aguirre, 2004: en Kaplún, 2007, p. 315).

Se entiende que los adjetivos que acompañan al concepto de comunicación se deben a la posición que toma cada medio u organización en sus orígenes (Kaplún, 2007), y que el apellido “comunitario” en particular hace referencia al antagonismo con los sectores

público y privado. Por otra parte, el uso de la radio por sobre otros sistemas de medios constituye un aspecto interesante a estudiar en el caso chileno, sobre todo considerando el explosivo aumento del uso de Internet y redes sociales en la última década.

Otros autores postulan que el término “ciudadano” es el más adecuado “para nombrar los procesos de cambio social y democratización que los medios alternativos/comunitarios hacen posible” (Rodríguez, 2009, p. 17).

Tras estudiar la evolución del término “alternativo” a término “ciudadano” en el ámbito académico, Rodríguez (2009) establece que lo alternativo define los procesos mediáticos “en tanto lo que no son (...) en vez de hacerlo por lo que en efecto les es específico” (Rodríguez, 2009, p. 18); lo comunitario los define “a partir de quiénes los producen (...) o del tipo de licencia de difusión que el estado les otorga” (Rodríguez, 2009, p. 18), y lo ciudadano los define “a partir de su potencial para desencadenar procesos de cambio social” (Rodríguez, 2009, p. 17-18), razón por la cual se respalda el uso del concepto “ciudadano”.

No obstante, también se menciona que en la actualidad lo ciudadano se percibe como un problema, pues pese a que su definición se aleja de la noción estatal de ciudadanía, ésta sí “tiene connotaciones ineludibles de inclusión y exclusión en función del estatus legal de los derechos del ciudadano: un estatus negado sistemáticamente a millones de personas (...)” (Rodríguez, 2009, p. 21).

Otros académicos, en cambio, se refieren a esta forma de comunicación como Comunicación para el Cambio Social, apuntando que ésta “nace como respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando (...) la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad, (...)” (Gumucio Dagron, 2004, p. 4-5).

A diferencia de los autores expuestos anteriormente, Gumucio Dagron (2004) estudia las funciones que cumple la comunicación en las estrategias de desarrollo, y expone cuatro fases que han influenciado su aplicación desde la Segunda Guerra Mundial.

La primera es la información manipuladora, que “se enmarca en el proceso de expansión de mercados” (Gumucio Dagron, 2004, p. 5); la segunda es la información asistencialista, que “surge como la versión social de la publicidad” (Gumucio Dagron, 2004, p. 6); la tercera es la comunicación instrumental, que “muestra una preocupación sincera por el desarrollo y por los actores involucrados” (Gumucio Dagron, 2004, p. 6); y la cuarta es la comunicación para el cambio social, que “amplifica las voces ocultas o negadas, y busca potenciar su presencia en la esfera pública” (Gumucio Dagron, 2004, p. 6-7).

Respecto a la Comunicación para el Cambio Social, se señala que ésta no se trata de un nuevo paradigma, sino que de “una nueva propuesta que integra otras anteriores” (Gumucio Dagron, 2004, p. 21). Además, menciona que su esencia “no pretende otra cosa que establecer términos más justos en el proceso de interacción cultural que se produce en el roce entre las culturas” (Gumucio Dagron, 2004, p. 21).

Si bien lo expuesto anteriormente se enfoca en las organizaciones de cooperación y desarrollo, surge la interrogante respecto a si en Chile se han realizado estudios desde esta perspectiva, teniendo en cuenta que a nivel global este tipo de comunicación ha sido frecuentemente ignorado por el mundo académico.

Además, algunos autores enfocan sus estudios en las plataformas digitales, y clasifican a los medios alternativos en cinco géneros: (1) el de *culture jamming*, que busca criticar la cultura, la política y la economía; (2) el de *alternative computing*, que marca el acceso libre al uso de Internet; (3) el *participatory journalism*, que cubre las necesidades de grupos sociales; (4) el *mediated mobilization*, en el cual se desarrollan aquellos grupos que

representan un estilo de vida específico; y (5) el *commons knowledge*, que comprende el conocimiento «*amateur*», incluyendo el de grupos y organizaciones (Lievrouw, 2011).

La importancia de estos planteamientos radica en que las plataformas digitales ya constituyen una opción para el desarrollo de los medios y organizaciones sociales, de modo que allí los usuarios interactúan con otros según los intereses que comparten. A su vez, se observa el uso del concepto “alternativo” por sobre lo comunitario o lo ciudadano, entre otros términos, de modo que aparece la duda respecto a qué nombre utilizan los medios y organizaciones de las comunas periféricas para definirse a sí mismos.

Ahora bien, más allá de los debates conceptuales, algunos estudios previos exploran otros aspectos directamente relaciones con el desarrollo de los proyectos comunitarios, como la sostenibilidad y la legalidad.

Respecto a la sostenibilidad, se plantea que todas las organizaciones y medios comunitarios enfrentan etapas en las que carecen de recursos económicos, y que en contadas ocasiones éstas sobreviven sin apoyo externo, por lo que dependen de instituciones de la sociedad civil, iglesias progresistas o apoyo internacional (Gumucio Dagron, 2005).

Pese a esto, se establece que la sostenibilidad económica no es el único factor que determina el éxito de un proyecto, sino que también influyen la sostenibilidad social y la sostenibilidad institucional. La primera se relaciona con la participación de los actores sociales, mientras que la segunda tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes (Gumucio Dagron, 2005).

En base a lo anterior, se concluye que “no existe una fórmula mágica para garantizar la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios” (Gumucio Dagron, 2005, p.

18), y que el desarrollo de éstos depende del equilibrio entre lo social, lo institucional y lo económico.

Por su parte, también se analizan los procesos de asignación de ondas radiofónicas y los mecanismos de financiamiento de los proyectos comunitarios en Brasil y Reino Unido, “dos ejemplos de cómo los medios comunitarios pueden ser integrados dentro del sistema nacional de comunicación” (Milán, 2006, p. 278).

En Brasil, donde 2.620 radios comunitarias y locales se encuentran registradas, y otras 1.270 esperan ser legalizadas, se aprobó en 2005 un Proyecto de Ley que asigna el 2% de los recursos del Fondo de Telecomunicaciones a las radios comunitarias y educativas. En Reino Unido, en cambio, se abrió en 2004 una convocatoria para que las radios comunitarias pudieran funcionar en FM y AM, siempre y cuando cumplieran con “cubrir una pequeña área, operar como entidades no lucrativas y servir a una comunidad local o a una comunidad de intereses” (Milán, 2006, p. 282).

Tras estudiar ambos casos, se concluye que los medios comunitarios “necesitan ser fomentados y acogidos por un ambiente político favorable a la comunidad” (Milán, 2006, p. 287).

Ambos estudios enfatizan en lo económico, lo social y lo institucional como factores claves para la sostenibilidad de un proyecto comunitario. Si bien los estudios chilenos, a presentar en el siguiente apartado, exploran los marcos legales que rigen a las organizaciones y medios sociales en el país, fue necesario preguntarse si en los casos periféricos de la Región de Valparaíso influye uno de los tres factores mencionados anteriormente por sobre otros, y si en cuanto a lo legal se generan instancias para que los proyectos puedan regularizar o mejorar su situación.

1.4.2. La comunicación comunitaria en Chile

En cuanto a los estudios de los proyectos comunitarios en Chile, es necesario destacar que la mayoría de las publicaciones que se han realizado no superan la década de antigüedad, a diferencia de otras investigaciones realizadas fuera del país. Mientras algunos de estos estudios se centran en situaciones particulares de la historia reciente, la mayoría explora los antecedentes de los medios y organizaciones comunitarias en el país, haciendo énfasis en los aspectos legales y sociales que rodean a estos proyectos.

Por un lado, Rodríguez, Peña y Sáez (2014) estudian el lugar que toman los medios convencionales frente a los movimientos sociales y los activistas digitales, a partir de tres momentos claves en la historia reciente de nuestro país: el terremoto y tsunami del 27 de febrero de 2010, las movilizaciones estudiantiles de 2011, y los diversos conflictos medioambientales que se producen desde 2010.

Para ello, proponen cinco categorías de análisis: (1) infraestructuras, que son aquellas redes de telecomunicaciones que se encuentran en permanente amenaza del control de gobiernos y corporaciones; (2) medios convencionales, que están sujetos a la voluntad y la agenda de los grandes medios; (3) alternativos, también llamados populares, comunitarios y ciudadanos; (4) medios efímeros, que son formas comunicativas de carácter performativo; y (5) web social o web 2.0, donde las posibilidades de expresión y difusión se amplifican (Rodríguez et al, 2014).

El resultado que arroja el estudio es que los movimientos sociales tienen una relación conflictiva con los medios convencionales, tensión que se ve influenciada “por el impulso que toma la web social para la expresión de la sociedad movilizadora, donde la comunicación la pueden ejercer directamente con el resto de la ciudadanía sin pasar a través de los medios” (Rodríguez et al, 2014, p. 86). Además, señala que los medios alternativos funcionan como amplificadores de las movilizaciones, mas no como protagonistas de los mismos.

Por tanto, el estudio corrobora la importancia de Internet y las redes sociales en el desarrollo de los movimientos sociales actuales, y más aún, confirma que las plataformas digitales juegan un papel fundamental dentro del país. No obstante, la investigación se concentra en tres casos de connotación nacional, por lo que es interesante revisar si esta situación se repite en una escala menor, como es el caso de las comunas periféricas de la región.

Otro estudio se propone explicar el funcionamiento de las radios comunitarias en Chile, estudiando para ello algunas emisoras de las regiones Metropolitana, Valparaíso, Biobío, Araucanía y Los Ríos. A lo largo de la investigación, se cuestiona la posición que toman las autoridades chilenas frente a los medios comunitarios, afirmando que éstas “las arrincona y las empequeñece con el rótulo de radios de mínima cobertura” (Ramírez, 2015, p. 2).

En los primeros capítulos de la tesis doctoral, se señala que las primeras radios comunitarias en Latinoamérica aparecieron en la primera mitad del siglo XX, ligadas a sindicatos o a movimientos católicos progresistas (Ramírez, 2015); y que el auge de la radio por sobre la televisión o la prensa escrita, se debe a sus bajos costos operativos, y a la posibilidad que les daba a las personas de operar los equipos y salir al aire, sin contar con conocimientos en el área (Ramírez, 2015).

En Chile, no hay registros de radios comunitarias hacia la década de 1960, y recién en 1994 se aprueba la primera ley que permite la creación de emisoras de mínima cobertura. En 2010 se promulga la Ley N° 20.433, la que, en palabras del autor, no hace “más que ratificar que no hay un compromiso por potenciar este sector” (Ramírez, 2015, p. 112), y cuyas modificaciones aún se encontraban en discusión para 2014. Pese al rechazo que existe hacia la legislación vigente, la mayoría de las radios comunitarias se encuentran legalizadas, y “las que no lo están buscan o buscarán la manera de entrar al sistema legal” (Ramírez, 2015, p. 32). El estudio concluye:

La radio comunitaria en Chile, más que un movimiento social homogéneo y cohesionado, encuentra su expresión en las experiencias individuales, realizadas por las personas con las cuales se construyen los proyectos, hechos desde los micrófonos, con y para sus comunidades. Son radios que dan voz a los sin voz, donde se habla y se es escuchado. Son radios hechas a pulso, desde la voluntad y el afecto por sus comunidades (Ramírez, 2015, p. 203).

Un tercer estudio desarrolla la evolución de las Organizaciones de la Sociedad Civil a lo largo de la historia de Chile, y relata que en la época colonial las organizaciones se encontraban bajo el control de la Corona Española. Tras la independencia del país, y debido al desinterés de las autoridades de la época, éstas quedaron en manos de la Iglesia Católica, especialmente las de beneficencia. Recién mediados del siglo XIX, el Estado comienza a relacionarse con las organizaciones sociales, y en 1855 el Código Civil permite la existencia de fundaciones y corporaciones bajo autorización del presidente de la República (Díaz de Valdés, 2016).

En 1968, las organizaciones de la sociedad civil obtienen su reconocimiento legal. No obstante, el desarrollo de éstas se estanca durante la dictadura de Augusto Pinochet. En este periodo, las organizaciones se transforman en instrumentos de acción política. Tras el retorno a la democracia, las juntas de vecinos y otras organizaciones comunitarias reanudan sus relaciones con las autoridades centrales y locales (Díaz de Valdés, 2016); y para el año 2014, el 70% del financiamiento de las organizaciones nacionales proviene del Estado, mientras que el 30% restante proviene de cooperaciones internacionales y empresas privadas (Instituto de Comunicación y Desarrollo, 2014: en Díaz de Valdés, 2016).

En base a lo anterior se concluye, por un lado, que las Organizaciones de la Sociedad Civil han estado presente en Chile a lo largo de su historia, pese a que recién en la década de 1990 comenzaron a tener un mayor dinamismo; y por el otro, que éstas aportan a la comunidad en dos aspectos.

En primer lugar, representan un modelo de economía solidaria y, en segundo lugar, son una forma de expresión de la ciudadanía, de sus intereses diversos y del valor que implica la acción conjunta de los individuos, ya sea para resolver ciertos problemas

sociales, para reivindicar causas específicas o para representar ciertos grupos o minorías (Díaz de Valdés, 2016, p. 39).

Las dos últimas investigaciones presentadas reflejan la tardanza que ha existido en Chile para regular y amparar legalmente las organizaciones y medios comunitarios, pese a que éstas llevan décadas, o incluso siglos, funcionando en el país. No obstante, ambas revisan la historia de las radios y las organizaciones, respectivamente, desde una mirada general a nivel país, por lo que el presente proyecto tiene, como misión, aterrizar estos planteamientos a la realidad local de las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

1.5. Relevancia del estudio

La relevancia teórica de esta investigación fue contribuir al campo de estudio de la Comunicación Comunitaria en Chile, específicamente acerca de sus dimensiones, comportamientos, características y complejidades en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

En segundo lugar, la relevancia metodológica de esta investigación radicó en la aplicación de la etnografía digital en las plataformas *online* de una radio comunitaria, lo que constituyó una validación de esta incipiente técnica de recolección de datos en la Comunicación Comunitaria en Chile.

En síntesis, la justificación del estudio radicó en su fondo y en su forma. En su fondo, entendiendo que el actual estado de discusión no profundiza en las particularidades de las organizaciones y medios comunitarios desde las características territoriales de centro y periferia; y en su forma debido a que las técnicas aplicadas para conocer el fenómeno se adecuaron a un nuevo contexto tecnológico que cambió las condiciones de posibilidad y acción.

1.6. Pregunta de Investigación

¿Cómo se articulan los roles periodísticos de la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe?

1.7. Objetivo general

Conocer cómo se articulan los roles periodísticos de la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe.

1.8. Objetivos específicos

- Describir los contextos territoriales y materiales en los que se sitúan las organizaciones y medios de comunicación comunitarios de las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.
- Identificar las motivaciones de las organizaciones y medios comunitarios de las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.
- Conocer las percepciones sobre el rol de Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe a partir de su discurso.
- Conocer el desempeño de roles periodísticos de Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe en sus plataformas digitales.

Capítulo 2: Marco de referencia

En medio de los procesos sociales que se generan desde finales del siglo XX en América Latina, surgen diversas teorías vinculadas con la comunicación, cuyos ejemplos más representativos son la Teoría del Desarrollo que sustenta la Comunicación para el Desarrollo, seguida de la Teoría de la Dependencia en la cual se sustenta la Comunicación para el Cambio Social.

Asimismo, de las críticas marxistas en el campo de la teoría social emerge la Dialéctica de la Ilustración (2007), texto en el cual Theodor Adorno y Max Horkheimer plantean el concepto de industria cultural, en el sentido de la instrumentalización, mundialización e industrialización de la cultura. Es decir, mecanismos de producción, comercialización y difusión masiva de bienes culturales informativos y de entretenimiento, mediante la publicidad, la televisión, la radio, el arte, entre otros; estructurados por un tipo de razón tecnológica. A esto, Gumucio Dagron (2011) agrega:

Los modelos de información afines a la modernización apoyaron la expansión de mercados y la incorporación al consumo de grandes masas de poblaciones marginales, por medio de mecanismos de persuasión y estrategias de transferencia de información y difusión de innovaciones tecnológicas. Éstos son —en su mayoría— modelos verticales, generados en laboratorios de empresas privadas, agencias de publicidad y universidades de Estados Unidos (Gumucio Dagron, 2011, p. 28).

Lo anterior, provocó que los diversos sectores marginados de la sociedad y de la participación política, se vieran en la necesidad de producir sus propios canales de comunicación, de expresión y de representación, debido a las nulas posibilidades de acceso y participación a los medios de información oficiales.

Así, en 1980, Sean McBride materializó el conflicto sobre los flujos de información y comunicación en el mundo, revelando aquello que diversos académicos ya intuían: las agencias de noticias más grandes de Estados Unidos ejercían control sobre el flujo

informativo de gran parte del mundo, es decir, la difusión de los contenidos en la prensa escrita, la radio y la televisión.

A esto se sumaba que África, Asia y América Latina no contaban con agencias propias que difundieran distintas perspectivas acerca de los hechos, lo que bloqueaba la posibilidad de que la ciudadanía excluida de estos continentes pudiera expresarse en los medios hegemónicos.

El Informe McBride concluye:

Se manifiesta la legitimidad del reclamo de un nuevo orden de la información y la comunicación que reconozca el derecho de todas las naciones a participar a todos los niveles (creación, recepción, distribución) en el sistema comunicativo mundial, destacando el papel protagónico de las Industrias Culturales para este propósito.

Se incide en el riesgo de marginación cultural de los países en vías de desarrollo a causa de la hegemonía de los flujos comunicativos y económicos dominantes, incidiendo también en cómo la ausencia de Industrias Culturales nacionales en todos los países puede generar situaciones de dependencia.

Se concluye en la necesidad de apoyar el establecimiento y difusión de Industrias Culturales locales mediante programas y políticas de comunicación que garanticen su vocación de contribuir al desarrollo cultural, individual y colectivo de los pueblos, preservando su soberanía y contribuyendo a la paz en el mundo (McBride, 1980).

De esa manera, el informe McBride se constituyó como piedra angular de la Comunicación para el Desarrollo, pues no se limita a generar un diagnóstico, sino que elabora un plan de acción mediante diversas organizaciones internacionales en los países del tercer mundo, específicamente mediante la intervención y la creación de medios de comunicación nacionales y locales. He aquí un espacio vacío que ha intentado ser llenado por diversos actores a lo largo del tiempo, algunos de ellos tematizados en esta investigación.

Cabe mencionar que, debido a la positiva recepción del informe por la Unesco, Estados Unidos e Inglaterra decidieron retirarse de la institución, hecho que tuvo su correlato en América Latina, específicamente en Chile, mediante la Operación Cóndor, el

Plan Marshall y la Doctrina Truman. Tres hitos que marcaron el intervencionismo político y económico ejercido por la principal fuerza del bloque occidental de la Guerra Fría, Estados Unidos; cuyas consecuencias tanto en el desarrollo de los países latinoamericanos como en diversas áreas del conocimiento, incluida la comunicación, es irrefutable.

2.1. Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Alternativa y Comunicación para el Cambio Social

Durante el siglo XX, diversos acontecimientos propiciaron el surgimiento de diversas formas de comunicación, entre ellas la Comunicación para el Desarrollo, la Comunicación Alternativa y la Comunicación para el Cambio Social; todas entendidas como similares y como reacciones a su contexto, pero con distintos enfoques y basadas en distintas teorías con un objetivo en común: democratizar la comunicación.

La teoría del desarrollo, procura que los países excluidos y subdesarrollados logren integrarse al mundo global mediante la información y el conocimiento, por lo que la comunicación juega un rol infalible. Específicamente, postula que la integración es posible mediante el progreso económico y tecnológico, ya que la pobreza está determinada por la falta de acceso al conocimiento, servicios básicos, capitales, instituciones, etc. (Gumucio & Tufte, 2008).

En ese sentido la Comunicación para el Desarrollo, basada en la Teoría del Desarrollo, propone una aplicación intencionada de ésta con el fin de generar flujos de información y conocimiento entre comunidades rurales y expertos, rechazando la noción unidireccional del proceso comunicativo. A saber:

La comunicación de desarrollo es, en esencia, la noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico (Beltrán, 1993, p.1).

Finalmente, además de entender y asumir como válidas las formas de organización social, la Comunicación para el Desarrollo se propone capacitar a los potenciales agentes de cambio en diversas técnicas de comunicación. Los agentes de cambio pueden variar desde organizaciones político-partidistas hasta organizaciones comunitarias como las estudiadas en esta indagación.

Por otro lado, al alero de la Teoría de la Dependencia, surge un segundo enfoque de la Comunicación Comunitaria: la Comunicación Alternativa. Desarrollada entre los años sesenta y setenta, esta teoría postula que la economía a nivel global se estructura bajo la premisa de un “centro” (los países más ricos) y una “periferia” (los países subdesarrollados), cuyas realidades económicas, políticas y culturales son desiguales.

En ese sentido, los movimientos sociales de los países más desfavorecidos comienzan a buscar formas de progresar y salir de la periferia impuesta por las potencias mundiales, sobre lo cual surge la Comunicación Alternativa, con el objetivo esencial de transformar las condiciones establecidas en la sociedad, disputando espacios con los medios masivos de comunicación que reproducían los esquemas de poder y excluían a los espacios más vulnerables.

En definitiva, diversos grupos sociales excluidos comenzaron a unirse y a levantar sus voces mediante radios comunitarias, diarios populares, organizaciones e incluso canales de televisión comunitaria, para disputar espacios de expresión en la esfera pública, apropiándose de la gestión del proceso comunicativo por medio de la participación comunitaria como un fin en sí misma.

Finalmente, basada en la acción colectiva surge un nuevo enfoque: la Comunicación para el Cambio Social, que enfatiza en la participación ciudadana desde el interior de la comunidad, sin entes externos, asumiendo que las personas entienden y comunican de mejor manera lo que son y lo que necesitan.

A diferencia de la Comunicación para el Desarrollo, y al igual que la Comunicación Alternativa, su esencia se encuentra en el proceso comunicativo y no en el resultado de este, entendiendo que la participación de los actores sociales y la gestión comunicativa por sí misma producirán el cambio social.

En definitiva, más allá de los distintos enfoques de la comunicación comunitaria, todas se estructuran en base a un común denominador: el poder de la comunicación para provocar cambios en sus respectivas comunidades.

En ese sentido, para efectos de esta investigación se aplicó el concepto de Comunicación Comunitaria, pues apela a una definición más general, acaparando la esencia de cada uno de los enfoques expuestos, lo que permitió más flexibilidad al momento de explorar durante el trabajo de campo. Asimismo, la revisión de autores clásicos y antecedentes históricos respecto a la comunicación comunitaria se realizó para situar las concepciones de autores más recientes que se desarrollarán en la próxima sección.

2.2. Aproximaciones a la discusión actual

2.2.1. Tercer Sector, comunicación comunitaria, ciudadana y alternativa

Uno de los trabajos más relevantes y recientes de Barranquero (2015) en el ámbito de la comunicación clasifica a los medios de comunicación en tres sectores: El primero que agrupa a los medios de carácter público, los cuales han descuidado sus funciones de servicio público a favor de los intereses de los grupos políticos y económicos (Barranquero, 2015).

El segundo sector, que reúne a los medios de carácter privado, los cuales tienen como finalidad “maximizar beneficios e intercambiar audiencias por insumos publicitarios” (Barranquero, 2015, p. 16), por lo que están guiados por la lógica del mercado. Y un tercer

sector, formado por organizaciones de carácter privado, pero sin fines de lucro, que persiguen entre otros fines, “el fomento de los derechos humanos, la lucha contra las injusticias, y el bienestar social y medioambiental” (Barranquero, 2015, p. 16).

La particularidad que le otorga el autor español a las organizaciones del tercer sector radica en la participación ciudadana o de colectivos con intereses específicos (geográficos, feministas, etc.); es decir, “medios gestionados íntegramente por vecinos, migrantes, mujeres, jóvenes, etc.” (Barranquero, 2015, p. 16).

Asimismo, postula que los medios del tercer sector se sitúan en “la vanguardia de la problematización y divulgación del pensamiento crítico contemporáneo” (Barranquero, 2015, p. 16) adhiriéndose al refuerzo de los bienes comunes, cuidado del medioambiente, fomento de la democracia participativa y del pluralismo, y la consolidación de lazos sociales y sentidos de pertenencia.

En la concepción del Tercer Sector, prima entonces la misión de redistribuir el capital simbólico y extender el ideal del derecho a la comunicación, que no pasa en exclusiva por el acceso a una oferta rica y plural de medios, sino por la participación efectiva de la sociedad civil en su propio sistema comunicacional (Barranquero, 2015, p. 16).

A lo anterior, agrega que existen dos tipos de motivaciones principales, aunque no las únicas, para formar parte de un medio del Tercer Sector. Las primeras, asociadas a la función sociopolítica de estos medios, dicen relación con intereses similares, condicionadas por cuestiones altruistas o “sentimientos de indignación frente a una situación que impele a tomar partido”. Las segundas, en cambio, se asocian a las motivaciones personales, profesionales o formativas, la afición por un medio específico o los deseos de interiorizarse en una afición. Sin embargo, indica que las razones anteriores decantan de “procesos de socialización; de creación y refuerzo de lazos de amistad; y de sentimientos de pertenencia en torno a aficiones e intereses comunes” (Barranquero, 2015, p. 28).

Si bien las propuestas de Barranquero (2015) clasifican y aclaran el panorama actual sobre los medios alternativos, en sus ideas se imprime inevitablemente su contexto de producción (España), donde los medios tienen marcos legales y soportes institucionales que en Chile no existen. En ese sentido, su definición de Tercer Sector de la Comunicación es útil para introducir las características a nivel macro de los medios alternativos. Sin embargo, para efectos de este campo de investigación se torna rigurosa y limitante, pues su idea de Tercer Sector no es totalmente aplicable al caso chileno y dejaría fuera del perímetro investigativo a todas aquellas organizaciones y medios comunitarios que no cumplan con sus características.

Por otra vertiente, Gabriel Kaplún (2010) desarrolla una clasificación distinta a la del español, desde un sentido más amplio y flexible en busca de las definiciones sobre comunicación alternativa, comunicación participativa, comunicación para el cambio social, comunicación comunitaria y comunicación popular.

En primer lugar, comprende a la comunicación alternativa como una opción a los medios hegemónicos desde diversas perspectivas, como brindar espacios a voces minoritarias, plantear una agenda informativa distinta, entre otras; y también desde la producción de los contenidos que son generados por actores sociales, participantes no profesionales y en base a decisiones colectivas. Sin embargo, postula que el arma de doble filo de la vocación contrahegemónica recae en que, más que alternativa, puede ser vista como marginal e incluso clandestina, lo que genera la necesidad de “profesionalizar la tarea y vuelve más compleja la cuestión de la participación” (Kaplún, 2010, p. 16).

Sumado a lo anterior, entiende la comunicación participativa como la búsqueda de “romper con el modelo de pocos emisores y muchos receptores, apuntando a una comunicación dialógica donde cada vez más personas, grupos y organizaciones puedan ser no sólo receptores sino también emisores” (Kaplún, 2010, p. 17). Aunque también propone modelos basados en la escucha atenta en miras de que el escuchado pueda convertirse en productor, por lo que asume como algo sustancial “la recuperación de lo grupal como

espacio básico de comunicación humana y la comunicación entre grupo” (Kaplún, 2010, p. 17).

Asimismo, define comunicación para el cambio social como “un proceso de diálogo público y privado a través del cual la propia gente define lo que es, lo que quiere y necesita, y cómo trabajará colectivamente para obtener aquello que contribuirá al mejoramiento de su vida” (Kaplún, 2010, p. 18).

Igualmente, la comunicación comunitaria nace como una forma “de pensar los procesos de cambio social profundos, a la vez democráticos, de abajo hacia arriba” (Kaplún, 2010, p. 19). En ese sentido, busca nutrir el espacio social, entendiendo la importancia de las identidades en los procesos de emancipación y de la esfera subjetiva (Santos, 1998), rescatando la raíz compartida del concepto de comunicación y comunidad: poner en común (Kaplún, 2010).

El apellido “comunitario” ha ido cobrando fuerza también como un modo de subrayar que entre Estado y mercado hay otros modos de construir sociedad; que entre la representación política y el consumo hay otros modos de construir ciudadanía. Y en particular que, frente a los medios público-estatales (tradicionalmente débiles en América Latina) y los medios privados comerciales (que ocupan la mayor parte del espacio mediático) habría un “tercer sector” de medios, el sector social-comunitario, imprescindible para una comunicación democratizadora de la sociedad (Kaplún, 2010, p. 19).

Sin embargo, el sector social-comunitario surge como alternativa a los medios estatales y comerciales existentes, de modo que el denominado “tercer sector” resulta indispensable para la democratización de la comunicación dentro de la sociedad (Kaplún, 2010).

Por último, el autor uruguayo comprende a la comunicación popular como la visión que defiende “los intereses de los sectores populares y el vínculo más o menos directo con sus organizaciones representativas. No obstante, no siempre ha existido un consenso respecto al significado de los conceptos “popular” y “pueblo”, ni de los sectores y actores sociales que comprenden, por lo que tendieron a ser dejados de lado por los términos “sociedad civil” y “ciudadanía”, como señala Clemencia Rodríguez (2009).

En contraparte, la autora colombiana busca acuñar el término “medios ciudadanos”, pues lo encuentra “más adecuado para nombrar los procesos de cambio social y democratización que los medios alternativos/comunitarios hacen posible” (Rodríguez, 2009, p. 17).

Por lo mismo, establece un enfoque directo en los ciudadanos y ciudadanas, a saber, que son “aquellas personas que asumen su ciudadanía mediante la participación en prácticas políticas cotidianas en tanto sujetos localizados cuya cotidianidad está cruzada por una serie de interacciones sociales y culturales” (Rodríguez, 2009, p. 18).

Antes de proponer el término “medios ciudadanos” como el más adecuado para nombrar los procesos de cambio social, la académica colombiana menciona a los medios alternativos como aquellos que se encuentran en contraste a los medios tradicionales y la estructura vertical que predominan en el área de las comunicaciones, razón por la cual los califica como “alternativos”; y a los medios comunitarios como aquellos que se definen “a partir de quiénes los producen (es decir, organizaciones comunitarias, colectivos de base, etc.) o del tipo de licencia de difusión que el estado les otorga” (Rodríguez, 2009, p. 18).

De acuerdo a Rodríguez, con los medios ciudadanos se intenta provocar un alejamiento de los medios masivos y comerciales, y así “concentrarse más bien en los procesos culturales y sociales que se desencadenan cuando las comunidades locales se apropian de las tecnologías de información y comunicación” (Mouffe, 1988, 1992: en Rodríguez, 2009, p. 18).

En ese sentido, los postulados de Rodríguez (2009) no manifiestan una inclinación por ningún enfoque de la comunicación comunitaria, ni popular, ni de desarrollo o de cambio social, pues se sitúa desde la neutralidad y la inclusión del concepto “ciudadano”, comprendiendo la generalidad de la población, sin distinguir. Es decir, que todos y todas somos ciudadanía y, por ende, tenemos la responsabilidad de ser actores sociales de alguna u otra manera, siempre por las vías de la comunicación, constituyendo a la Comunicación Ciudadana como un derecho.

Igualmente, Kaplún (2007), Rodríguez (2009) y Barranquero (2015) coinciden en sus definiciones sobre lo alternativo en la comunicación y en los medios en el sentido contrahegemónico, la lucha contra las injusticias, una agenda informativa distinta a la de medios tradicionales generada por actores sociales que no tienen fines de lucro, etc. Por lo que, para efectos de esta investigación, todas las características que los autores otorgan a este tipo de organizaciones y medios comunitarios fueron considerados en la discusión y posicionamiento teórico.

Sin embargo, se debe realizar una salvedad de la que tanto Kaplún (2007) como Rodríguez (2009) logran dar cuenta. Hablar de medios alternativos implica una negación, reduciendo su existencia a ser lo opuesto de lo tradicional.

En ese sentido, parece contradictorio –y respecto a eso existe total acuerdo con los planteamientos de Clemencia Rodríguez (2009)- definir como “alternativa”, “clandestina” e incluso “marginal” una forma de comunicación que se gesta desde las bases, desde los actores sociales, desde los colectivos, en busca del bienestar social y contra las injusticias sociales. Según lo anterior, se descartó utilizar el término “alternativo” para hacer referencia a este tipo de organizaciones y medios de comunicación.

2.2.2. *Culture jamming y participatory journalism*

A los planteamientos de Barranquero, Kaplún y Rodríguez se suman los postulados de Lievrouw (2011), quien establece una clasificación de medios alternativos en base a cinco géneros: *culture jamming*, *alternative computing*, *participatory journalism*, *mediated mobilization* y *commons knowledge*. Aunque respecto de la información recopilada en el trabajo de campo sólo se encontraron características relacionadas a *culture jamming* y *participatory journalism*.

Por un lado, el concepto de *culture jamming* alude a agrupaciones de artistas y activistas que reutilizan elementos de la cultura popular para crear nuevas obras con una mirada crítica al sistema económico (Lievrouw, 2011). Aunque sus nociones son bastante nuevas, por lo que deben ser vistas dentro de una perspectiva evolutiva de la relación entre la cultura y la política o, más específicamente, entre el arte y las luchas sociales (Bailey et al, 2008). Asimismo, encarna la deselitización del arte y permite al ciudadano expresarse y desafiar el discurso dominante en la sociedad a través de la expresión artística.

Junto a eso, también expone las interrelaciones entre los ciudadanos, la sociedad civil, el Estado y el mercado, así como la apropiación de técnicas de interferencia por parte de estos diferentes actores. Esto provoca la desestabilización de su naturaleza contrahegemónica, y permite también ir más allá de las representaciones dicotómicas de los medios tradicionales frente a los comunitarios y, en lugar de esencializarlos, verlos en conjunción e interacción entre sí (Bailey et al, 2008).

Por otro lado, la noción *participatory journalism* se caracteriza por desarrollar proyectos de periodismo público, cívico, ciudadano o participativo para ser una alternativa a las noticias predominantes (Lievrouw, 2011).

En base a lo anterior, se sostuvo que el concepto ‘‘ciudadano’’ que plantea Rodríguez (2009) -cuyas nociones son similares al concepto de *participatory journalism* que propone Lievrouw (2011)- es más preciso para esta investigación, pues comprende todas las actividades que los ciudadanos pueden realizar, haciendo parte, por ende, a todos los tipos y clasificaciones de comunicación que definen los autores en tensión.

No obstante, el concepto ‘‘comunitario’’, al igual que el ‘‘ciudadano’’, también puede abarcar a la comunicación participativa, la comunicación por el cambio social, la comunicación alternativa, la comunicación popular, la noción de *participatory journalism* y pertenecer al Tercer Sector de la comunicación, pues todas se gestan en la comunidad.

Ahora bien, tanto Rodríguez (2009) como Kaplún (2010) presentan similitudes respecto a la noción de lo ‘‘alternativo’’, y de hecho esa perspectiva sería útil para abarcar a medios como The Clinic y El Ciudadano que, pese a diferenciarse de los medios tradicionales más grandes del país, se constituyeron como medios institucionalizados díscolos de las editoriales tradicionales chilenas como El Mercurio S.A.P. y Copesa. De esa manera, para efectos de esta investigación se rechazó el uso del concepto ‘‘alternativo’’ para definir a este tipo de organizaciones y medios de comunicación, pues atañe a un grupo demasiado diverso y se sitúa desde una noción de menor estatus respecto de lo que no son.

Entonces, el espectro conceptual se redujo a dos opciones: medios comunitarios o comunicación comunitaria, y medios ciudadanos. Éste último, bajo los postulados ya revisados de Rodríguez (2009), contempla los procesos de democratización y de cambios sociales, mientras que los medios comunitarios o comunicación comunitaria también atienden a los procesos de emancipación y de la esfera subjetiva, nutriendo el espacio social y rescatando la raíz compartida del concepto de comunicación y comunidad: poner en común (Kaplún, 2010).

Finalmente, luego de la revisión conceptual de los autores más destacados en el ámbito de la comunicación comunitaria, alternativa y ciudadana, se concluyó que el concepto más preciso para el estudio de las organizaciones y medios de comunicación escogidos es el “comunitario”. En primer lugar, debido a que la concepción ciudadana es muy neutra desde el punto de vista semántico, pues todos somos ciudadanos, y no necesariamente actores sociales activos en nuestro territorio. En segundo lugar, porque la noción alternativa, además de remitirse a existir por ser la corriente no oficial, se enfoca en transformar las condiciones establecidas en la sociedad, disputando espacios con los medios masivos de comunicación lo que habría significado limitar el trabajo de campo exploratorio.

En contraparte, lo “comunitario” comparte su origen semántico con la “comunidad” y la “comunicación”, desde poner en común “algo” mediante el diálogo y generar lazos de pertenencia. Además, es inclusiva respecto de los diversos enfoques, definiciones y objetivos de la Comunicación para el Desarrollo, la Comunicación para el Cambio Social, la Comunicación Alternativa, el Tercer Sector de la Comunicación, *Participatory Journalism* y la Comunicación Ciudadana. Por ese motivo, se constituyó como el concepto más adecuado para esta investigación.

2.3. Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación

2.3.1. Antecedentes

Durante los años sesenta, previo a la masificación de internet, aconteció una revolución tecnológica que transformó las formas de comunicación y del periodismo mediante los avances en la radiodifusión por frecuencia modulada, el cine y la televisión (Carrasco-Campos & Saperas, 2011).

Años más tarde, el desarrollo tecnológico y la liberación de internet como herramienta para la sociedad civil sustentaron un nuevo espacio de expresión para las organizaciones y medios comunitarios, mediante las denominadas Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICs), las que se caracterizan por ser medios y dispositivos, basados en circuitos integrados, satélites de comunicación, redes de telecomunicación, computadores, software, frecuencias, etc.

En ese sentido, las NTICs provocaron la masificación de diversas redes sociales como las páginas web, los blogs, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, entre muchas otras; causando que diversas organizaciones y medios comunitarios se apropiaran de estas herramientas digitales para difundir sus contenidos, transmitir en vivo, vincularse con la comunidad, etcétera. A partir del fenómeno expuesto, empezó a hablarse de una nueva etapa de internet, una colaborativa, junto a lo cual los investigadores acuñaron un nuevo término: web 2.0.

No obstante, el libre acceso a este tipo de tecnologías no lo fue tanto, pues pese a que efectivamente Internet es una red abierta y de uso libre, las desigualdades estructurales de la sociedad -como la dificultad de acceso a capitales materiales y culturales de los países periféricos- replicaron sus problemáticas pese a los avances tecnológicos, generando una brecha digital desde las posibilidades de acceder a internet y a aparatos electrónicos hasta cómo usarlos.

Pese a la brecha digital y cultural, es innegable que las NTICs se constituyen como soportes potenciales para la democratización de la comunicación y de los medios de comunicación; así como también para la vinculación con la comunidad, el empoderamiento de ésta y el fortalecimiento del tejido social.

Finalmente, se tornó interesante conocer cuál es el uso real que le dan las organizaciones y medios comunitarios periféricos de la Región de Valparaíso a las NTICs, y cómo las integran a la consecución de sus objetivos y prácticas comunicacionales en sus diversos contextos con la finalidad de cumplir un rol determinado dentro de la comunidad.

2.3.2. NTICs en organizaciones y medios comunitarios periféricos

Lievrouw (2011) postula que existen diferentes sistemas de medios como instituciones o industrias que pueden ser regulados y gobernados para lograr distintos objetivos sociales, culturales o económicos, como también para transmitir contenido.

Estos sistemas se conformarían por los nuevos medios, que estarían diseñados en base a la suposición de que existe -y debe haber- un camino directo desde el origen de un mensaje a su destino, del productor al consumidor, de principio a fin de un programa o de un tipo de producto a otro, al igual que en la edición masiva de mercado, el cine o televisión, por ejemplo (Lievrouw, 2011).

Frente a esto, establece que los nuevos medios son información y comunicación misma, compuestos por artefactos tecnológicos, y actividades comunicacionales que se ejercen a través de estos aparatos, provocando así el surgimiento de formas de organización social (Lievrouw, 2011).

Asimismo, agrega que las audiencias ya no se encuentran limitadas a la recepción de información, sino que también buscan ser partícipes en la generación de nuevos contenidos. Ejemplo de lo anterior es el caso de las redes sociales, mediante las cuales los usuarios interactúan entre ellos, lo cual permite una participación retroactiva.

En este sentido Bailey, Cammaerts y Carpentier (2008) consideran a Internet como una herramienta de inclusión, pues permite a movimientos sociales y activistas desarrollar

redes de coordinación que traspasan fronteras, como también un impacto social relevante sin necesidad de recursos importantes. Además, posibilitan que las organizaciones mantengan el control editorial sobre su contenido, manteniendo la comunicación interna y externa en un entorno seguro.

Para medios comunitarios, organizaciones de la sociedad civil, activistas y movimientos sociales; el correo electrónico, redes sociales, y otras, representan un medio para distribuir información –contrahegemónica-, y así movilizar acciones directas en línea y fuera de línea o debatir cuestiones. En algunos casos, tales plataformas también son consideradas como una herramienta para la toma de decisiones internas (Bailey et al, 2008).

Pese a esto, cuando se trata de la toma de decisiones, Internet puede proporcionar acceso al proceso, pero no facilitar la participación plena (Bailey et al, 2008). Sin embargo, Lievrouw (2011) agrega que gracias a las nuevas tecnologías existen mayores posibilidades de retroalimentación, activismo y difusión; espacios en que casi el total de la comunidad interesada puede involucrarse (Lievrouw, 2011).

En ese sentido, para esta investigación se torna interesante reflexionar respecto del factor globalizante de Internet, pues ha permitido que las organizaciones y medios comunitarios de comunas periféricas alteren las nociones de espacio y lugar (Casey, 1997), demostrando que la proximidad geográfica no es en todos los casos una condición necesaria para la calidad de los espacios de expresión de la comunidad (Bailey et al, 2008).

Dicho lo anterior, el factor geográfico puede ser entendido desde la Teoría de la Dependencia, pues pese a que la desigualdad de desarrollo en las comunidades periféricas no se relaciona únicamente con las distancias geográficas, sí se constituye como un factor de desarrollo. La distancia geográfica entre comunas del centro y comunas periféricas implica una densidad poblacional mayor en el centro que en la periferia, y por consecuencia la concentración de bienes, servicios y espacios de expresión.

Allí radica la importancia de los postulados de Bailey, Cammaerts y Carpentier (2008), pues debido al contexto tecnológico cabe preguntarse si Internet es una herramienta que disminuye la brecha de centralización de los espacios de expresión, o que la reproduce debido a la desigualdad respecto de la alfabetización digital.

Por ejemplo, en la noción de culture jamming Internet juega un papel fundamental debido a su capacidad para propagar contenidos de medios alternativos de manera muy parecida a un virus que traspasa de una comunidad a otra (Bailey et al, 2008).

Por lo mismo, se consideró a las NTICs como una vía de apoyo actualizada para los medios comunitarios existentes en Chile, debido a que los nuevos medios se desarrollan bajo el margen del uso de tecnologías de menor costo y de fácil manipulación, como las redes sociales y plataformas web, espacios óptimos donde los proyectos comunicacionales pueden desenvolverse sin la necesidad de contar con financiamiento.

En ese sentido, esta memoria se propuso, en una primera instancia, explorar las prácticas comunicacionales de seis organizaciones y medios comunitarios en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso, haciendo énfasis en la articulación y funcionamiento de éstos en sus territorios. Mientras que en una segunda instancia se centró en las prácticas periodísticas y comunicativas de la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe.

2.4. Percepción del rol y Desempeño del rol

Aunque en un principio esta memoria se propuso explorar la articulación de las organizaciones y medios comunitarios en sus respectivos territorios, resultados emergentes en el estudio de las seis organizaciones y medios comunitarios -que son desarrollados en el

capítulo de análisis- fundaron un nuevo interés investigativo: conocer las prácticas periodísticas y comunicativas de Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe.

Para aquello, se agregó una categoría de análisis acerca del rol de esta radio, comprendiendo el concepto de rol en dos instancias: la percepción previa a la ejecución misma, y otra relacionada directamente con el hacer o aplicación del rol idealizado. Asumiendo que un rol siempre va acompañado de una función práctica, la que en ocasiones podría no estar tan relacionada con el rol al que representa.

En ese sentido, este apartado expone diversas definiciones acerca del rol y role performance que sustentaron el análisis de las prácticas periodísticas y comunicativas de la radio.

En primer lugar, cabe señalar que “los roles establecen quién debe hacer cierta cosa, cuándo y dónde debe hacerla” (Vander Zanden, 1995, p. 272). Es decir, se subentiende que un rol es la asociación de una función determinada a un estereotipo determinado.

Así lo señala James Vander Zanden (1995), estableciendo que durante las actividades cotidianas las personas tienden a clasificar mentalmente a otras en diversas categorías sociales, según ciertos comportamientos y atributos comunes.

Junto con lo anterior, el sociólogo estadounidense John Lofland (1967), señala que los roles son rótulos que indican a las personas cómo representarse o actuarse frente a los demás, por lo que la percepción del rol se enfocó en la fase que antecede a la representación en la esfera social, es decir, las concepciones previas a la aplicación efectiva del rol (Lofland 1967, p. 9-10: en Vander Zanden, 1995).

De esa manera, se entendió a la percepción del rol en un nivel abstracto y como una instancia previa a las acciones y comportamientos que responden a tal percepción del rol

como un tipo ideal. Es decir, la autopercepción y la autodescripción de las organizaciones y medios comunitarios estudiados respecto de sus roles en la comunidad en la que se sitúan. Vale decir, qué función creen y pretenden cumplir en el territorio en el que se desarrollan.

Al respecto, se distingue a la percepción de roles como primera instancia, en relación a las expectativas que tiene un periodista o medio respecto de su rol en la sociedad; y al desempeño de roles o Role Performance en segunda instancia, como el resultado de la práctica de estilos periodísticos (Mellado et al, 2017).

En ese sentido, la lógica del desempeño de roles acotada al quehacer periodístico, deviene en los roles periodísticos que Mellado (2014) define como “un conjunto particular de ideas y de prácticas por las cuales los periodistas legitiman su papel en la sociedad y hacen su trabajo significativo.

Junto a esto, postula seis dimensiones que ayudan a analizar la presencia de distintos tipos de desempeño periodístico en contenidos noticiosos, y permiten probar su validez dentro de la sociedad. Pese a esto, es importante tener en cuenta que dichas concepciones de roles no necesariamente corresponden al desarrollo real de la profesión (Benson & Neveu, 2005: en Mellado, 2014).

La primera dimensión, denominada *intervention*, se asocia a la presencia o ausencia de la voz periodística en las noticias, de modo que los profesionales intervienen directamente en los hechos, llegando incluso a actuar como defensores de los diferentes grupos sociales. De esa manera, un mayor nivel de presencia de voz periodística implica mayores niveles de intervención, y viceversa.

Para ello, Mellado (2014) propone cinco indicadores que permiten identificar esta dimensión: la opinión, la interpretación, las propuestas y demandas de los periodistas, el uso de los adjetivos calificativos y el uso de la primera persona.

En Chile, este rol periodístico se presenta en un 33.1 % de los artículos publicados en la prensa nacional (Helmüller & Mellado, 2016); textos en los que se observa, principalmente, la cobertura de fuentes políticas desde un papel intervencionista.

La segunda dimensión, denominada *Watchdog* o periodismo de vigilancia, busca responsabilizar a los gobiernos, las empresas y las instituciones públicas de las acciones que llevan a cabo. Asimismo, se preocupa de examinar el comportamiento “oficial”, visibilizando los casos de corrupción, bloqueo político de iniciativas legales, acoso, desinformación, violaciones de derechos humanos y abusos corporativos cuando estos ocurren, ejerciendo como el “cuarto estado” (Waisbord, 2000: en Mellado, 2014).

En ese sentido, el rol de los periodistas -quienes toman una posición crítica y escéptica- consiste en cuestionar explícitamente la veracidad de las declaraciones o hechos que realizan las personas que se encuentran en las esferas de poder.

Cabe destacar que Mellado y Van Dalen (2014) encontraron que los periodistas chilenos consideraban que el papel de vigilante era uno de los papeles más importantes; cuatro de cada 10 identificaron el valor como extremadamente importante. Sin embargo, la aplicación de este rol periodístico en Chile abarca sólo un 11,2 % en artículos noticiosos, mientras que en Estados Unidos alcanza un 54,3 %.

Al respecto, señalan tres factores que explican la menor manifestación del modelo de vigilancia en la prensa chilena: (1) la estructura de propiedad de los medios de comunicación, ya que la mayoría de los periódicos en Chile son propiedad de sólo dos grandes holdings; (2) el impacto de la comercialización en el cambio de un tipo de periodismo más orientado al ciudadano y vigilante hacia el entretenimiento y la búsqueda del beneficio económico; (3) y el miedo y la autocensura de la prensa a raíz de la política chilena luego de la dictadura. De hecho, las leyes chilenas aún están lejos de garantizar las

libertades de los medios e incluyen, por ejemplo, sanciones por captura secreta de imágenes o sonidos, y posibles castigos por calumnias y difamaciones (Hellmueller & Mellado, 2016).

En tercer lugar, la dimensión *loyal-facilitator* o leal-facilitador se caracteriza por ser defensora de los poderosos (Sparrow, 1999: en Mellado, 2014) y prestar servicio a éstos. A diferencia del periodismo de vigilancia, en esta dimensión los periodistas actúan como socios gubernamentales y constructores de naciones, ayudando en el desarrollo de los gobiernos, la preservación de la armonía social y el fortalecimiento de la unidad nacional.

Asimismo, promueve las acciones ejecutadas por las esferas de poder, construyendo una imagen positiva de los grupos políticos y económicos. Asimismo, fomenta el sentido de pertenencia y el prestigio nacional al impulsar la unidad Estado-nación.

Por otro lado, en Chile, la dimensión de leal-facilitador muestra la menor incidencia entre los seis roles. Ninguno de sus indicadores es incluido en más del 3,6% de las historias, lo que se traduce en un 8,4 % del total de artículos periodísticos chilenos revisados (Hellmueller & Mellado, 2016).

Además, es interesante mencionar que en Chile esta dimensión junto con el periodismo de vigilancia se posiciona por debajo de los otros papeles periodísticos con un 8,4% y un 11,2 % respectivamente.

Por su parte, el periodismo de servicio o *service*, asociado con el periodismo de estilo de vida (Hanusch, 2012: en Mellado, 2014), tiene como finalidad entregar información, conocimiento y asesoramiento aplicables a la vida cotidiana de la audiencia. Junto a lo cual, se caracteriza por la presencia de consejos que ayudan a manejar los problemas de las personas con su entorno cercano; y la presencia de consejos que permiten resolver conflictos propios de cada individuo. En ambos casos, se tiende a incluir la opinión de expertos, aparte de la de los periodistas para discutir un tema.

Llama la atención que la aplicación del periodismo de servicio en la prensa chilena alcanza apenas un 11.5%. Ésto se debe a que la noción de consumidor como cliente es aún muy reciente en la sociedad chilena (Helmüller & Mellado, 2016). No obstante, otra posible razón es que la sección de medios y noticias analizada por este tipo de estudios alude a la agenda noticiosa, y no a revistas u otros ámbitos del periodismo que sí podrían presentar mayores índices de esta dimensión (Mellado & Lagos, 2014).

Por otro lado, la quinta dimensión corresponde al periodismo *infotainment*, o periodismo de infoentretenimiento, el cual se caracteriza por crear contenidos informativos que estimulan los sentidos de la audiencia, provocando respuestas emocionales en ella (Grabe et al, 2001: en Mellado, 2014) mediante el uso de recursos narrativos y audiovisuales que destacan lo inusual, espectacular o inesperado. Para lo cual, se utilizan herramientas como la exageración, la hipérbole, el uso de adjetivos superlativos dramáticos o el uso de metáforas (Benson 2002: en Mellado, 2014).

En esta dimensión, los periodistas apelan a una hibridación entre entretenimiento e información, poniendo en primer lugar al entretenimiento y la comercialización de los contenidos, pero sin dejar de lado el poder informativo de estos.

En el contexto chileno, la prensa recurre al uso de emociones en un 14,3%, a elementos sensacionalistas en un 13% y a la personalización en un 12% (Mellado & Lagos, 2014). Asimismo, tiende a prevalecer el morbo y el escándalo utilizando imágenes, videos y audios con situaciones dramáticas, y describiendo extensamente los hechos para sensibilizar con mayor facilidad a la audiencia. Es decir, se usa el morbo como técnica periodística para exacerbar la atención de la audiencia, presentando explícitamente escenas de sexo, corrupción, delitos, violencia, etcétera.

Finalmente, en la dimensión cívica (Nip, 2006: en Mellado, 2014), conocida también como periodismo comunitario (Lauterer, 1995: en Mellado, 2014), los periodistas cumplen el rol de promover la participación del público en la vida social, política y cultural (Dahlgren, 1995: en Mellado, 2014), estimulando la deliberación ciudadana e instruyendo a la comunidad acerca de sus deberes y derechos.

La noción cívica del periodismo tiene un 22,2% de presencia en la prensa nacional, y cuenta con tres indicadores básicos: la perspectiva ciudadana, las preguntas ciudadanas y la demanda ciudadana; los cuales están orientados a brindar espacios de expresión a la comunidad, escuchando sus historias y sus opiniones sobre asuntos públicos (Kurpius, 2002; Voakes, 2004: en Mellado, 2014).

Por un lado, a perspectiva ciudadana implica una o más voces ciudadanas dentro de la noticia para mostrar cómo la comunidad percibe diferentes decisiones institucionales. Por otro lado, la demanda ciudadana considera las propuestas de los ciudadanos, quienes exponen formas en las que las decisiones políticas pueden ser manejadas. Finalmente, la pregunta ciudadana, dirigida a personas situadas en las esferas de poder, se manifiesta cuando los periodistas informan sobre preocupaciones, inquietudes y peticiones de la comunidad, permitiendo que los agentes gubernamentales estén al tanto de las necesidades sociales que existen dentro de la sociedad.

Respecto de estos indicadores, en la prensa chilena las noticias muestran un 6,5% de temas relacionados con la perspectiva ciudadana, un 5,5% de impacto local, y un 5,0% de información sobre actividades ciudadanas. Junto a lo cual la demanda de los ciudadanos y la credibilidad de éstos están menos presentes con un 4,1 % y un 3,5% respectivamente (Mellado & Lagos, 2014).

En síntesis, cabe destacar que a diferencia del rol periodístico de vigilancia -cuya manifestación alcanza el 11,2%- en Chile existe una tendencia hacia el uso de los roles de intervención (33,1%), cívico (22,2%) e infoentretenimiento (28,1%). De hecho, en la

prensa chilena las fuentes políticas son frecuentemente cubiertas con los modelos de intervencionismo e infoentretenimiento, posicionando a este último en un 28,1 % de la prensa chilena (Helmüller & Mellado, 2016).

En definitiva, es posible observar que en la prensa chilena existen diferencias entre la concepción de los roles periodísticos y el desempeño de éstos, resultados que fueron tomados en cuenta como referencia para el análisis de las prácticas comunicativas y periodísticas en la Radio Comunitaria Población Aconcagua.

Cabe agregar que Mellado (2014) es precisa al problematizar la tensión entre poder y quehacer periodístico. A saber:

Journalism is decisive in the exercise of power in modern societies, and the way that journalists deliver news information has a profound impact on the shaping of the public and private debate. Since professional roles legitimize journalism in a particular society, and the public evaluates journalism based on what they can see, it is important to know how those roles become manifest in content, in order to understand better how journalism justifies its existence over professional work. [El periodismo es decisivo en el ejercicio del poder en las sociedades modernas, y la forma en que los periodistas difunden información tiene un profundo impacto en la conformación del debate público y privado. Dado que los papeles profesionales legitiman el periodismo en una sociedad en particular, y el público evalúa el periodismo basado en lo que pueden ver, es importante saber cómo se manifiestan esos papeles en el contenido, para entender mejor cómo el periodismo justifica su existencia sobre el trabajo profesional.] (Mellado, 2014, p. 2).

Es por esto, que se puede afirmar que el periodismo tradicional juega un rol primordial en la construcción del imaginario colectivo de las sociedades modernas (van Dijk, 2009).

No obstante, para efectos de esta investigación se analizó la articulación del desempeño de las dimensiones periodísticas a partir de sus percepciones previas en la Radio Comunitaria Población Aconcagua. Entendiendo que la percepción y posterior ejecución de estas prácticas periodísticas o comunicativas se podían manifestar en versiones clásicas, intuitivas, y novedosas, lo que podría abrir un nuevo campo investigativo respecto de las nociones y aplicaciones de los roles comunicativos o periodísticos en las radios comunitarias.

Finalmente, se reemplazó el concepto “periodista” por “comunicador”, pues tal como señala Ramírez (2015), los medios comunitarios permiten que las personas que no tienen conocimientos específicos en el área de las comunicaciones puedan desenvolverse en éste, aspecto que fue considerado en esta investigación.

Capítulo 3: Marco Metodológico

3.1. Enfoque y estrategia metodológica

Se asumió que la sociedad y el objeto de estudio son parte de un sistema complejo de relaciones, subjetivo y múltiple (Canales, 2006), por lo que la investigación se define como cualitativa, exploratoria y descriptiva.

Por un lado, los estudios exploratorios se utilizan cuando el propósito es investigar un tema poco estudiado de forma previa, por lo que “sirven para preparar el terreno y por lo común anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos” (Hernández et al, 2010, p. 78).

Asimismo, los estudios descriptivos tienen como fin “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al, 2010, p. 80).

En ese sentido, esta memoria constituyó una oportunidad para trazar líneas en un ámbito que hoy en día es desconocido, pues si bien en Chile se han realizado estudios que abordan la comunicación comunitaria, tanto en organizaciones como en medios comunitarios, las comunas periféricas no han sido protagonistas respecto del objeto de estudio.

Los estudios exploratorios son como realizar un viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ningún documental ni leído algún libro, sino que simplemente alguien nos hizo un breve comentario sobre el lugar. Al llegar no sabemos qué atracciones visitar, a qué museos ir, en qué lugares se come bien, cómo es la gente; en otras palabras, ignoramos mucho del sitio. Lo primero que hacemos es explorar (Hernández et al, 2010, p. 78).

Según lo referenciado en el capítulo uno, se afirma que la mayoría de las investigaciones realizadas hasta la fecha se enfocan en las grandes áreas urbanas, y no enfatizan en las particularidades de las zonas periféricas.

Entonces, teniendo en cuenta que “los estudios exploratorios sirven fundamentalmente para descubrir y prefigurar” (Hernández et al, 2010, p. 80), y que “los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno” (Hernández et al, 2010, p. 80), se aplicaron los dos enfoques para investigar en las prácticas comunicacionales y periodísticas de las organizaciones y medios comunitarios de las comunas periféricas de la Región de Valparaíso, específicamente de Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe.

En ningún caso se debe entender como un estudio que permite una generalización sobre la temática planteada, sino como la construcción emergente de un cuerpo explicativo para el fenómeno estudiado de manera situada, es decir, en un contexto y tiempo definidos claramente.

Específicamente, la metodología de investigación aplicada fue la Teoría Fundamentada de Strauss y Glaser (2006), la cual utiliza un conjunto sistemático de procedimientos para desarrollar una teoría fundamentada derivada inductivamente sobre un fenómeno" (Strauss & Corbin, 1990, p. 24). En concreto, es un método de investigación que trabaja de abajo hacia arriba porque asume que la teoría está contenida en los datos recolectados, por lo cual emerge de la codificación y análisis de estos.

En un principio, la investigación fue diseñada para trabajar con diversos casos con el objetivo de caracterizar las prácticas comunicacionales y periodísticas respecto de las variables territoriales y sociales de organizaciones y radios comunitarias de comunas no periféricas.

Sin embargo, debido a la emergencia de un nuevo interés investigativo fundado en los hallazgos de la caracterización de los seis casos, y a las barreras estructurales de acceso al campo como las distancias geográficas y las dificultades para establecer contacto con más organizaciones y medios comunitarios, se decidió enfocar el estudio en la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe, debido a sus características teóricamente

relevantes y a la disposición de sus plataformas digitales para el análisis de sus contenidos mediante la técnica de etnografía digital.

En este sentido, cabe recordar que el estudio de caso no es una técnica determinada para conseguir datos, sino que “al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta; analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar alguna teoría” (Hernández et al, 2010, p. 163).

Finalmente, respecto de la variable temporal, esta investigación fue transversal al realizarse una vez en un espacio temporal determinado. Además, el nivel de análisis estuvo situado en las esferas macrosocial y organizacional, ya que se enfocó en elementos estructurales y en prácticas comunicacionales de medios y organizaciones.

A continuación, se explican las tres fases mediante las cuales se recolectó, investigó y analizó el contenido para esta memoria.

3.2. Fase de inmersión

Para realizar la fase de inmersión en el campo se aplicaron dos criterios excluyentes:

1. Que fueran organizaciones y medios de comunicación sin fines comerciales.
2. Que estos medios y organizaciones se encontraran en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

El primer criterio permitió enfocar la investigación en proyectos con perfiles comunitarios o ciudadanos. Mientras que el segundo criterio abrió la posibilidad de que todos los proyectos comunitarios que se encuentran en las comunas periféricas de la Región

de Valparaíso fueran considerados en la muestra. De este modo, se descartaron las comunas que pertenecen al Gran Valparaíso: Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana; lo que enfocó el estudio en las comunas que están fuera de esta gran área urbana.

A partir de ambos criterios, el universo fueron todas las organizaciones y medios de comunicación no comerciales del país, mientras que la muestra consistió en las organizaciones y medios de comunicación no comerciales ubicados en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

Para contactar a las organizaciones y medios de las comunas periféricas, se recurrió, en primera instancia, a revisar los listados publicados por los organismos de Gobierno y las municipalidades de estas comunas en sus sitios web. En segunda instancia, los primeros entrevistados se convirtieron en informantes claves que permitieron contactar a otras organizaciones y medios comunitarios mediante un muestreo en cadena.

Los criterios aplicados para seleccionar a los entrevistados y posteriores informantes claves fueron:

1. Que mantuvieran un rol activo como actores sociales en alguna organización o medio comunitario de una comuna periférica.
2. Que contaran con una extensa trayectoria al interior de la organización o medio, idealmente que formara parte desde sus inicios.

En ese sentido, el contacto que se estableció con los informantes clave fue el factor que posibilitó las muestras en cadena o por redes.

Se identifican participantes clave y se agregan a la muestra, se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar datos más amplios, y una vez

contactados, los incluimos también. La investigación sobre la guerra cristera operó en parte con una muestra en cadena (los sobrevivientes recomendaban a otros individuos de la misma comunidad) (Hernández et al, 2010, p. 398).

De este modo, entre octubre de 2016 y marzo de 2017 se aplicaron entrevistas semiestructuradas a ocho proyectos comunitarios, las cuales son “guiadas por un conjunto de preguntas y cuestiones básicas a explorar, pero ni la redacción exacta ni el orden de las preguntas está predeterminado” (Valles, 1999, p. 178).

Los proyectos implicados fueron: Enanitos Verdes de Concón; Cultiva Medicina, Centro Cultural Estación Riquelme y Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe; Modatima de Petorca; Comunidad Hindú Vaisnava de Catemu; Radio Favorita de Quintero; y Radio Océano de Puchuncaví. Por lo que la muestra inicial fue de ocho casos.

3.3. Fase de caracterización: codificación en Google Drive y Atlas.ti

En el transcurso de esta fase se descartaron dos de las ocho entrevistas realizadas: Enanitos Verdes de Concón y Comunidad Hindú Vaisnava de Catemu.

Enanitos Verdes se descartó por su ubicación geográfica, la cual no se condice con los criterios de una comuna periférica pues opera en Concón, comuna que pertenece a la conurbación del Gran Valparaíso. No obstante, cabe mencionar que esta entrevista se efectuó como pre-test de la entrevista semiestructurada. De esa manera, pese a que esta organización fue descartada, poner en práctica la estructura de la primera entrevista permitió dar cuenta de las falencias de esta y desarrollar una tabla de preguntas-tipos según los objetivos de la memoria (ver anexos n° 1 y n° 2).

Por su parte, Comunidad Hindú Vaisnava de Catemu fue descartada debido a su perfil netamente religioso, el cual no brindó variables de análisis relevantes ni se acercó a los objetivos planteados en esta investigación. Esto, pese a cumplir con el criterio de comunidad periférica.

Una vez que se seleccionó la muestra definitiva de seis casos y que se transcribieron sus respectivas entrevistas, se dio inicio al proceso de codificación, el cual se llevó a cabo en tres instancias: abierta, axial y selectiva.

Cabe mencionar que los procesos de codificación de las seis entrevistas se realizaron mediante el software Atlas.ti¹, cuya concepción está situada en la Teoría Fundamentada de Glaser y Strauss (2006). Esta herramienta permitió, mediante exhaustivas revisiones de los datos, crear unidades de análisis y relaciones entre variables para construir inductivamente la teoría a partir de los datos.

El proceso de codificación abierta consistió en la creación de códigos comunes respecto de unidades de información o citas similares de las dos primeras entrevistas. Con el contenido de esas entrevistas se crearon los primeros códigos emergentes de la lista de códigos, como la ubicación geográfica, las fuentes de financiamiento, el estado legal, los objetivos del proyecto, las dificultades, entre otros.

En la fase de codificación axial, cuyo fin es agrupar datos y códigos para crear explicaciones más precisas, se crearon y relacionaron subcódigos específicos a partir de las categorías centrales y sus propiedades. Por ejemplo, en el caso del código de “dificultades”, se crearon nueve subcódigos asociados a distintos tipos de dificultades: legales,

¹ Atlas.ti es un conjunto de herramientas para el análisis cualitativo, que permite la organización, gestión y sistematización de grandes cuerpos de datos en formatos de audio, video y texto. El análisis se organiza a partir de una unidad hermenéutica que se compone de: (1) Documentos primarios (DPs): textos, imágenes y videos. (2) Citas: fragmentos escogidos en los DPs. (3) Códigos: unidades básicas de análisis aplicables a las citas. (4) Familias: que agrupan DPs, códigos y memos. (5) Redes: representaciones gráficas de relaciones entre variables. (6) Memos: notas prácticas y teóricas asociadas a códigos y citas.

financiamiento, cobertura, territoriales, materiales, culturales, recursos humanos, organizacionales e institucionales.

No obstante, antes de trabajar en Atlas.ti, la codificación abierta y axial de las entrevistas se realizó en los documentos de Google Drive, pues permitió codificar y discutir el proceso de emergencia de códigos. De esa manera, la discusión y aplicación de los primeros códigos emergentes se llevó a cabo escribiendo los códigos correspondientes en un comentario asociado a una cita determinada. Es decir, se aplicó la misma lógica del software en una herramienta más intuitiva y fácil de trabajar en grupo.

Figura N° 7: pantallazo de entrevista semiestructurada con comentarios en Google Drive (Fuente: Elaboración Propia).

The screenshot shows a Google Drive document interface. The document title is 'E7MED_SF_Aconcagua'. The menu bar includes 'Archivo', 'Editar', 'Ver', 'Insertar', 'Formato', 'Herramientas', 'Tabla', 'Complementos', and 'Ayuda'. The toolbar shows various editing options like bold, italic, underline, and text color. The main content area contains the following text:

grupo hasta que llegamos a un acuerdo, obviamente. Pero en sí, como grupo, nos llevamos bien. Si no, no estaríamos todavía. Gracias a dios, a pesar de todas las dificultades que ha tenido nuestra radio, que han sido muchas, estamos.

M1: ¿Son amigos o compañeros de trabajo?

E1: Mira, en parte amigos, como parte del grupo, y en parte compañeros de trabajo, porque son profesionales que casi no tienen tiempo. Hay varios que son profesionales, que son tres, y es poco el tiempo de que disponen. Cumplen con las reuniones, con su programa y de repente, cuando obtienen tiempo el fin de semana, sí nos juntamos, compartimos un café, compartimos, no sé, algún evento, porque solemos asistir a muchos eventos socioculturales, presentaciones de artistas, artesanos, de presentaciones a nivel de la municipalidad, de Cultura. Ahora mismo

On the right side, there are three comment boxes:

- Camila Gatica** (16:08 17 jul.): relaciones humanas: profesional y cercana
- Camila Acevedo** (14:10 27 abr.): Integrantes estables
- Gian Perfetti** (17:20 24 jul.): autodescripción

Below the last comment is a text input field labeled 'Responde...'. At the bottom, another comment from **Camila Acevedo** (18:59 16 jul.) is visible: vinculación con el medio espacio artistico.

Para la codificación axial se aplicó la misma lógica, por lo que la consolidación de la lista de códigos y codificación definitiva de las entrevistas se realizó primero en Google

Drive (ver anexo n° 3), y luego toda la información fue traspasada al software para seguir con la última fase de codificación y posterior exportación de información.

En tercer lugar, mediante la codificación selectiva los códigos consolidados en la codificación abierta y axial se organizaron alrededor de un concepto argumentativo relevante. Es decir, se crearon cuatro familias de códigos asociados a citas y memos, que fueron denominadas:

I. Contextualización: objetivos del proyecto, duración del proyecto, estado legal, fuente de financiamiento, organización con medio, organización sin medio, dificultades, etapas del proyecto, lugar físico de la organización, relación con organizaciones/medios, condiciones materiales, organización interna, vinculación con el medio, acción colectiva, vinculación política, estrategia comunicacional, relaciones laborales, prácticas periodísticas, dato histórico/contextual, y relación con la comunidad.

II. Motivaciones: concepción de lo comunitario, motivaciones, proyecciones/expectativas, y profesión del integrante.

III. Percepción del rol: autodescripción del medio/organización, autopercepción del medio/organización, percepción de otros medios/organizaciones, línea editorial, opinión sobre la institucionalidad, y opinión sobre los medios tradicionales.

IV. Role Performance: *intervention, loyal-facilitator, watchdog, service, civic, infotainment*, temas, difusión, acción colectiva, y prácticas periodísticas.

Una vez conformadas las familias de códigos en Atlas.ti se procedió a la redacción de memos o notas que permitieron complementar la información codificada en las entrevistas. Cada memo se vinculó a un código determinado con el mismo nombre, y contuvo información relevante de cada código, como su descripción, teorías relacionadas a las citas, y, finalmente, un breve análisis sobre el contenido, tanto de las entrevistas semi-estructuradas como de las plataformas digitales.

Finalmente, los ciclos de codificación otorgaron la información necesaria para la caracterización básica de las seis organizaciones y medios comunitarios.

3.4. Fase de selección de caso: Google Drive, Atlas.ti y etnografía digital

Luego de la caracterización de los casos de Cultiva Medicina, Modatima, Radio Favorita, Radio Océano, Centro Cultural Estación Riquelme y Radio Comunitaria Población Aconcagua, fue posible extraer información determinada de cada uno, conformando elementos estructurales a partir de sus particularidades.

Sin embargo, dos factores determinantes cambiaron el enfoque inicial de la investigación. En primer lugar, emergió un nuevo interés investigativo fundado en hallazgos de la caracterización de los seis casos, los cuales son desarrollados en profundidad en el capítulo de análisis. En segundo lugar, surgieron barreras estructurales de acceso al campo como las distancias geográficas y las dificultades para establecer contacto con otras organizaciones y medios comunitarios, lo que limitó la posibilidad de realizar la idea original de este proyecto, el cual era conocer la articulación de las prácticas comunicacionales de al menos 20 organizaciones y medios comunitarios en comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

En ese sentido, se decidió enfocar la investigación en un estudio de caso sobre la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe, debido a sus características teóricamente relevantes y a la disposición de sus plataformas digitales para el análisis de sus contenidos mediante la técnica de etnografía digital.

Específicamente, el interés investigativo que surgió sobre la radio fue la relación entre la percepción de su rol en la comunidad y la aplicación práctica de éste según las seis dimensiones de *Role Performance* (Mellado, 2014), asumiendo que la noción previa del rol está asociada e intencionada a una función práctica, lo que permitió conocer cómo se

articulan sus prácticas comunicativas y periodísticas desde su origen, es decir, desde cómo las conciben, de dónde nacen, por qué nacen y cómo se aplican en términos prácticos.

Cabe aclarar que las nociones sobre percepción del rol de Radio Comunitaria Población Aconcagua fueron extraídas de la entrevista semiestructurada, mientras que las prácticas comunicativas y periodísticas asociadas al *Role Performance* se extrajeron mediante etnografía digital.

La técnica de recolección de datos que se aplicó para el estudio de este caso fue la etnografía digital de sus plataformas, la cual permite estudiar el modo en el que los integrantes de Radio Comunitaria Población Aconcagua las utilizan. Ésta se basa en el método básico de estudio de la antropología: la etnografía.

En su forma básica, la etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo. El etnógrafo habita en una suerte de mundo intermedio, siendo simultáneamente un extraño y un nativo. Ha de acercarse suficientemente a la cultura que estudia como para entender cómo funciona, sin dejar de mantener la distancia necesaria para dar cuenta de ella (Hine, 2004, p. 13).

La etnografía digital busca delimitar su campo de investigación en torno a las interacciones sociales que se presentan en aquellas comunidades que utilizan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el contexto de la Sociedad de la Información (SI), “particularmente de aquellas que concurren en el llamado ciberespacio” (Sandoval, 2007, p. 77).

Además, la etnografía considera a los medios de comunicación social como plataformas de investigación, o bien como una herramienta, pero por sobre todo como un sistema de inteligencia en el que se generan distintas formas de percepción y recepción. En este sentido, y para efectos de esta investigación, las plataformas que se desarrollan en Internet fueron entendidas como un objeto de estudio, de las cuales fueron extraídas

distintas expresiones comunicacionales y prácticas periodísticas de la Radio Comunitaria Población Aconcagua.

De este modo, la etnografía digital se empleó como la descripción y caracterización de las prácticas comunicativas de la radio en la esfera del hacer o *Role Performance*.

Una etnografía virtual es aquella que se sumerge totalmente en la realidad consensuada y vivida por grupos de personas que usan la comunicación mediada por ordenador como su primario, y a menudo único, medio de comunicación (Viana & Chaves, 2013, p. 92).

Particularmente, las plataformas investigadas fueron Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Para la codificación de las plataformas digitales, se escogieron al azar catorce fechas entre el 1 de mayo y el 30 de junio de 2017; siete fechas en el primer mes, y siete fechas en el segundo mes. Las fechas tenían como requisito representar un día de la semana por mes, con la finalidad de implementar un análisis por semana construida. Teniendo en cuenta lo anterior, el sorteo se realizó utilizando el sitio web alazar.info,² en el cual se sortearon todas las fechas equivalentes a un día de la semana por mes. Una vez seleccionada la fecha, se repetía el proceso con el día siguiente. De este modo, las fechas seleccionadas fueron las siguientes:

Día/ Mes	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mayo	1	9	31	4	19	27	14
Junio	26	20	7	29	23	3	18

No obstante, pese a que la forma de recolección de datos cambió respecto de la entrevista semiestructurada, el análisis del material recolectado mediante etnografía digital se estructuró bajo la misma lógica que en la fase de caracterización. Las fases de codificación abierta y axial se realizaron en documentos de Google Drive con imágenes

² <http://www.alazar.info/generador-de-sorteos>

extraídas de las plataformas digitales y extractos de los programas radiales (disponibles en YouTube), y los códigos emergentes se fueron sumando a la lista de códigos levantada en la fase de caracterización.

En esta instancia, se observó que las plataformas digitales más utilizadas por la radio son la *fanpage* Facebook y el canal de YouTube, mientras que las cuentas de Twitter e Instagram se limitan a replicar los contenidos de Facebook y publicar fotos de algunos programas en vivo, respectivamente, por lo actúan como complementos y se usan con menor frecuencia. En consecuencia, el análisis etnográfico digital de la Radio Comunitaria Población Aconcagua finalmente se centró en Facebook y YouTube, desde donde se recuperaron las figuras y extractos a exponer el capítulo 4 de la presente memoria.

Cuando concluyó la codificación abierta y axial en Google Drive del material recolectado en las plataformas digitales de la radio, y la lista de códigos llegó a su punto de saturación, los datos fueron traspasados a la plataforma Atlas.ti en la cual se creó otra unidad hermenéutica en la cual se agregaron los archivos relacionados únicamente con el análisis de la Radio Comunitaria Población Aconcagua, es decir su entrevista y sus datos de plataformas digitales.

Al igual que en la fase de caracterización, en la codificación selectiva se agruparon los códigos -vinculados previamente a citas y memos- que compartían características en común en cuatro familias: Contextualización, Motivaciones, Percepción del rol, y *Role Performance*. Cada una de estas familias agrupó los mismos códigos expuestos en la sección anterior. Asimismo, se procedió a la redacción de memos de la misma manera que en la fase de caracterización, los que permitieron triangular la información recolectada con la teoría, los códigos y las citas.

Es importante mencionar que tanto la codificación del material como la redacción de los memos se constituyeron como el inicio del análisis, información que al vincularse entre sí y con lo planteado en el marco teórico de esta investigación finalizó el proceso en

Atlas.ti mediante la extracción de informes que triangularon los datos. Así se conformó el capítulo de análisis y presentación de resultados.

Cabe destacar que uno de los beneficios de haber utilizado etnografía digital fue que no se generó influencia del observador, por lo que no se interfirió en el actuar digital de la radio. De esa manera, el trabajo de análisis se realizó bajo la lógica de un embudo, desde las generalidades de los seis casos propuestos hasta el estudio específico de la Radio Comunitaria Población Aconcagua, la que fue problematizada desde las características encontradas.

Figura N° 8: diagrama de metodología de la investigación (Fuente: Elaboración Propia).

FASES DE INVESTIGACIÓN	CRITERIO	MUESTRA	TÉCNICA	ANÁLISIS
INMERSIÓN	Selección de organizaciones y medios no comerciales ubicados en comunas periféricas de la Región de Valparaíso	8 organizaciones y medios comunitarios ubicados en comunas periféricas de la Región de Valparaíso	Entrevista semi-estructurada	-----
CARACTERIZACIÓN	Caracterización de los proyectos estudiados. Para esto se descartó la organización Enanitos Verdes, pues no pertenecía a una comuna periférica; y la Comunidad Vaisnava, ya que la información de este proyecto no era relevante.	6 organizaciones y medios comunitarios ubicados en comunas periféricas de la Región de Valparaíso	Entrevista semi-estructurada	Codificación (abierta, axial y selectiva) mediante Atlas.ti
SELECCIÓN DE CASO	Análisis de caso con interés investigativo basado en la relación entre la percepción del rol y la aplicación práctica de éste. Fue seleccionada la Radio Comunitaria Población Aconcagua debido a sus características teóricamente relevantes y a la disposición de sus plataformas digitales para el estudio de sus contenidos.	1 medio comunitario ubicado en una comuna periféricas de la Región de Valparaíso: Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe.	Entrevista semi-estructurada Etnografía digital	Codificación (abierta, axial y selectiva) mediante Atlas.ti

3.5. Aspectos éticos

Para el buen desarrollo de la investigación, fue necesario tener en cuenta ciertos aspectos éticos propios del Periodismo, principalmente para el correcto desarrollo de las entrevistas semi-estructuradas.

En primer lugar, fue de carácter obligatorio informar previamente a los entrevistados que serían grabados, ya que de no hacerlo podían manifestar reparos sobre la información entregada, restringiendo el material de análisis.

En segundo lugar, se procedió a firmar documentos de confidencialidad entregados por el investigador responsable del Fondecyt N°11140751 asociado a esta memoria, para asegurar que la información fuera utilizada únicamente con fines académicos.

En tercer lugar, al final de cada entrevista el entrevistado tuvo la oportunidad de señalar si deseaba eliminar algún fragmento de esta o si prefería que no fuera considerada en la investigación, haciendo uso de su derecho a la confidencialidad.

Capítulo 4: Análisis y presentación de resultados

El análisis y presentación de resultados se divide en dos secciones. La primera sección corresponde a la fase de caracterización a partir de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a los seis proyectos comunitarios: Modatima, Cultiva Medicina, Radio Favorita, Radio Océano, Centro Cultural Estación Riquelme y Radio Comunitaria Población Aconcagua.

En la segunda sección se desarrolla la selección del caso de estudio, en la que se presentan los resultados y se analiza en profundidad la percepción del rol de Radio Comunitaria Población Aconcagua en su comunidad, y su desempeño de roles periodísticos, problematizando la tensión entre ambas instancias.

4.1. Aproximaciones a las características de los proyectos comunitarios

En este apartado se describen y analizan las características de los seis proyectos comunitarios, considerando sus contextos sociodemográficos y aspectos como el origen, los objetivos, las dificultades financieras y legales, sus motivaciones, sus prácticas comunicativas, entre otros.

4.1.1. Contextualización

En primer lugar, Radio Favorita de Quintero y Radio Océano de Puchuncaví, son medios sin fines de lucro que comenzaron a funcionar en 2005 y 2001 respectivamente, situándose como los proyectos comunitarios de mayor duración entre los seis.

En segundo lugar, Modatima es una organización de Petorca que se creó el 2012, con el fin de denunciar el robo de agua en los ríos La Ligua y Petorca por parte de grupos políticos y económicos de la zona.

En algún minuto el 2009 dijimos “tenemos que organizarnos, pero tenemos que tener un carácter distinto”, y ese carácter distinto tenía que ver inicialmente con denunciar el robo de agua en la provincia de Petorca (Modatima, 2017).

En tercer lugar, los tres proyectos investigados de San Felipe, Centro Cultural Estación Riquelme, Radio Comunitaria Población Aconcagua y Cultiva Medicina, se crearon en marzo de 2015, febrero de 2016 y marzo de 2016, respectivamente.

El Centro Cultural Estación Riquelme es una organización que entrega sus espacios para la realización de todo tipo de actividades gratuitas de la comunidad, las que en su mayoría son familiares.

Este espacio no es eminentemente para el arte o para la ecología, no, tenemos un giro que es holístico, o sea, quiere patentarse con varias áreas y varias disciplinas del desarrollo humano (Estación, 2017).

Por su parte, Radio Comunitaria Población Aconcagua es un medio sin fines de lucro del Valle del Aconcagua, cuya programación se enfoca en brindar espacios de expresión a la comunidad en la que se desarrolla, haciendo énfasis en los artistas y bandas locales.

Esto es lo que queremos, generar espacios, que los locales reciban a la gente, y que personas como tú, músicos como tú, como Eduardo Aguilera y el Seba Molina, puedan estar en todos los lugares del mundo (Aconcagua, 2017).

Finalmente, Cultiva Medicina es una organización sin fines de lucro que estudia los usos que tienen las plantas medicinales, específicamente del cannabis. En ese sentido, se preocupan de informar y educar sobre sus usos terapéuticos y recreativos, y sobre su marco legal, para lo cual organizan actividades con la comunidad de San Felipe y generan material de apoyo.

Una organización sin fines de lucro que nace, más menos, en el año 2011 y que su figura legal, digamos, es una organización de estudios y usuarios de plantas medicinales ¿ya? Y nos dedicamos principalmente a informar y educar a la población a nivel nacional sobre el uso del cannabis medicinal, ya sea a nivel terapéutico y recreacional, y también a informar sobre el marco teórico, o sea, legal, perdón del cannabis en nuestro país (Cultiva, 2017).

De esa manera, en los seis proyectos existe un factor territorial (Svampa, 2008) desde la lógica de centro y periferia (Cardoso & Falleto, 1998) respecto de los años de aparición y duración de estos. Porque aunque la concentración de recursos económicos e infraestructurales para organizaciones y medios comunitarios está en las comunas del centro (tan sólo la comuna de Valparaíso cuenta con un rango de 18 a 39 infraestructuras culturales, mientras que las comunas periféricas estudiadas no cuentan con más de siete cada una), los proyectos más recientes surgen pese a las adversidades económicas (baja adjudicación de fondos concursables) y legales (múltiples requisitos para poder legalizarse y mantenerse en funcionamiento) por la necesidad de disputar espacios de expresión locales.

De esa manera, el territorio se constituye como eje estructurante -más no determinante- para la aparición de proyectos comunitarios en cuanto a forma, temporalidad y motivaciones, entre otros. Entonces, si el territorio orienta apariciones de movimientos, organizaciones y medios comunitarios, es importante conocer el estatus legal que puede condicionar o posibilitar (Tarrow, 2004) el desarrollo de los proyectos comunitarios.

En ese sentido, se analizó si estos proyectos se encuentran inscritos y reconocidos por la legislación chilena, o si funcionan de manera clandestina, frente a lo cual cinco declararon tener personalidad jurídica y estar legalizados. De estas cinco, Radio Océano es la única que mencionó que en sus comienzos operó como radio clandestina.

En sus comienzos clandestina, como se le llamaba, no cierto, comunitaria (Océano, 2017).

Ésto se debe a que las condiciones legales en Chile dificultan las posibilidades de acción de los proyectos comunitarios, tanto para los inscritos como para los clandestinos. De allí la importancia de conocer sus motivaciones y objetivos para someterse a los marcos legales descritos en el primer capítulo de esta memoria.

4.1.2. Aproximaciones a los objetivos y motivaciones de los proyectos

Los medios del Tercer Sector se caracterizan por fomentar luchas contra las injusticias, los derechos humanos y el bienestar social. Además, entre sus objetivos, suelen promover la participación ciudadana o de ciertos grupos con intereses específicos, que pueden ser medioambientales, feministas o, incluso, sólo de hacer comunidad (Barranquero, 2015).

Asimismo, se sitúan en “la vanguardia de la problematización y divulgación del pensamiento crítico contemporáneo” (Barranquero, 2015, p. 16), adhiriéndose al refuerzo de los bienes comunes, cuidado del medioambiente, fomento de la democracia participativa y del pluralismo, y la consolidación de lazos sociales y sentidos de pertenencia.

En ese sentido, los verbos más usados por las organizaciones y medios comunitarios entrevistados para definir sus objetivos fueron: acercar, informar, educar, visibilizar, conocer, erradicar, defender, devolver, recuperar, instalar, construir, movilizar, generar, transformar, entregar, entretener, compartir, comunicar, expresar, difundir, reencantar, motivar, participar, mantener, acercar. Cabe agregar que los verbos corresponden a acciones, por lo que tienen un sentido material y político en estos proyectos comunitarios.

¿Objetivo principal? Yo diría que el objetivo principal es acercar a la gente. Somos la voz de la gente, porque aquí traemos desde un vecino hasta un candidato político (Aconcagua, 2017).

En síntesis: crecer, instalar en el debate la recuperación de los bienes naturales comunes, instalar en el debate la recuperación de los derechos sociales. Yo diría que ese es el propósito fundamental (Modatima, 2017).

Junto a estos verbos, las temáticas que se presentaron se relacionan con el uso de cannabis medicinal, la lucha por el acceso al agua, la tierra y la protección del medioambiente; la difusión de cultura y arte local; la creación y mantención de espacios para la comunidad; la motivación por el uso de espacios públicos; y las ganas de hacer radio por y para la comunidad.

Restituir la propiedad del agua, el dominio de la tierra. Hoy día es el único país del mundo que tiene separada la propiedad del agua del dominio de la tierra, y en rigor y en esencia, desmercantilizar el agua y recuperar el agua para las comunidades y los territorios. Ese es nuestro sueño, nuestro objetivo central y por eso luchamos todos los días, y fue un poco la declamación que hicieron las actrices y los actores en el cortometraje. Recuperar el agua para las comunidades y los territorios (Modatima, 2017).

Por tanto, estos proyectos promueven la participación ciudadana y persiguen fines variados (Barranquero, 2015) de interés para sus integrantes y la comunidad que los rodea. Específicamente, la Radio Comunitaria Población Aconcagua, bajo su lema “la radio de todos para todos”, tiene como principal objetivo ser un medio completamente abierto a la comunidad y causar un impacto local, de modo que puedan promover el empoderamiento de los vecinos del Valle del Aconcagua sobre sus espacios públicos.

Nosotros tenemos un pequeño eslogan, digámoslo así, el eslogan de la radio es “la radio de todos para todos”, porque esa es una radio que nació con la ayuda de todos, y es para todos. Aquí puede venir un vecino, puede venir un amigo, puede venir el director de un colegio, puede venir un candidato a alguna situación política, puede venir como ha venido la Cruz Roja, una consultora educacional. Entonces, queríamos hacer algo distinto, que la gente saliera a la calle, que la gente se empoderara en los espacios públicos. Aquí tenemos un sector, en la esquina, que es totalmente neutro, nulo, no tiene utilidad para nada, y nosotros quisimos darle una utilidad (Aconcagua, 2017).

De esa manera, la radio tiene como objetivo ser un medio “de”, “para” y “por” la comunidad, y no una radio más “en” la comunidad. Es decir, se enfoca en democratizar la comunicación, y que la comunidad piense por sí misma sus procesos sociales desde abajo hacia arriba, haciendo justicia a la raíz que comparten comunicación y comunidad (Kaplún, 2010).

Asimismo, existen diversas motivaciones para crear y participar en proyectos comunitarios, entre las cuales se pueden distinguir causas sociopolíticas, de sentimiento de indignación frente a ciertas situaciones; y causas relacionadas directamente con la actividad comunicativa, como razones personales, profesionales, formativas o de afición por un medio determinado (Barranquero, 2015).

En ese sentido, de los seis proyectos comunitarios, cinco se crearon por una motivación colectiva, mientras que Radio Favorita se creó por una motivación personal. En el caso de las motivaciones colectivas, el común denominador es que los proyectos se

fundaron para suplir una carencia en su entorno (como la falta de comunicación entre vecinos, corrupción, olvido del patrimonio local, entre muchos otros). De esa forma, la carencia condicionada por la posición periférica estructura y emplaza la acción colectiva.

San Felipe es cada vez más grande y existen también muchas localidades y comunas alrededor a las cuales, quizás, todavía no hemos podido llegar, entonces queremos descentralizar también este espacio y abrirlo a la periferia, abrirlo a las poblaciones que existen acá (Estación, 2017).

Nosotros evidenciamos el año 2015 en San Felipe, de que hacía falta un espacio en donde la gente pudiera ir ¿cachai? Donde se pudiera, más allá de lo institucional, más allá de la cultura oficial, que la mayoría de las veces, para nuestra crítica, la cultura oficial ¿Qué es lo que hace? Son eventos masivos y no se trabaja de manera permanente. Ese trabajo es una de las motivaciones reales, llegar, lograr y generar esas instancias ¿cachai? Desde lo cultural. Son instancias de formación y de giro de la pobreza, transformación, mutación artística (Estación, 2017).

En ese sentido, estas organizaciones y medios comunitarios buscan promover la participación en actividades y reuniones, para que la comunidad se reúna, se reconozca, comparta y se informe de lo que ocurre en su medio social.

No, porque aquí en la comuna no teníamos ningún medio comunicacional. Entonces, la cabrería de esos años quería expresarse de alguna u otra manera, con presentaciones artísticas, había que hacer un locutorio, había que tener una radio (Océano, 2017).

En el caso de la Radio Comunitaria Población Aconcagua, las motivaciones radican en la necesidad de crear un espacio para artistas locales que buscan difusión y en generar espacios de acción social y de cultura. Por lo mismo, la radio quiere que la gente salga de sus casas y se empodere de los espacios públicos para promover la participación de la comunidad en diversas actividades locales.

Entonces, queríamos hacer algo distinto, que la gente saliera a la calle, que la gente se empoderara en los espacios públicos. Aquí tenemos un sector, en la esquina, que es totalmente neutro, nulo, no tiene utilidad para nada, y nosotros quisimos darle una utilidad (Aconcagua, 2017).

Por otro lado, existen diversos motivos por los que las personas pueden interesarse en la comunicación comunitaria sin la necesidad de haber cursado estudios específicos en el área. En ese sentido, se analizó la profesión de los integrantes entrevistados de los proyectos comunitarios en relación a sus motivaciones.

De los seis proyectos investigados, solamente el entrevistado del Centro Cultural Estación Riquelme es periodista, mientras que el resto ejercen profesiones alejadas a las comunicaciones. En el caso de la Radio Comunitaria Población Aconcagua, no hay ningún periodista profesional que forme parte del equipo. Por lo mismo, realizaron un curso con material impartido por la Subtel para aprender nociones básicas de la labor que realizan los periodistas, tratando de emular la fórmula de los medios masivos enfocada en la comunidad.

La verdad que mis inicios fueron en la Universidad Técnica, ahí estudié yo Ingeniería en Difusión y Mecánica (Océano, 2017).

Yo no soy ni periodista, ni locutor, ni conductor. De hecho, nunca había estado en una radio. Yo me manejo en Informática hace 32 años (Aconcagua, 2017).

De esa manera, se tornó interesante la capacidad y motivación de los integrantes para aprender “haciendo” algunas nociones básicas e intuitivas del periodismo sin conocimiento previo; sino que solo por la motivación de hacer comunidad mediante herramientas comunicativas sin tener ninguna cercanía con la disciplina.

Es en ese sentido que la labor de estos proyectos comunitarios se torna más compleja, ya que los intentos de profesionalizar las formas de trabajo para erradicar el estigma de “clandestinidad” afecta los niveles de participación de los voluntarios (Kaplún, 2010), pues, aunque la motivación afectiva tiende a ser fuerte, profesionalizar la tarea implica otro tipo de inversiones en cuanto a tiempo, dinero, entre otros. Esto, porque las condiciones en las comunas periféricas dificultan sus accesos y por ende implican más esfuerzo.

Asimismo, junto a la constante profesionalización que pretenden lograr los integrantes de estos proyectos, respecto al territorio y la comunidad, existe una inversión afectiva que los motiva a trabajar en sus comunas mediante la acción colectiva. En ese sentido, todos los integrantes entrevistados son oriundos de las comunas en las que trabajan.

La mayoría de las personas que estaban dirigiendo la organización son personas nacidas y criadas en San Felipe, entonces querían aportar con este activismo al Valle del Aconcagua (Cultiva, 2017).

Volviendo a las motivaciones, Radio Comunitaria Población Aconcagua, por ejemplo, pretende transformarse en un espacio de comunicación entre vecinos, pues creen que muchas personas consideran a los contactos de redes sociales como amigos cuando sólo son contactos, por lo que falta una mayor comunicación con la gente en la vida real.

Me motivó la gente porque, como te decía recién, yo veía que había gente que decía “no, yo tengo mil 500 amigos, pero me saludan cinco”. ¿Amigos? No, no son amigos, son contactos en Facebook. Ya, ¿y qué pasó con los amigos? ¿Y qué pasó con los vecinos? (...) ¿Qué está faltando? Comunicación entre los vecinos, y algo que llevaba una comunicación durante muchísimos, muchísimos años, fue la radio. Eso fue lo que me motivó a poner la palabra radio de por medio (Aconcagua, 2017).

Es importante señalar que esta afirmación resulta ser irónica, pues la radio ocupa las NTICs a favor de sus objetivos, y a su vez las culpa de ser un factor causal en la disminución de la participación ciudadana y de espacios físicos de encuentro en lugares públicos.

Pese a lo anterior, los medios y organizaciones en cuestión buscan incidir directamente en la comunidad impulsando instancias de participación y comunicación, de movilización, de debate, de educación, de activismo, de visibilización y de difusión; con fines políticos, sociales, legales y de rescate de la memoria local, entre otros.

En resumen, la categorización de las motivaciones (Barranquero, 2015) se cumple en el trabajo de campo realizado, pues Modatima cumple con las motivaciones sociopolíticas; Radio Favorita y Radio Océano cumplen con generar espacios de expresión debido a la falta de medios comunitarios en la zona; Centro Cultural Estación Riquelme cumple con hacer comunidad mediante el rescate de la memoria local; Cultiva Medicina cumple con la disputa de espacios para hablar y educar a la comunidad sobre las propiedades del cáñamo; y Radio Comunitaria Población Aconcagua cumple con la disputa

de espacios de expresión para la comunidad y con la búsqueda del empoderamiento de la comunidad en los espacios públicos.

En base a esto, se tornó importante conocer qué entienden estos proyectos sobre lo comunitario, cómo se relacionan con la comunidad, cómo se vinculan con el medio y qué niveles de acción colectiva aplican para la consecución de sus objetivos.

4.1.3. Concepción de lo comunitario y vinculación con el medio

La concepción de lo comunitario de estos proyectos permite conocer si todo lo que implica lo comunitario como alternativa al Estado y al mercado (Kaplún, 2007), influye en sus motivaciones más allá de los objetivos de sus proyectos. Es decir, conocer si consideran que la comunidad es también un medio para lograr sus objetivos en lugar de una mera receptora.

En el caso de las radios, se concibió lo comunitario como “emisoras abiertas” a los vecinos y a la comunidad, cuyos contenidos suelen ser de perfil doméstico, cotidiano y localista. Asimismo, mantienen relaciones colaborativas con otras radios y organizaciones, por lo que no compiten por la cantidad de audiencia pues su fin es informar sobre la comunidad.

Radio Favorita, por ejemplo, describió lo comunitario y lo ciudadano como sinónimos, entendiendo que la radio es prácticamente otro espacio público de la comunidad.

Una radio ciudadana es (...) comunicación directa con la comunidad. (...) La diferencia con las radios comerciales, es que estamos demasiado cerca del pueblo, o sea, que usted tiene la puerta abierta y la gente entra y no tiene ningún problema. En cambio, en una radio comercial, no sé si alguna vez has asistido a una, pero en la radio comercial hay filtros. Que está la secretaria, que le toma los datos. Aquí camina una persona, es hasta una rutina. Vea la persona que está haciendo la locución, pasan directamente a conversar con él porque aquí no hay un medio para tener como secretaria ni cosas por el estilo (Favorita, 2017).

De esa manera, si una radio se limita a poner música y evita comunicarse con las personas que los escuchan, significa que no está cumpliendo su labor como radio ciudadana, por lo que para ellos es fundamental que una radio esté abierta a la comunidad todos los días del año.

O sea, si vienen tiene que estar abierto. Para que cumpla bien el objetivo tiene que ser una radio durante todo el transcurso de los días, porque hay mucho de nuestros propios medios, no conozco, muchos medios nuestros que simplemente tienen la cobertura radialmente hablando, pero tienen música de otras personalidades, y tienen apoyos de la radio. Entonces, la gente no se comunica con el medio, y esa es la diferencia que existe, no cierto, con nosotros. Nosotros y los otros chicos de la radio Interferencia, los volvemos a nombrar, estamos abiertos a la comunidad. O sea, estamos cumpliendo el rol que tiene que ser (Favorita, 2017).

Radio Océano, por su parte, asocia los comienzos clandestinos de la radio con lo comunitario, asumiendo que todos los medios de este tipo comenzaron así. No obstante, actualmente la radio está legalizada y se siguen considerando un medio comunitario.

En sus comienzos clandestina, como se le llamaba, no cierto, comunitaria. La única radio, por estos lados, que es comunitaria de verdad somos nosotros, porque aquí no cobramos para lucrar, ni los que trabajan tampoco, somos todos voluntarios (Océano, 2017).

Asimismo, Centro Cultural Estación Riquelme no se definió como organización comunitaria, señalando que se limitan a brindar espacios para que la comunidad participe. Es decir, se describieron como un centro cultural que no gestiona las actividades con la comunidad, sino que para ésta. Pese a esto, la definición de sus objetivos coincide con la percepción de lo comunitario de los otros medios, pues buscan beneficios para la comunidad y crear espacios para que ésta se exprese y sea escuchada. Finalmente, Radio Comunitaria Población Aconcagua diferenció entre una radio tradicional y una comunitaria.

Si bien una radio de FM estándar puede tener toda la voluntad del mundo, nace con una convicción comercial, y esa convicción comercial tú tienes que sustentarla con auspiciadores, con la co-participación de otra gente, y eso no te deja mucho lugar a tiempo libre para, nos referimos a acción social, cultura, arte, gente que no tiene la posibilidad de pagar un espacio para poder difundir lo que están haciendo, como lo que comentaba recién fuera de micrófono, en el caso de la primera Feria de Arte y Cultura que se va a hacer aquí, en San Felipe (Aconcagua, 2017).

A su vez, distinguió entre radio comunitaria y ciudadana, señalando que, pese a que ambas van dirigidas a la comunidad, la comunitaria enfoca sus contenidos en los vecinos

más cercanos, mientras que la ciudadana es menos localista y más transversal respecto de la ciudadanía (Rodríguez, 2009).

Pero hay otras radios que se dedican a darle una connotación un poquito, quizás, más política a pesar de ser comunitarias. Entonces, hay que tener esa precaución. Radio Ajusco de México es una radio que es fantástica en lo que es arte y cultura y difusión, pero es netamente política. Entonces, de repente uno tiene que tener esas precauciones, ese cuidado, pero igual hacemos intercambio de información, intercambio de programas (Aconcagua, 2017).

En resumen, todas conciben lo comunitario de la misma manera, sólo su forma de definirlo y los conceptos cambian, pero sustancialmente comparten la misma noción respecto de la comunidad como un medio para lograr sus objetivos y no como un fin, de modo que no buscan intervenir en la comunidad, sino que quieren trabajar junto a ella.

En ese sentido, la concepción de lo comunitario que señalan los proyectos estudiados se relaciona con las formas en las que se vinculan con la comunidad y sus grupos de interés. Asimismo, la noción de vinculación con el medio social, se basó en la consideración de los territorios como contenedores de memoria (Borja & Muxi, 2010), ámbitos físicos de la expresión colectiva (Melucci, 2011), e incluso poseedores de dimensiones simbólicas.

Este es un sector patrimonial de la ciudad, es un barrio histórico, antiguamente aquí había una estación de tren, nosotros rememoramos esa historia, también, quisimos rescatar un poco ese legado de la ciudad de San Felipe y le pusimos Estación Riquelme, también por lo mismo, por la estación de trenes que existía y que le daba como mucho dinamismo y cultura a la ciudad (Estación, 2017).

Se asume, bajo estos enfoques, que “la identidad” de un espacio no es un concepto fijo, sino que implica un proceso de construcción que puede o no ser dialéctico. La mención de la palabra “proceso” no es arbitraria, sino que responde al hecho de no considerar al territorio y al espacio como meros receptores de fenómenos sociales, sino que como parte esencial de la socialización y como el motor de las acciones colectivas de las organizaciones y medios estudiados.

Es importante señalar que el concepto de vinculación con el medio puede revisarse desde el territorio, comprendiendo que éste no es un simple soporte o escenario inerte, sino que es un lugar donde se localizan actividades y acontecimientos múltiples. Un territorio corresponde entonces a una producción social y cultural a la vez (Escobar, 2010), que puede entregar sentidos de frontera, pertenencia e identidad, además de manifestarse en la cotidianidad.

Quando tienes que ir a Santiago son 140, 150 kilómetros... tiene problemas operativos. Yo diría que no, o sea, nosotros al final en la lucha por el agua, hicimos de la ruralidad una fortaleza (Modatima, 2017)

Particularmente, se asumió a este medio social como el espacio que contiene y articula a estos proyectos comunitarios, los cuales funcionan en los territorios descritos a través de acciones colectivas y colaborativas para intentar mitigar sus dificultades.

En concreto, la forma más recurrente mediante la cual los proyectos se vinculan con la comunidad y grupos de interés son las redes sociales, específicamente Facebook. En ese sentido, Internet se constituye como un instrumento que en ocasiones reemplaza los espacios físicos de encuentro en las comunidades, y como una herramienta de inclusión, ya que las comunidades no se limitan a recibir información, sino que participan retroactivamente en la generación de nuevos contenidos (Bailey et al, 2008).

Sí, yo tengo más llegada con la gente y me llega más información de la gente por Facebook que por WhatsApp o teléfono (Aconcagua, 2017).

A las redes sociales, se suman formas de vinculación tradicionales como actividades autogestionadas con la comunidad mediante ferias, jornadas y tocatas.

Con la comunidad ahora tenemos actividades permanentes, proyecciones, hoy día estamos con las proyecciones del cortometraje "Secos". Después del 12 de diciembre cuando lanzamos en el cine arte, lo primero que hicimos fue lanzarlo en La Ligua, en Cabildo, Petorca, Placilla, Los Molles, La Ballena, puras localidades del territorio. Después fuimos a Putaendo, en Le Monde Diplomatique en Santiago, Coyhaique, Aysén invitados por el cura Infanti, y hace una semana estuvimos en Coronel. Tenemos actividades permanentes. (Modatima, 2017).

Solemos asistir a muchos eventos socioculturales, presentaciones de artistas, artesanos, de presentaciones a nivel de la municipalidad, de Cultura. (Aconcagua, 2017).

Asimismo, los medios de comunicación son usados principalmente -aunque no exclusivamente- por las organizaciones que no tienen un medio de comunicación propio.

La radio ha sido un medio de comunicación muy positivo para lo que es el activismo de la ONG y, en el fondo, el activismo cannábico en San Felipe, porque nos ha permitido llegar a otro público, y nos ha permitido vincularnos de forma directa (Cultiva, 2017).

En menor medida, las reuniones, que generan instancias en las que cualquier persona puede acercarse y ser parte, también se constituyeron como una forma de vinculación con el medio, por ejemplo, en Radio Comunitaria Población Aconcagua.

No, a veces nos juntamos afuera como para hacernos un poco más distendidos, de tener llegada. De repente hay gente que viene a conversar con nosotros, entonces saben que nos reunimos los lunes, que podemos estar en tal o cual lugar y nos llaman. “Oye, ¿se puede ir a opinar? Tengo una idea”. “Ya, vente” (Aconcagua, 2017).

Finalmente, también se tomó en cuenta la vinculación con figuras y colectivos políticos de las comunas como una forma de vinculación con el medio. En ese sentido, la única organización que reconoció tener vínculos de ese tipo fue Modatima. En este caso en particular, el vínculo político no representa los valores de Modatima, sino que se trata de una relación instrumental mediante la cual pretenden situar el conflicto a nivel legislativo.

Yo diría así, para decirlo con mucho rigor, Modatima tiene una pata muy convencional, conservadora, asociado al estatus quo, asociado al duopolio, particularmente a la Nueva Mayoría y tiene una pata que es bastante más radical, que es la pata que está fuertemente en los territorios haciendo agenda permanentemente (Modatima, 2017).

Cabe mencionar que, en todos los casos, la vinculación con el medio es el eje central de los proyectos comunitarios, pues sus objetivos son mejorar situaciones determinadas en beneficio y mediante la comunidad. Por lo mismo, se indagó la relación de los medios y organizaciones con sus comunidades, desde un vínculo afectivo cercano o distante. En ese sentido, cinco proyectos manifestaron una relación cercana y afectuosa con la comunidad, en la que destaca Cultiva Medicina.

Porque la vinculación que uno tiene con la comunidad es muy, muy cercana, es muy abierta, o sea, primero porque es novedoso, o sea, allá hay poco, lo que nace es nuevo, es novedoso y acerca a las personas a saber qué es, porque es una opción, entonces te permite llegar rápidamente a gente joven, te permite rápidamente conocer al amigo del amigo que tiene el centro cultural y que te lo presta para poder realizar tus actividades, te permite saber rápidamente que hay una radio y que tú

puedes caminar tres cuadras y, como es algo nuevo en una ciudad chica, te dan el espacio para crear, te dan un espacio para construir porque no hay nada (Cultiva, 2017).

Por otro lado, Radio Favorita y Radio Comunitaria Población Aconcagua, se definen como parte de la comunidad y mantienen abiertos sus espacios para que todos los vecinos puedan expresarse a través de éstos.

Veo mucha gente que no conozco, y me dice: “¿sabe qué? Usted está todo el día en mi casa”. “Pero ¿cómo?”. “Es que todos los días colocamos la radio porque necesitamos escucharlo. ¿Qué pasa con ustedes? De repente nosotros nos sentimos cuando ustedes están con el ánimo arriba. De repente ustedes también son seres humanos igual que uno, y nos sentimos cuando están con el ánimo mal. Y son parte, entonces nosotros pasamos a sufrir, no cierto, o pasamos a ponernos contentos cuando ustedes están en la onda (Favorita, 2017).

En Modatima, en cambio, sus integrantes asocian esta relación de cercanía con la posibilidad de caminar tranquilos en su territorio sin ser agredidos, aunque señalan que esta relación puede mejorar.

Somos de acá, somos del territorio, yo diría que de repente la relación con la comunidad es una relación como de unidad y lucha. Aquí caminamos tranquilos, aquí en el territorio es donde más seguros nos sentimos (Modatima, 2017).

En definitiva, existe una tendencia a cumplir la lógica de las organizaciones y medios comunitarios, cuyos propósitos suelen ser reivindicar o mejorar algo por la comunidad como fin y con la comunidad como medio (Barranquero, 2015).

Junto a lo anterior, la relación entre proyectos suele ser buena -mas no siempre cercana-, no competitiva y muy colaborativa, especialmente en los casos que existen objetivos y motivaciones en común. Radio Comunitaria Población Aconcagua, por ejemplo, señaló que el inicio de la radio se remonta a una relación colaborativa.

El primer apoyo lo tuvimos por parte de un medio local, que es la Radio Aconcagua. Es super conocida, trabaja en AM y FM. Ellos nos colaboraron con la primera mesa mezcladora que tuvimos en la radio. Nosotros partimos con una mezcladora chiquitita, lo que daba la economía nuestra. Sí, hemos tenido mucho apoyo por parte de Eugenio Cornejo, el dueño de Radio Aconcagua. También estuvo presente en el lanzamiento del Ciclo de Cine Inclusivo, y no, siempre. Bueno, de hecho, tenemos buena relación con todos los medios de acá, gracias a dios (Aconcagua, 2017).

Además, se advirtió que entre radios comparten “amistosamente” puntos de prensa, intercambian información sin esperar nada a cambio e, incluso, comparten contenido propio, como programas grabados a otras radios para que los difundan. Siempre desde la perspectiva colaborativa y no competitiva.

Intercambiamos información, nos apoyamos en actividades. Hay que tener mucho cuidado, sobre todo fuera del país. Dentro del país no tanto porque Radio Newén, por ejemplo, o la Radio Rivas que está en Concepción tienen una temática similar a la nuestra, mucho apoyo social, músicos locales, artistas locales (Aconcagua, 2017).

Asimismo, como las organizaciones que se investigaron no tienen medios de comunicación asociados tienen buenas relaciones colaborativas con éstos, pues les permiten llevar a cabo una forma de vinculación con su entorno y su audiencia. No obstante, Modatima es una excepción, pues debido a su carácter radical de denuncia, fueron estigmatizados y censurados por los medios de prensa de Petorca.

La relación con las radios locales no es tan fácil, no es tan fácil precisamente por la impronta que representamos. Hemos estado censurados en las radios locales mucho tiempo. O sea, mucho tiempo que no nos llevan. Entonces, eso también es un doble mérito, el poder haber instalado la lucha por el agua en un territorio donde los medios de prensa locales te estigmatizan, te segmentan (Modatima, 2017).

Por otro lado, las relaciones colaborativas entre diversos proyectos comunitarios van derivando en acciones colectivas, entendidas como una serie de acciones que emprende un grupo de individuos para alcanzar un interés común, como el trabajo conjunto entre organizaciones y medios comunitarios que persiguen una misma causa; la que en algunos casos puede generar una identificación simbólica e inversión emocional, desarrollando una identidad colectiva (Melucci, 2011).

En ese sentido, los seis proyectos actúan colectivamente con otros, desde llevar a cabo actividades puntuales con la comunidad hasta el intercambio de información (fuentes, cuñas, fotografías, etc.) entre las radios comunitarias.

No, de hecho, nos pasamos hasta las noticias. O sea, si alguien no la tiene y “oye, ¿sabes qué? No tengo, ¿me puedes apoyar con esto?” (Favorita, 2017).

En el caso de Cultiva Medicina y Modatima, ambas trabajan con organizaciones de similares características en pos de un objetivo mayor: la modificación a la Ley de Drogas, y la derogación del Código de Aguas, respectivamente. Es importante señalar que éstas son las únicas organizaciones que tienen una postura crítica respecto a la legislación vigente.

Hoy día estamos trabajando con un equipo pequeño con Alex Panes, el encargado internacional, Faundez que es el metropolitano, yo que estamos trabajando en sacar un segundo libro que va a recoger los testimonios de luchadores sociales de América Latina por la recuperación del agua, donde va a estar Oscar Olivera que fue el líder de la lucha por el agua en Cochabamba, nos mandó un texto. Hay un compañero en Brasil que ya nos mandó un texto, los mexicanos también y nos falta el nuestro que lo estamos afinando, lo estamos dando un contexto más contemporáneo (Modatima, 2017).

Para ello, Modatima ha difundido una serie de contenidos digitales que tratan el tema de la lucha por el agua, como reportajes, cortometrajes, columnas de opinión e incluso un libro. Todo esto desarrollado con el apoyo y el trabajo en conjunto con fundaciones, figuras públicas y personas interesadas en el tema. De esa manera, la lógica de acción colectiva entre proyectos comunitarios se replica hacia el interior de estos en las relaciones entre sus voluntarios.

La importancia de revisar las relaciones entre voluntarios se debe a que un mayor nivel de cohesión entre los integrantes de una agrupación se traduce en una mejor capacidad para enfrentar diversas dificultades. Mientras que una buena relación entre voluntarios de distintos proyectos permite reforzar las alianzas en pos de un objetivo en común que permita un beneficio colectivo. En ese sentido, en cuatro de los seis proyectos estudiados los entrevistados declaran tener relaciones cercanas entre voluntarios. De éstos, tres hicieron referencia a la relación con otras organizaciones, mientras que una (Cultiva Medicina) se refirió a las relaciones al interior de la misma.

Más que lo de la remuneración, lo que sí ha sido debate es el cuánto hace uno y el cuánto hace el otro. Eso pasa porque somos todos seres humanos, todos tenemos emociones involucradas, y a veces también te gustaría quizás más apoyo, más equitativo porque, pucha, no todos pueden colaborar con lo mismo, no todos colaboran con quizás el mismo conocimiento, el mismo interés, si cada uno tiene motivaciones distintas (Cultiva, 2017).

En el fondo tenemos una, lo voy a decir dialécticamente, tenemos una relación de unidad y lucha de contrarios, o sea tenemos unidad para avanzar (Modatima, 2017).

Solamente en la Radio Comunitaria Población Aconcagua reconocen que las relaciones entre los voluntarios son buenas, pero no tan cercanas.

Con las diferencias que tiene todo equipo de repente, cuando una temática que puede ser motivo de crítica empiezan, obviamente, las discusiones a nivel grupo hasta que llegamos a un acuerdo, obviamente. Pero en sí, como grupo, nos llevamos bien. Si no, no estaríamos todavía. Gracias a Dios, a pesar de todas las dificultades que ha tenido nuestra radio, que han sido muchas, estamos. Mira, en parte amigos, como parte del grupo, y en parte compañeros de trabajo, porque son profesionales que casi no tienen tiempo (Aconcagua, 2017).

De esa manera, el trabajo colectivo, colaborativo y cercano entre proyectos comunitarios y a nivel interno de estos, resulta beneficioso para el logro de sus objetivos, sobre todo porque merma las diversas dificultades que limitan sus posibilidades de acción. En ese sentido, se torna importante conocer los tipos de dificultades a las que tanto organizaciones como medios comunitarios se ven expuestos.

4.1.4. La periferia y los marcos legales como detonantes de dificultades

Respeto a las limitaciones que atraviesan los proyectos comunitarios en las periferias, se torna pertinente recordar que las comunas periféricas tienen dificultades para acceder a fondos concursables que propicien sus espacios de expresión. De hecho, tan sólo las comunas del Gran Valparaíso concentran el 82% de las adjudicaciones de este tipo de fondos, mientras que el 18% restante corresponde a comunas periféricas (CNCA, 2012). De esa manera, los altos niveles de concentración demográfica traen consigo la diversidad de bienes, servicios y espacios de expresión, elementos que estructuran accesos desiguales a partir de criterios territoriales.

En relación a lo anterior, los tipos de dificultades que presentan los proyectos comunitarios en cuestión son de financiamiento y condiciones materiales, de restricciones legales, de problemas judiciales, de factores culturales, de falta de personal y de organización interna.

En ese sentido, Radio Comunitaria Población Aconcagua señaló que existen restricciones legales que limitan su funcionamiento, específicamente sobre las menciones publicitarias, las propagandas políticas, los enlaces en vivo y los contenidos que pueden o no difundir.

Subtel no nos permite hacer enlace en vivo, ni con otras radios comunitarias ni con radios comerciales. (...). De hecho, la reglamentación de las radios comunitarias dice que pasado un año yo puedo enviar un formulario a Subtel pidiéndole que me acepten la mención de tal o cual negocio, tal o cual persona, que colabora con la radio, pero ellos analizan esa lista y luego te la envían a vuelta de correo y te dicen: “Este sí, este no, este sí, este no, este sí, este no”. ¿En qué se basan para decir “este sí, este no”? No tengo idea. La Ley de Radiodifusión Comunitaria no está clara hasta el día de hoy (Aconcagua, 2017).

Yo no puedo difundir contenido de algo que está todavía en pos de una aclaración legal, por más natural y por más social que sea y por más cultural que sea, no puedo, eso me lo prohíbe la Subtel (Aconcagua, 2017).

Efectivamente, la Ley N° 20.433 alude a la imposibilidad de realizar enlaces en vivo con otros medios comunitarios y comerciales, excepto en situaciones de emergencia o calamidad pública (art. 15, Ley N° 20.433). Asimismo, esta ley impide la difusión de propaganda política, y solamente permite menciones comerciales si es que éstas se limitan a la zona de servicio de la radio (art. 13, Ley N° 20.433).

Sin embargo, ni en la Ley N° 20.433, ni en el Manual de Radios Comunitarias de las Subtel, se hallaron normas relacionadas con los contenidos que puede difundir cada proyecto, específicamente en cuanto a temas que se discuten en la opinión pública, como la aprobación de una ley o la sentencia de un juicio.

En base a lo anterior, aunque el marco regulatorio de los medios comunitarios no los censura, éste los restringe en cuestiones puntuales, como en la libertad de elegir las menciones a difundir en los espacios publicitarios, afectando su libertad de elección y de financiamiento; y en la opción de asociarse con otros medios comunitarios y comerciales, afectando su propio funcionamiento y el de sus pares. Es decir, independiente de la intención de las normas regulatorias y de la interpretación que los integrantes de medios comunitarios realicen de ellas, efectivamente afectan, e incluso dificultan, el quehacer de los proyectos comunitarios.

Por otro lado, las dificultades de financiamiento surgen, principalmente, por la falta de regularidad en la cantidad de ingresos, ya que muchos dependen de fondos públicos o donaciones de terceras personas. Debido a lo anterior, aparecen las carencias materiales y la falta de recursos humanos o de personal, ya que no cuentan con ingresos permanentes y suficientes para la mantención básica de sus proyectos comunitarios.

Lo anterior se evidenció mediante la fuente de financiamiento de las organizaciones y medios investigados. Ésta se entendió como la forma con la que se financia el proyecto de un medio u organización, la cual puede ser a través de fondos concursables; actividades de autofinanciamiento; donaciones de personas, otras organizaciones y corporaciones; y publicidad o canje con empresas, negocios o pymes.

En ese sentido, las palabras más usadas por los entrevistados para describir cómo financian sus proyectos fueron autogestión, autofinanciamiento, donación, fondos públicos y publicidad-canje. En todos los casos, los entrevistados entienden los conceptos autogestión y autofinanciamiento como sinónimos, refiriéndose a la forma en la que una organización se financia por sus propios medios. Asimismo, todas las organizaciones y medios comunitarios investigados reconocieron que gran parte de su financiamiento proviene de donaciones de amigos, empresas, e integrantes de la radio u organización.

No recibimos plata, nosotros nos autogestionamos con los recursos propios de los profesionales, de los trabajadores en general que forman parte del movimiento (...). Muchas veces el 50% de nuestros ingresos se va en esto, nuestros propios recursos. Pero también hemos ideado sistemas de financiamiento, (...) Por ejemplo, este libro fue parte de la estrategia de poder financiarnos, (...) nos cobraron re barato, así como luca por libro, y lo vendíamos a cinco lucas. Unos compañeros nos financiaron una última edición, nos sacaron 500 libros gratis. Y esa fue parte de nuestra estrategia de financiamiento (Modatima, 2017).

(...) Hicimos una sociedad de apoyo a la radio, un grupo que se llama Amigos de la Radio. Ese grupo de amigos lo conforman 42 personas con una colaboración voluntaria, y ello nos permite sacar adelante los gastos básicos en la radio, hasta que la radio empiece a recibir el primer fondo, si dios quiere, ahora en abril (Aconcagua, 2017).

Además, cinco proyectos reconocieron que han postulado a fondos públicos. Radio Comunitaria Población Aconcagua, por ejemplo, se financia mediante actividades autogestionadas con la comunidad y permanentes donaciones de integrantes de la “Corporación Radio Comunitaria Población Aconcagua”, a lo que se suma que han recurrido a fondos públicos del Senadis y del CNCA, junto con aportes de políticos y una empresa local. Sin embargo, hicieron hincapié en que este tipo de financiamiento no asegura una mantención estable, por lo que deben recurrir constantemente a otras fuentes de ingreso.

Por otro lado, Radio Favorita es la única que señaló que aplica la publicidad-canje con negocios cercanos.

Tenemos la opción de poder hacer menciones del kiosquito de la esquina y cuánta cosa por el estilo, y eso van haciendo aportes. 20 lucas, 30 lucas, ya estamos en los mil pesos diarios, ya estamos haciendo 30 mil pesos por cada mes. Entonces, ¿para qué significa todo ese dinero? Significa que hay para pagar todo lo que es la parte de internet, que hoy día todos usamos internet, teléfono y cuesta pesos impartirlo. La misma energía, hay que comprar equipos, que habitualmente los micrófonos se están rompiendo, no quedan en recuperación. Entonces, de esa forma podemos autofinanciarnos, antiguamente no se podía (Favorita, 2017).

Asimismo, las dificultades materiales tienen directa relación con las dificultades de financiamiento, ya que, debido a la falta de ingresos permanentes, se torna complejo realizar una mantención básica de las instalaciones.

A pesar de esto, en general las condiciones materiales de las organizaciones y medios comunitarios entrevistados cumplen con los estándares básicos para que puedan operar. Las radios cuentan con antenas, mezcladores y estudios de grabación; mientras que las organizaciones cuentan con espacios físicos (arrendados o propios), equipos de sonido y otros elementos que, pese a no estar en óptimas condiciones, cumplen su propósito.

La única sala que tenemos, que es la sala de control y locución, que está dividida en dos, no cierto. Por el lado de frente, así como estamos, está la parte de locución, que es donde hacemos las entrevistas, y por el lado norte está lo que es la parte de control. En el control, no cierto, está todo lo que es equipamiento de la radio, donde el muchacho o la persona que está de turno tiene que hacer todo solito. Nosotros primero que todo transmitimos con equipo de primera tecnología (Favorita, 2017).

Sin embargo, lo que dificulta materialmente a estas organizaciones y radios comunitarias, es el costo de conservar los insumos en buen estado. También en algunos casos influyen otros factores externos, como el robo de implementos. En ese sentido, la irregularidad en la cantidad de ingresos se torna muy relevante respecto de las condiciones materiales al largo plazo, elementos que condicionan un particular tipo de organización para llevar a cabo sus objetivos.

En menor medida, se encuentran las dificultades judiciales, únicamente mencionadas por Modatima, y las culturales, tan sólo señaladas por el Centro Cultural Estación Riquelme.

En San Felipe es difícil hacer cultura, muchas veces, porque la gente es muy de casa, es muy reacia a los panoramas nuevos, a compartir, es muy, todavía se nota esa diferencia como de campo y la ciudad, como que la gente todavía está muy acostumbrada a estar en la casa (...) (Estación, 2017).

Respecto a las dificultades judiciales, Modatima reconoció tener problemas con figuras políticas e instituciones, como Carabineros, además de un juicio por injurias y calumnias en redes sociales contra un ex-ministro. Ésto, debido a la postura radicalizada de la agrupación frente al robo de agua en Petorca, por lo que se infiere que la vinculación política del grupo ha ocasionado más de alguna complicación dentro del proyecto.

Al respecto, el resto de los proyectos manifestó la inexistencia de vínculos políticos. Pese a esto, ninguna de estas radios se rehúsa a brindar espacio a figuras políticas y/o religiosas para que expresen sus ideas en contextos determinados. También, en menor medida, Radio Comunitaria Población Aconcagua, señaló tener problemas de recursos humanos y de financiamiento ocasionadas por una mala organización interna.

No tenemos personal como para poder decir que tenemos un periodista, un reportero en la calle, no. Lo hacemos cada uno de los que tenemos un programa en la radio (Aconcagua, 2017).

Se han cometido muchos errores a nivel organizacional, trámites que se podrían haber realizado más rápido, fondos a los cuales se podría haber postulado más rápido, por distintas falencias en relación con gente que nos apoya (Aconcagua, 2017).

En ese sentido, pese a que no todos los proyectos comunitarios estudiados manifiestan tener dificultades de recursos humanos, sí expresan que las dificultades económicas afectan en la forma en que se organizan a nivel interno. Ésto, porque pese a que la toma de decisiones es horizontal, la división de tareas se produce de forma “natural”, pues la baja cantidad de voluntarios dentro de los proyectos, lleva a sus miembros a definir sus cargos según lo que cada uno es capaz de hacer. Lo anterior se explica por la falta de recursos para remunerar a sus integrantes y a la falta de infraestructura adecuada para llevar a cabo sus fines.

No tenemos reporteros porque no nos alcanza ni un medio, pero sí nosotros hacemos lo que es la parte de noticias directamente en terreno, o sea, nosotros mismos. Acá a diario en la semana somos tres personas las que trabajamos, tres personas solamente (Favorita, 2017).

Pese a las dificultades que mencionan los entrevistados, las seis organizaciones y medios estudiados realizan múltiples esfuerzos para seguir funcionando en sus comunidades. Es por ello que estos proyectos cuentan con estrategias y prácticas comunicativas para lograr el cumplimiento de sus objetivos.

La figura N° 9 muestra que la caracterización de los proyectos se conoció, esencialmente, mediante sus objetivos, sus motivaciones, sus formas de vinculación con el medio, sus distintos tipos de dificultades, sus formas de financiamiento y sus formas de acción colectiva a partir de sus concepciones sobre lo comunitario.

En primera instancia, se observó que los objetivos y motivaciones actúan imbricados en una relación complementaria, pues las motivaciones estructuran la aparición de los proyectos comunitarios y sus objetivos, y se condicionan mutuamente.

En segundo lugar, debido a la inestabilidad de las fuentes de ingreso económico de los proyectos comunitarios de las comunas periféricas, se observó que las fuentes de financiamiento de estos se relacionan directamente con las dificultades de financiamiento, porque dependen de fondos concursables y donaciones. En consecuencia, los proyectos carecen de ingresos estables para sus mantenciones materiales y de recursos humanos, ya que no cuentan con capital para remunerar o pagar los gastos básicos de sus voluntarios, lo que afecta la estabilidad de estos.

No obstante, estos proyectos reaccionan a sus adversidades desde la acción colectiva, aplicándola transversalmente a todas las formas de trabajo, vinculándose en altos niveles con el medio del cual son parte. En ese sentido, conciben a la comunidad como un ente activo para el trabajo colectivo y no como un mero receptor.

4.1.6. La percepción del rol en la comunidad: de las autopercepciones a sus prácticas comunicativas

En esta sección, se desarrolla cómo los integrantes de los proyectos comunitarios perciben el rol de sus proyectos en su entorno. Además, se analizan las prácticas comunicativas en relación al rol que creen que cumplen en la comunidad.

En ese sentido, Radio Favorita se percibe como un medio ciudadano que no tiene una programación tan estructurada, pues la construye la misma gente a diario. Además, la radio asegura tener buena sintonía por la calidad de sus contenidos, y una relación cercana con la comunidad, al punto que ésta percibe los estados de ánimo de sus locutores. Y también se considera un medio totalmente abierto a su comunidad, pues mantiene la comunicación con las personas por sobre el contenido musical.

O sea, si vienen tiene que estar abierto. Para que cumpla bien el objetivo tiene que ser una radio (26:31) durante todo el transcurso de los días, porque hay mucho de nuestros propios medios, no conozco, muchos medios nuestros que simplemente tienen la cobertura radialmente hablando, pero tienen música de otras personalidades, y tienen apoyos de la radio. Entonces, la gente no se comunica con el medio, y esa es la diferencia que existe, no cierto, con nosotros. Nosotros y los otros chicos de la radio Interferencia, los volvemos a nombrar, estamos abiertos a la comunidad. O sea, estamos cumpliendo el rol que tiene que ser (Favorita, 2017).

Asimismo, tiene buenas relaciones con el resto de las radios de la zona; sin embargo, las asume como medios de menor tamaño por lo que de alguna u otra manera, se autoasigna el título de la radio comunitaria más grande de Quintero, por lo que se propone dar el ejemplo a las otras sobre cómo ser una emisora abierta a la comunidad.

En concreto, Radio Favorita cree que cumple un rol cívico desde la comunicación en su comunidad, por lo que la perspectiva ciudadana y la difusión de necesidades sociales son muy importantes.

Al principio hicimos todo un cuento de saber, no cierto, qué es lo que quiere la comunidad con nosotros, qué es lo que quiere de la radio, mejor dicho, y para dónde quiere que vaya la radio. Nosotros somos una emisora abierta y una institución comunitaria abierta que golpean la puerta y “¿sabes qué? Necesito una opción de una campaña, tengo una amiga enfermita y tiene el niño enfermito”. Pero listo, ¿qué conseguimos? Tal cosa, listo. Hacemos algo (Favorita, 2017).

Radio Océano, por su parte, se define como un medio independiente, autónomo, pluralista y comunitario, porque han mantenido una visión centrada en lo local desde sus comienzos. Además, asegura ser líder en sintonía en la zona, y se percibe como la única radio comunitaria de la zona.

En Quintero había. Por ejemplo, te nombro las radios que vayan quedando. Sigue la Interferencia, por ejemplo, que sigue siendo comunitaria. Está también la Favorita, que antes se llamaba Quintero, esa ya es como más comercial, está también dentro de los signos comunitarios,

pero no es así. La única radio, por estos lados, que es comunitaria de verdad somos nosotros, porque aquí no cobramos para lucrar, ni los que trabajan tampoco, somos todos voluntarios (Océano, 2017).

En ese sentido, Radio Océano percibe que su rol en la comunidad de Puchuncaví es proveer información de utilidad de perfil totalmente localista y brindar espacios de expresión.

Entregar información de la comuna, no cierto, si hay un incendio ir allá como reportero, si sale un buen pescado acá en la bahía lo orientamos a la gente. Difundir la cultura y las artes, sobre todo mirado de un punto de vista nuestro, digamos provincial (Océano, 2017).

De esa manera, se torna interesante la forma en que los medios y organizaciones investigadas expresan altos grados de autoestima, seguridad y satisfacción respecto de lo que hacen. En los casos de Radio Océano y Radio Favorita, por ejemplo, el lenguaje utilizado denota sentimientos de superioridad respecto a otros medios de la zona.

Por su parte, Centro Cultural Estación Riquelme percibe que su rol en la comunidad de San Felipe es ser un espacio de expresión en cualquier ámbito.

La idea de que este espacio siga y que surja, y que sea más conocido viene por ese diagnóstico que tú dices, que nosotros evidenciamos el año 2015 en San Felipe, de que hacía falta un espacio en donde la gente pudiera ir ¿cachai? Donde se pudiera, más allá de lo institucional, más allá de la cultura oficial, que la mayoría de las veces, para nuestra crítica, la cultura oficial ¿Qué es lo que hace? Son eventos masivos y no se trabaja de manera permanente (Estación, 2017).

Crear instancias de comunidad, que esas instancias la comunidad pueda reconocerse a sí misma, pueda escucharse y pueda participar también en base a una motivación cultural desde el arte, desde la recreación, desde el deporte, desde la salud (Estación, 2017).

Asimismo, mantiene buenas relaciones con otros colectivos de la zona, y destaca que la Radio Comunitaria Población Aconcagua es un proyecto interesante en el que se sienten muy cómodos, ya que, siempre está disponible para ayudar.

Cultiva Medicina, también de San Felipe, percibe que su rol en la comunidad es educar sobre el uso del cannabis medicinal y recreativo, y sobre su marco legal en Chile en pos de eliminar los prejuicios contra la planta.

Al llegar a otro público, a un público quizás más adulto, un público que ya son, a lo mejor, dueñas de casa, nos hemos ido dado cuenta que mucha gente nos ha estado escribiendo al Facebook para hacernos preguntas y consultas desde el Valle, o sea, por ejemplo, dato curioso: una señora nos escuchó desde una junta de vecinos y a mí me escribieron a mi Facebook personal, a mi nombre, “mira, yo te escuché”, quería que fuéramos a dar una charla. Este proyecto que es netamente tutoriales para las personas (Cultiva, 2017).

Específicamente, esta organización se adjudica un rol de servicio educativo y de asesoramiento mediante expertos en el tema para la comunidad respecto a los usos del cannabis.

Por otro lado, la Radio Comunitaria Población Aconcagua se define como la primera radio comunitaria independiente del Valle del Aconcagua, porque nacieron de la misma comunidad. Además, percibe que ha provocado un impacto en su comunidad, pues otros medios han replicado sus ideas como radio comunitaria. Asimismo, aseguran que su fortaleza es la calidad de los programas que emiten actualmente, que están compuestos por contenido social y humano, lo que facilita un vínculo potente con la comunidad.

Entonces, el contenido de nuestros programas es lo que hace que nuestra radio sea fuerte, porque en sí la radio, como tú veras, es super pequeña, poca la gente que colabora con la radio haciendo programas, pero tenemos una llegada bien potente (Aconcagua, 2017).

Específicamente, percibe que su rol es ser la “voz de la gente”, por lo que deben apoyar las actividades locales y velar por los derechos e intereses de la comunidad de San Felipe.

Nos referimos a acción social, cultura, arte, gente que no tiene la posibilidad de pagar un espacio para poder difundir lo que están haciendo, como lo que comentaba recién fuera de micrófono, en el caso de la primera Feria de Arte y Cultura que se va a hacer aquí, en San Felipe. Sumado a eso artistas locales, que la mayoría no tienen manera de hacerse conocidos, necesitan una difusión porque su arte es bueno (Aconcagua, 2017).

Somos la voz de la gente, porque aquí traemos desde un vecino hasta un candidato político. Ha venido muchísima gente, ha venido gente de medicina natural, ha venido gente de una consultora educativa, ha venido gente de distintas empresas pero que tuvieran connotación social, no empresas que vinieran a hablar de su empresa (Aconcagua, 2017).

Modatima, por su parte, se define como el epicentro de la lucha por el agua a nivel nacional, y reconocen que la mayor fortaleza de la organización es que traspasaron las fronteras territoriales para visibilizar el conflicto.

Somos una organización importante, luchamos en el territorio, esta hueá está en el imaginario colectivo, tu poni “provincia de Petorca” y lo primero que sale “roban agua”, es una hueá impresionante, pero hemos tratado de mantener nuestra independencia y hasta ahora lo hemos logrado, sí, hasta ahora lo hemos logrado (Modatima, 2017).

En ese sentido, perciben que su rol es ser activistas de la lucha por el agua en Petorca desde un sentimiento de pertenencia local hacia uno nacional, mediante un constante trabajo de vigilancia y denuncia a las empresas y figuras políticas que no respetan la ley que usurpan este recurso natural. Asimismo, es interesante mencionar que, bajo el rol de vigilancia y denuncia, Modatima infiltra a uno de sus integrantes como reportero falso de una radio real en diversos puntos de prensa para conseguir información privilegiada y declaraciones de políticos y empresarios.

De repente pescamos el teléfono llamamos a una periodista y decimos “oye ¿sabes qué? Está pasando esta huea y queremos filtrar”, trabajamos filtrando, o sea, muchas veces, como dicen los periodistas, somos fuente primaria de muchos textos. Además, hemos sido fuente de CIPER, somos fuente. Todos los textos que ha publicado CIPER en torno a códigos de agua, reformas, condición, nosotros somos fuente (Modatima, 2017).

Entonces nosotros hicimos de la ruralidad, de lo que pasaba en la ruralidad en el ámbito agrícola, hicimos una fortaleza de la lucha por el agua, porque en el fondo cuando se habla del extractivismo en el país y de la privatización del agua por la mega minería, cuando se habla del extractivismo y el exportador, la provincia de Petorca es el más nítido (Modatima, 2017).

Según lo anterior, se torna interesante que todos los proyectos comunitarios recurren a distintas prácticas comunicativas o periodísticas dependiendo del rol que pretenden cumplir en la comunidad.

Debido a eso, se codificaron las prácticas periodísticas en base a dos categorías, una tradicional si aplicaban las estructuras clásicas del periodismo de masas como entrevistas, notas o reporteo en terreno; y una comunitaria si el contenido noticioso provenía de la comunidad, y la elaboración del material no contaba con una estructura periodística clara.

En ese sentido, la mayoría de los proyectos declararon recurrir a prácticas periodísticas de carácter tradicional mediante la participación en paneles radiales, la redacción de notas y columnas de opinión, y el reporteo en terreno.

Tenemos 7 u 8 compañeros que estamos sacando columnas de opinión una vez a la semana (Modatima, 2017).

A ver, no tenemos reporteros porque no nos alcanza ni un medio, pero sí nosotros hacemos lo que es la parte de noticias directamente en terreno, o sea, nosotros mismos. Acá a diario en la semana somos tres personas las que trabajamos, tres personas solamente, que es Germán, que acaba de salir (Favorita, 2017).

Es en una radio de acá de San Felipe, la radio se llama la Radio Ser, una radio que se escucha en todo el Valle del Aconcagua, en todas las provincias, es una radio FM y hace ya tres meses que yo estoy realizando con Paula, que también es miembro del centro cultural, que es actriz ella, estamos realizando un programa cultural que se llama “Valle Colectivo”, que es un espacio que se le cedió al centro cultural ¿cachai? A este espacio. ¿Y qué hacemos ahí? Ahí nosotros desarrollamos temas de contingencia local, nacional, tenemos entrevistas, casi siempre tenemos entrevistados todas las semanas (Estación, 2017).

Sólo en la Radio Comunitaria Población Aconcagua señalaron que comparten información enviada desde la comunidad y colectivos de ésta, por lo que se advirtió una práctica de periodismo comunitario. No obstante, también recurren a prácticas tradicionales en sus programas radiales.

Todos nos envían información para que nosotros la compartamos y así hemos ido logrando alcances con algunos colectivos, como colectivo Aldea sin Sargento, colectivo Valle (Aconcagua, 2017).

Por su parte, Radio Favorita realiza una constante comparación entre las radios comunitarias y las comerciales, criticando a estas últimas por seguir una parrilla programática estructurada que no permite la participación de la comunidad.

La programación no la hacemos nosotros, la programación musicalmente hablando la hace la gente, no como las radios normales o comerciales, no cierto, que hay una parrilla (Favorita, 2017).

De esa manera, se posiciona críticamente respecto de los medios que se limitan a poner música, pues señalan que le restan importancia a comunicarse con las personas que los escuchan. Asimismo, critican a las radios que se hacen llamar “comunitarias” e imitan las prácticas propias de los medios comerciales, pues consideran que ésto es una contradicción.

Por lo mismo, se preocupa de ejecutar prácticas periodísticas comunitarias, pero desde la afectividad más que mediante la entrega de información proveniente de la comunidad.

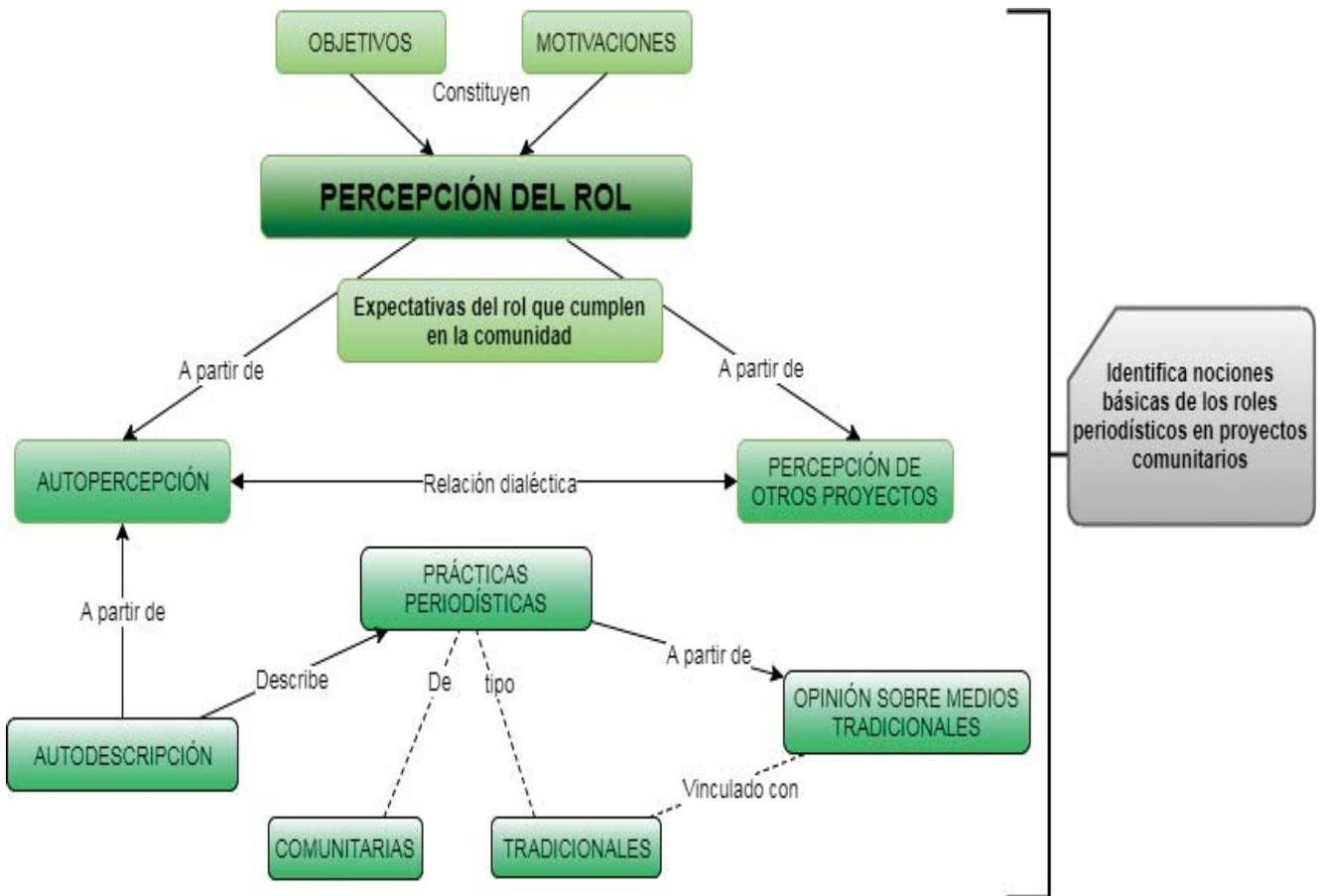
Finalmente, en el quehacer periodístico se constituye de estructuras muy institucionalizadas, por lo cual fue necesario conocer las prácticas comunicativas de los seis proyectos comunitarios mediante las cuales se vinculan con la comunidad, construyen agenda informativa y se gestionan.

Cabe mencionar que estas prácticas no son azarosas, más bien se relacionan con la estructura de oportunidad política (Tarrow, 2004) que constriñe las posibilidades de agencia de los integrantes de las comunas periféricas estudiadas, las cuales dotan de sentido (Svampa, 2008) su lugar de residencia e interacción para disputarlo y resignificarlo.

A modo de síntesis, la figura N° 10 muestra las variables que permitieron conocer la percepción del rol de cada uno de los proyectos comunitarios. En primera instancia, los objetivos y las motivaciones desarrolladas en la sección anterior constituyen los ejes estructurantes de la percepción del rol en la comunidad, ya que a partir de ellos se conoce la intención de cada proyecto y la razón de esa intención.

En segunda instancia, la autopercepción de los proyectos junto a la percepción de estos respecto de otros proyectos permiten conocer en qué rol se sitúan en la comunidad mediante una relación dialéctica. Es decir, la imagen respecto de otros proyectos permite establecer diferencias o similitudes, y por ende un posicionamiento sobre el rol en la comunidad conocido mediante la autopercepción. Sin embargo, el proceso también ocurre a la inversa, pues una determinada autopercepción de un proyecto en su comunidad condiciona la imagen respecto de otros proyectos.

Figura N° 10: diagrama de percepción del rol de los proyectos comunitarios (Fuente: Elaboración Propia).



En ese sentido, la autodescripción de las prácticas comunicativas y periodísticas de los proyectos comunitarios también se desarrollan a partir de las autopercepciones, pues esas nociones idealizadas estructuran -o al menos pretenden hacerlo- el quehacer diario de estos.

Asimismo, las prácticas periodísticas que describieron los proyectos comunitarios, se estructuran a partir de la opinión que estos tienen respecto de los medios de comunicación tradicionales, en base a lo cual intentan imitar estrategias de estos, o tomar distancia acercándose a nociones comunitarias.

Finalmente, todas las variables desarrolladas respecto de la percepción del rol de los proyectos en sus comunidades, derivaron en nociones básicas de las seis dimensiones de roles periodísticos, las cuales fundaron el interés investigativo en cuanto al desempeño efectivo de estos.

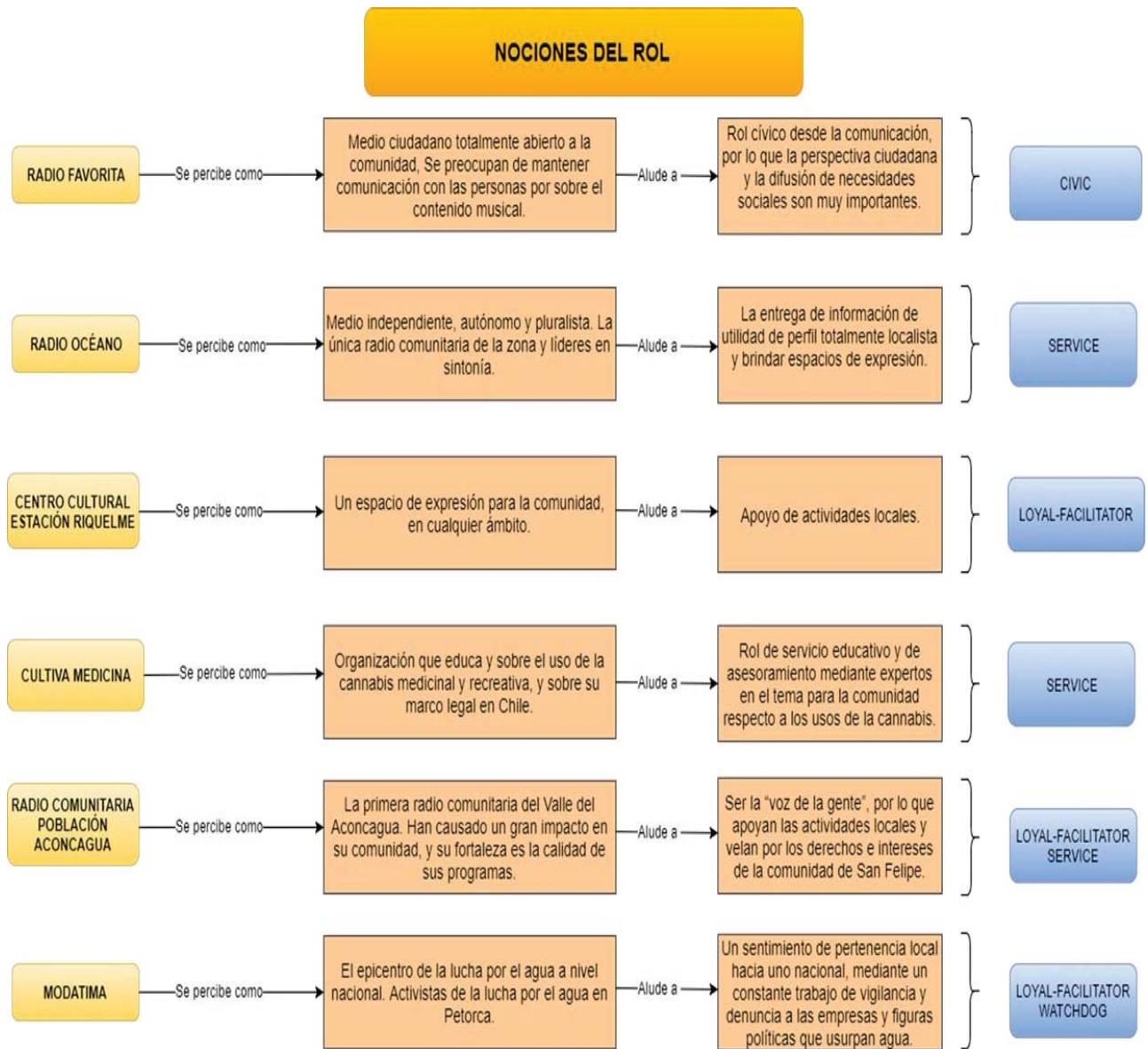
4.1.7. Aproximaciones hacia el estudio de los roles periodísticos en Radio Comunitaria Población Aconcagua

Tras estudiar las aproximaciones a las características básicas de los seis proyectos comunitarios, se fundó un nuevo interés investigativo a partir de la percepción de sus roles en las comunidades y de las prácticas comunicativas que éstos declararon ejercer para comunicarse y trabajar junto con la comunidad.

Específicamente, a partir del análisis de la percepción de los roles de los seis proyectos en sus respectivas comunidades, se encontraron diversas similitudes con algunas de las seis dimensiones de los roles periodísticos, especialmente con la cívica, la de servicio y la de leal-facilitador. No obstante, es importante mencionar que la percepción del rol corresponde a una instancia idealizada y previa a la ejecución de éste, mientras que la aplicación práctica de estos roles corresponde al desempeño de los roles periodísticos (Mellado, 2014).

En ese sentido, las entrevistas semi-estructuradas solo permitieron conocer las formas en que estas organizaciones y medios comunitarios perciben su rol en la comunidad mediante el análisis de sus discursos, mas no permitieron corroborar el desempeño de los roles percibidos. Por esta razón, se decidió realizar etnografía digital en las plataformas digitales de uno de los seis proyectos comunitarios revisados, para mediante el desempeño digital, conocer la aplicación de los roles periodísticos.

Figura N° 11: diagrama de nociones del rol de los proyectos comunitarios (Fuente: Elaboración Propia).



En primera instancia, las organizaciones no fueron tomadas en cuenta como un potencial caso para esta investigación, pues pese a que fue posible reconocer diversas prácticas comunicativas e incluso periodísticas, el objetivo de estos proyectos no era principalmente ser un medio de comunicación, sino que la comunicación se constituía como una herramienta.

En segunda instancia, con el interés de estudiar un caso cuyo fin y medio fuera la comunicación restaron tres radios comunitarias, Radio Favorita, Radio Océano y Radio Comunitaria Población Aconcagua.

En concreto, el caso escogido fue la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe, pues se constituyó como el medio más completo respecto de la hibridación entre prácticas periodísticas tradicionales y comunitarias. De hecho, fue la única radio que mencionó prácticas periodísticas comunitarias, lo que le imprimió más relevancia. En cuanto a su objetivo de democratizar la comunicación y trabajar horizontalmente con la comunidad.

Junto con eso, cuenta con una gama más diversa de plataformas digitales, entre ellas Facebook, Twitter, canal de YouTube, Instagram y página web. Lo que favoreció la recolección de información mediante la etnografía digital.

En síntesis, el interés investigativo de esta memoria fue la relación entre la percepción de su rol en la comunidad, y el desempeño práctico de los roles periodísticos (Mellado, 2014), asumiendo que la noción previa del rol está asociada a una función práctica, por lo que ambas nociones, una abstracta y otra práctica, permitieron conocer cómo se articulan sus prácticas comunicativas y periodísticas desde su origen.

Cabe recalcar que las nociones sobre percepción del rol de Radio Comunitaria Población Aconcagua fueron extraídas de su respectiva entrevista semi-estructurada,

mientras que las prácticas comunicativas y periodísticas asociadas al Role Performance se extrajeron mediante la etnografía digital.

En base a lo anterior, la próxima sección del capítulo de análisis tiene la finalidad de profundizar en la percepción del rol de Radio Comunitaria Población Aconcagua e identificar y problematizar los roles periodísticos presentes en las plataformas digitales de ésta. Asumiendo que las condiciones materiales, legales y de desarrollo de la radio en la comuna periférica de San Felipe afectan sus posibilidades de acción, y, por ende, su desempeño de los roles periodísticos.

4.2. Percepción del rol y desempeño de roles periodísticos en Radio Comunitaria Población Aconcagua

En esta sección se profundiza la percepción de los roles periodísticos de Radio Comunitaria Población Aconcagua, y se problematiza con las dimensiones encontradas en el desempeño periodístico de la radio en sus plataformas digitales. En concreto, se definen cada una de las seis dimensiones, y se desarrolla la percepción del rol en cada una; se exponen los datos recolectados mediante etnografía digital respecto de la práctica de los roles periodísticos; y, finalmente, se ponen en tensión los datos para conocer cómo se articulan las prácticas periodísticas de la radio.

Las percepciones y el desempeño de roles periodísticos no necesariamente se corresponden entre sí (Benson & Neveu 2005: en Mellado et. al, 2017), por lo que el desarrollo de los papeles profesionales en el periodismo no resulta ser una tarea fácil. Idealizar y trabajar en el papel son dos cosas completamente distintas lo que se ve reflejado en los proyectos comunitarios, ya que la percepción del rol es una dimensión previa a la aplicación de estos en el día a día con las dificultades legales, materiales y culturales.

Los roles periodísticos surgen del vínculo entre el desempeño de roles y el Periodismo, relación de la cual se establecen seis dimensiones que agrupan ideas y prácticas que legitiman la labor de un periodista o medio de comunicación en la sociedad (Mellado, 2014): *intervention, watchdog, loyal-facilitator, service, infotainment* y *civic*.

Estas dimensiones ayudan a analizar la presencia de distintos tipos de desempeño periodístico en contenidos noticiosos, y permiten probar su validez dentro de la sociedad. En ese sentido, es importante tener en cuenta que todos los roles van a acompañados de una función práctica, pero que en ocasiones las percepciones de los roles no necesariamente corresponden al desarrollo real de la profesión (Benson & Neveu, 2005: en Mellado, 2014).

En base a lo anterior, el presente apartado tiene la finalidad de reconocer la percepción y aplicación de los roles periodísticos en la Radio Comunitaria Población Aconcagua de la comuna periférica de San Felipe, asumiendo que las condiciones materiales, geográficas, demográficas y de desarrollo en las que ésta se desenvuelve tienen un efecto en el desempeño de sus roles periodísticos.

Para conocer la percepción del rol se analizó la entrevista al director y fundador de la radio, José Claudio Fernández; mientras que el desempeño de los roles se conoció y analizó a través de las plataformas digitales de la radio -Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y página web- entre el 1 de mayo y el 30 de junio de 2017, utilizando la técnica de etnografía digital.

A continuación, se define cada dimensión del rol, se profundiza en la percepción que tiene la radio sobre su rol en la comunidad y se presentan los resultados sobre el desempeño de roles periodísticos.

4.2.1. *Intervention*

La dimensión de intervención se asocia a la presencia o ausencia de la voz periodística en las noticias, de modo que los profesionales intervienen directamente en los hechos, llegando incluso a actuar como defensores de los diferentes grupos sociales. Para ello, existen cinco indicadores que permiten identificar esta dimensión: la opinión, la interpretación, las propuestas y demandas de los periodistas, el uso de los adjetivos calificativos y el uso de la primera persona (Mellado, 2014).

Respecto de esta dimensión, cabe destacar que la radio no hace directa alusión a éste en la entrevista. No obstante, se tornó interesante que sí se encontraron prácticas de intervención en sus plataformas digitales.

En ese sentido, durante transmisiones de los programas los conductores de la radio se expresan constantemente desde un “nosotros”, desde la posición de un vecino más de la comuna, desde la cercanía y la afectividad. Asimismo, el comunicador manifiesta su opinión en representación de la radio y del Valle del Aconcagua, por lo que denota un fuerte sentimiento de pertenencia local -que es un indicador de la dimensión de *loyal-facilitator*- desde la importancia de hacer comunidad.

Conductor: (...) Todavía hay mucha gente que no comprende de que estos espacios no son solamente para ir a comprar o ir a ver, esto no es para ir a vitrinear, esto es para aprovechar de compartir, de hacer cosas con los demás, de producir un feedback, un ir y venir de cosas que no solamente nos enriquece a quienes estamos en la Expo, sino también a quienes nos visitan. (...). Tómense un poquito de tiempo en esos días, es un fin de semana que los chiquillos salen, justamente, de vacaciones. Aprovechenlo, va a ser más que interesante, la Expo Temática viene con un trabajo de muchos meses, son muchas las personas que se han desgastado y han perdido horas y horas preparando este material que realmente no tiene precio, es invaluable. Es interesante compartir, es interesante aprender (Buenos Días Aconcagua, Aconcagua, 2017).

En segundo lugar, los conductores, en su rol de comunicadores, actúan en varias ocasiones como mediadores entre la comunidad y las autoridades (generalmente municipales). No obstante, manifiestan un claro interés en los vecinos por sobre las

instituciones, por lo cual se evidencia un posicionamiento respecto de los contenidos y, por ende, en la expresión de opiniones.

Conductor: Realmente me asombra, es destacable, es loable la pega, el trabajo que están haciendo entre Quiero Mi Barrio y los vecinos de la zona. (...). Sería fantástico que pudieran replicarlos en varias juntas de vecinos o sectores, no solamente de aquí, de nuestra comunidad, de la ciudad de San Felipe, sino también en el valle y, por qué no, en el resto del país (Charlas de Café, Aconcagua, 2017).

En este sentido, existe una voz periodística que actúa como defensora de la comunidad, lo que se contradice con lo señalado por el director de la radio, quien afirma que el medio no puede crear una inclinación hacia una postura determinada, ni se vincula con causas políticas ni religiosas específicas. Sin embargo, realiza un juicio positivo sobre una política gubernamental, específicamente el Programa de Recuperación de Barrios “Quiero Mi Barrio” del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, vigente desde el primer gobierno de Michelle Bachelet.

Pese a lo anterior, los integrantes de la Radio Comunitaria Población Aconcagua utilizan las diversas plataformas digitales para emitir sus opiniones, en ciertas ocasiones desde puntos de vista personales y, en otras, en representación de la radio.

Figura N° 12: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 26 de junio de 2017.



En este caso, la Radio Comunitaria adopta una posición de demandante utilizando un símbolo del pueblo mapuche, el cual se encuentra en un conflicto con el Estado chileno hace más de un siglo. Otro ejemplo de esto es que el medio defiende la posición de un grupo de vecinos que reclama la apertura de una sede comunitaria tras 48 años de espera, describiendo el hecho con un alto nivel de intervención y vehemencia, y emplazando a las autoridades a que “las promesas emitidas, sean cumplidas en breve”.

Figura N° 13: noticia del diario El Trabajo en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 7 de junio de 2017.



También, se evidencia una constante defensa respecto de la inclusión en la transmisión del programa “Charlas de Café”, en el cual uno de los conductores interviene expresando una opinión y una reflexión sobre el tema; planteando su postura personal en representación del medio, y basándose en la experiencia laboral de la radio con personas discapacitadas.

Conductor: Mira, en ese aspecto yo me voy a poner como parte representativa de la Radio Comunitaria, donde nosotros trabajamos el tema inclusivo desde hace un año y tanto. La palabra inclusión significa incluir a personas de capacidades diferentes en movimientos, actividades y/o de la sociedad conjunta con aquellas personas que nos decimos normales, que yo siempre rescato que nosotros no somos normales, somos personas sin discapacidad visible. ¿Pero quién nos puede decir qué es lo normal y qué es lo anormal? Por eso es que cuando dicen “los discapacitados” o “los minusválidos”, no existe esa palabra en el lenguaje aplicativo social ni médico, porque el minusválido no es menos válido que tú, tiene capacidades distintas a las tuyas y a las mías. Hemos tenido la oportunidad de compartir ciegos, que obviamente tienen un sentido menos que nosotros, pero tienen agudizados los demás sentidos y una capacidad de ver con su vista interior que va más allá del alma (Charlas de Café, Aconcagua, 2017).

De esa manera, se puede afirmar que la voz periodística (Mellado, 2014) se encuentra presente y que, por ende, la radio cumple con algunos indicadores de intervención desde la perspectiva comunitaria. Es decir, muestra una leve inclinación al desempeño de este rol, pese a que intentan desmarcarse de emitir opiniones e intervenir respecto a diversas problemáticas de distintos grupos sociales.

Asimismo, se tornó interesante que además de negarlo, no lo perciben como una potencial función de la radio, lo que está relacionado con la manera en que los integrantes de la radio interpretan las exigencias de la Subtel, mas no con las normas que ésta realmente establece, tal como se explicó con anterioridad.

No hay política y no hay religión. Entonces, no podemos hacer politicismo y no podemos enfocarnos en una religión específica. Sin embargo, aquí puede venir un mormón, puede venir un evangélico, puede venir a hacer una invitación a una reunión, a un estudio bíblico, a, no sé, una asamblea, como le dicen los Testigos de Jehová. Los micrófonos están abiertos para todos, aquí no se discrimina (Aconcagua, 2017).

En ese sentido, cabe recordar que la radio aseguró que, según el Manual de Radios Comunitarias de la Subtel, hay ciertos contenidos que no pueden difundir, y otros sobre los cuales no pueden manifestar una tendencia clara al respecto.

Yo no puedo difundir contenido de algo que está todavía en pos de una aclaración legal, por más natural y por más social que sea y por más cultural que sea, no puedo, eso me lo prohíbe la Subtel. Yo no puedo opinar como radio en un caso de homicidio, robo, violación, el traspaso de un político. O sea, todo eso tiene una connotación, porque nosotros llevamos... No somos solos, nosotros tenemos mil 500 personas detrás que están siguiendo la radio. Entonces, yo no puedo crear una inclinación a... Entonces, eso hay que tener un cuidado muy espectacular en la Comisión de Ética, que, si bien la conforman tres personas, pero en sí la comisión que asesora son ocho, porque es delicado, no es fácil. Ahí hay que aunar criterios, analizar distintos aspectos a nivel social, legal, a nivel comunicacional. Es un tema bien delicado (Aconcagua, 2017).

Por lo mismo, los integrantes de la radio creen que deben ser cuidadosos con lo que dicen, pues aseguran que tienen una audiencia de al menos mil quinientas personas. Por tanto, los voluntarios de la radio se consideran responsables de la información que recibe la comunidad, pues en base a ésta su audiencia forma opiniones e, incluso, se educa. Debido a esto, se preocupan de no difundir contenidos erróneos o que puedan generar una inclinación ideológica, y para ello cuentan con un Consejo de Ética para revisar los programas que se van a emitir.

Pese a esto, la radio mantiene buenas relaciones con las instituciones, entre ellas la Subtel, aunque critica la poca claridad que existe en la Ley de Radiodifusión Comunitaria actualmente y, en muchas ocasiones, señalan no conocer los criterios de éstas.

La reglamentación de las radios comunitarias dice que pasado un año yo puedo enviar un formulario a Subtel pidiéndole que me acepten la mención de tal o cual negocio, tal o cual persona, que colabora con la radio, pero ellos analizan esa lista y luego te la envían a vuelta de correo y te dicen: “Este sí, este no, este sí, este no, este sí, este no”. ¿En qué se basan para decir “este sí, este no”? No tengo idea (Aconcagua, 2017).

Fíjate que la gente de Subtel, por lo menos a mí me ha tocado tener relación con ellos, comunicación, y son bien accesibles. Lo que pasa es que son muy exigentes. Entonces, como toda persona exigente, mucha gente lo ve como tirano. ¿Por qué? Porque ellos tienen que hacer cumplir una reglamentación a rajatabla, a como dé lugar. Entonces, obviamente para nosotros, que queremos ampliarnos en nuestro espectro, van a ser tiranos. Para ellos, que tienen que hacer cumplir una reglamentación por la cual ellos están trabajando, están haciendo su pega (Aconcagua, 2017).

Entonces, aunque la radio reconoce que la función de la Subtel es regular a las radios comunitarias sin la intención de limitar sus posibilidades de acción, se evidencia que sí limita el actuar de estos medios en algunos puntos. En ese sentido, se tornó más interesante aún que, pese a que conocen las dificultades que conlleva ser una radio legalizada (según sus interpretaciones sobre los marcos regulatorios de la Subtel), aceptan estas normas para poder postular a fondos concursables y seguir existiendo, debido a los riesgos de funcionar en la clandestinidad.

En ese sentido, según los documentos que fueron revisados (Ley N°20.433 y Manual de Radios Comunitarias) respecto del marco regulatorio de los medios comunitarios en Chile, se corroboró que se restringen avisos publicitarios fuera de la zona del medio y la propaganda política en su totalidad. No obstante, no existe censura respecto de los contenidos propios de la radio. Es decir, efectivamente existen restricciones respecto de sus posibilidades de acción, pero éstas no se constituyen como graves ni determinantes. De hecho, el interés principal de la Subtel se vincula con los medios que funcionan en la clandestinidad, como el caso de la Radio Comunitaria Madipro de Aysén, clausurada en marzo de 2017 (Radio Villa Francia, 2017).

Por tanto, la Radio Comunitaria Población Aconcagua cumple con las características propias del rol de intervención. Sin embargo, no es una dimensión que el medio desempeñe de forma reiterada, lo que se contrapone con las cifras que entregan estudios a nivel nacional, los cuales exponen que se presenta en el 33.1 % de los artículos publicados en la prensa chilena (Helmüller & Mellado, 2016).

4.2.2. *Watchdog*

Esta dimensión se relaciona con el periodismo de vigilancia o de denuncia, que busca responsabilizar a los gobiernos, a las empresas y a las instituciones públicas de las acciones que llevan a cabo. En el periodismo *watchdog*, los periodistas adoptan una posición crítica y escéptica, y cuestionan la veracidad de las declaraciones o acciones que realizan las personas que se encuentran en las esferas de poder.

En ese sentido, cabe mencionar que no se observó ninguna alusión a la percepción de este rol en la entrevista, ni la práctica de este en el contenido de las plataformas digitales de la radio. Sin embargo, es interesante que, en estudios previos sobre el desempeño de roles en la prensa chilena, esta dimensión alcanza solo un 11,2% en los artículos noticiosos (Helmüller & Mellado, 2016), por lo que no es una excepción de Radio Comunitaria Población Aconcagua.

Respecto de los bajos niveles de manifestación del modelo de vigilancia en la prensa chilena, destacan tres factores principales: la estructura de propiedad empresarial de los medios de comunicación mediante la cual los dueños de estos se encuentran en las esferas de poder; la inclinación del rol de vigilancia hacia el periodismo de farándula, el entretenimiento y el beneficio económico; y la autocensura de la prensa por el miedo arraigado desde la dictadura militar (Helmüller & Mellado, 2016).

Además, este rol se caracteriza por presentar fuertes vínculos y redes entre periodistas y fuentes políticas, aunque estas relaciones no son frecuentes en el periodismo chileno (Helmüller & Mellado, 2016).

No obstante, es interesante recordar que Modatima manifestó nociones de prácticas relacionadas con el desempeño del rol de vigilancia a figuras políticas y empresas, con el objetivo de identificarlas y denunciarlas por el robo de agua en los ríos La Ligua y Petorca. Asimismo, cabe agregar que para ello se relacionan con políticos desde una relación instrumental, para obtener respaldo de autoridades e instituciones en el ámbito legislativo.

De esa manera, y a diferencia de Modatima, la Radio Comunitaria Población Aconcagua no manifestó ninguna noción del periodismo de vigilancia, ni en la entrevista ni en sus plataformas digitales. La explicación de aquello se funda en dos factores: primero, que la radio se crea con el objetivo de hacer comunidad; y segundo, que la radio no se manifiesta sobre hechos que se encuentran en tramitación o aclaración legal, pues según sus integrantes, ésto no lo permite la Subtel.

4.2.3. *Loyal-facilitator*

La dimensión del leal facilitador se caracteriza por la defensa y la prestación de servicios a los poderosos (Sparrow, 1999: en Mellado, 2014), ya que los periodistas actúan como socios gubernamentales y constructores de naciones, ayudando en el desarrollo de los

gobiernos, la preservación de la armonía social y el fortalecimiento de la unidad nacional. Además, promueve las acciones ejecutadas por las esferas de poder, construyendo una imagen positiva de los grupos políticos y económicos. Asimismo, fomenta el sentido de pertenencia y el prestigio nacional al impulsar la unidad Estado-nación.

Para efectos de esta investigación, a esta dimensión del quehacer periodístico se le agregó el enfoque comunitario, sin dejar de lado las categorías de base (Mellado, 2014). Es decir, se tomó en cuenta el fortalecimiento del prestigio nacional y comunal, el sentido de pertenencia nacional y local, y el apoyo a actividades institucionales y locales.

En ese sentido, la radio señaló que se preocupa de brindar espacios de difusión a quienes lo requieran. Entre ellos, a los artistas emergentes del Valle del Aconcagua, quienes no necesariamente pueden pagar un espacio en las radios tradicionales para difundir su música. Además, la radio genera instancias para la acción social, la cultura y el arte, de modo que apoya y promueve las actividades locales.

Nos referimos a acción social, cultura, arte, gente que no tiene la posibilidad de pagar un espacio para poder difundir lo que están haciendo, (...). Sumado a eso artistas locales, que la mayoría no tienen manera de hacerse conocidos, necesitan una difusión porque su arte es bueno (Aconcagua, 2017).

Junto a eso, la radio tiene vínculos con colectivos del Valle del Aconcagua, como Aldea sin Sargento y Colectivo Valle; y con otros medios comunitarios del país, como Radio Newén y Radio Rivas, con quienes incluso han establecido redes colaborativas mediante el intercambio de contenidos y programas radiales.

Intercambiamos información, nos apoyamos en actividades. Hay que tener mucho cuidado, sobre todo fuera del país. Dentro del país no tanto porque Radio Newén, por ejemplo, o la Radio Rivas que está en Concepción tienen una temática similar a la nuestra, mucho apoyo social, músicos locales, artistas locales (Aconcagua, 2017).

Por otro lado, en un sentido más purista de esta dimensión, la radio asegura que ayuda al desarrollo de la comunidad al permitir que cualquier persona se exprese en el medio, razón por la que se define como “la voz de la gente”, y se constituye como un ente de fortalecimiento de la unidad comunal y del sentido de pertenencia local.

Ha venido muchísima gente, ha venido gente de medicina natural, ha venido gente de una consultora educativa, (...), empresas como una distribuidora de medicina natural mapuche, que también ha tenido un alto impacto ya que se está tratando de generar una filial aquí, en San Felipe. Y como ellos mucha gente a nivel profesional, arte, cultura, difusión. Han venido tatuadores, han venido escultores, han venido artesanos, músicos, han venido directores de colegios, candidatos a algún puesto político, en fin, una diversidad muy, muy, muy amplia de lo que tú puedes llevarle a la gente en contenido (Aconcagua, 2017).

Cabe mencionar que la radio cumple sólo con las categorías emergentes de esta dimensión a partir de la noción de lo comunitario, y no con las categorías establecidas por Mellado (2014). Es decir, la radio percibe su rol desde nociones de esta dimensión, pero a nivel local, alejada de la defensa a los poderosos y del fomento de la unidad del Estado-nación, vale decir, se constituye como leal facilitadora de los vecinos y las instituciones locales.

Figura N° 14: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 29 de junio de 2017.



En base a lo anterior, dentro del actuar digital de la Radio Comunitaria Población Aconcagua en sus distintas plataformas, se observa una evidente y constante difusión de actividades locales, ya sean propias del medio comunitario, o bien, de artistas emergentes, organizaciones o instituciones.

Figura N° 15: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 23 de junio de 2017.



En ese sentido, cabe complementar lo anterior con las prácticas periodísticas comunitarias de la radio, ya que no solo difunden actividades locales, sino que también construyen su propio material periodístico junto a la comunidad, quienes constantemente

comparten contenidos (artísticos, policiales, municipales) a través de redes sociales para que la radio los difunda.

Figura N° 16: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 31 de mayo de 2017.



Asimismo, cabe mencionar que la cobertura que realiza la radio sobre actividades institucionales y de la comunidad, se estructuran bajo los cánones de la objetividad. Sin embargo, cuentan con diversas expresiones afectivas y con menos formalidades propias del Periodismo.

Figura N° 17: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 29 de junio de 2017.



Mediante el apoyo y difusión de actividades locales, la radio busca promover la participación de los vecinos, invitándolos a distintos eventos mediante sus plataformas digitales recurriendo a mensajes con altos grados de expresión afectiva.

Además, la mayoría de las actividades locales que difunde la radio están ligadas a un sentido de pertenencia local y al fortalecimiento del prestigio de la comunidad. En efecto, todas las publicaciones observadas corresponden a actividades dirigidas a la población del Valle del Aconcagua, o bien a eventos en los que participaron vecinos de la zona. Aunque en casos particulares, también se difunden los servicios que prestan instituciones locales, pero siempre el foco principal y transversal de la radio es la comunidad del Valle.

Figura N° 18: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 26 de junio de 2017.



Relacionado con lo anterior, también se observa un constante trabajo conjunto entre el medio y otras organizaciones, colectivos, artistas locales, entre otros. Por ejemplo, para el evento autogestionado “El Valle Despierta”, el medio participó en éste cubriendo la actividad, donde también participaron numerosos músicos locales, cuyas presentaciones fueron grabadas por la radio y subidas a YouTube.

Figura N° 19: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 4 de mayo de 2017.



Del mismo modo, la radio apoya actividades de colectivos locales mediante la organización de eventos como la Expo Temática, para lo que además brinda espacios a los organizadores en sus programas.

Entrevistada: La Radio Comunitaria de la Población Aconcagua, que nos va a ayudar a cubrir absolutamente todo el evento, y que también nos va a apoyar. Así que tienen que estar muy atentos acá a la radio, porque acá en la radio van a estar todas las primicias (Charlas de Café, Aconcagua, 2017).

Sin embargo, cabe mencionar que entre las semanas que se analizaron las plataformas digitales, se evidenciaron tres situaciones puntuales en las que la radio apeló al sentido de pertenencia nacional, por lo que el interés en lo local es evidente: una noticia en la que se proponía impulsar a Chile como destino para los estudiantes extranjeros; una transmisión en vivo de otro medio en que se mostraba el lanzamiento del primer satélite chileno; y una publicación de otro ciudadano del Desfile de las Glorias Navales que se realizó en San Felipe.

Figura N° 20: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 19 de mayo de 2017.



En síntesis, cabe mencionar que la definición de facilitadores leales no se cumple desde sus valores originales (Mellado, 2014), sino que desde derivaciones propias de la investigación. En ninguna publicación se evidencia una clara defensa a los poderosos, ni la promoción del desarrollo a nivel nacional, entre otros. Es decir, la noción de Estado-nación está ausente.

Asimismo, cabe mencionar que esta dimensión es la que se presentó en más publicaciones de las plataformas digitales, por lo que es interesante - aunque no sea representativo- poner en tensión ese resultado con el porcentaje obtenido en el estudio de la prensa chilena, el cual apenas alcanza el 8,4% (Helmüller & Mellado, 2016), pues evidencia una diferencia de intereses en los contenidos de la prensa tradicional chilena con esta radio comunitaria.

Por tanto, la Radio Comunitaria Población Aconcagua cumple su rol en la esfera comunal y no de “los poderosos”; fomentando el sentido de pertenencia local y los espacios de expresión y participación en ésta. Así, la percepción del rol se condice con el desempeño digital de ésta, pero en las categorías comunitarias emergentes.

4.2.4. *Service*

El periodismo de servicio se caracteriza por entregar información, conocimiento y asesoramiento aplicables a la vida cotidiana para a la audiencia mediante la opinión de expertos, velando así por los derechos e intereses de la comunidad (Hanusch, 2012: en Mellado, 2014).

En ese sentido, la Radio Comunitaria Población Aconcagua percibe que entrega información de utilidad y asesoramiento a sus oyentes y seguidores, la que varía según el tipo de programa que se esté transmitiendo. A su vez, recibe preguntas del público relacionadas con estos programas.

Hay distintas temáticas por edad, de hecho, la más alta es la del tango y la del folclor, que van más enfocado al adulto mayor, y que también ellos se orientan mucho por el lado de algunos programas nuestros en lo que es medicina naturista, medicina natural (Aconcagua, 2017).

Sin embargo, la radio percibe no se limita a entregar contenidos de utilidad para la comunidad, sino que también brinda espacios de difusión a aquellos que no cuentan con los recursos para financiarlos en una radio tradicional, como sucede, según el medio, con las bandas emergentes de la zona.

A partir de lo anterior, y como ya fue mencionado en el primer apartado del análisis, la Radio Comunitaria Población Aconcagua distingue entre las radios tradicionales y las comunitarias, señalando que las tradicionales nacen desde una lógica comercial sustentada por auspiciadores y otros participantes, mientras que las comunitarias se centran en la acción social.

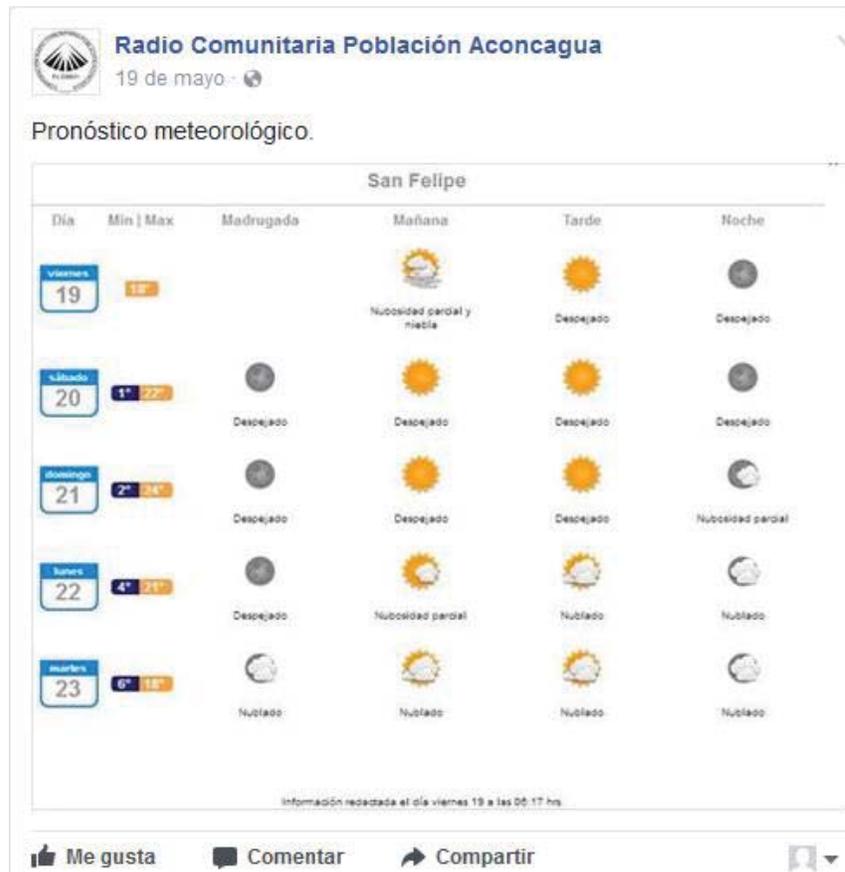
Si bien una radio de FM estándar puede tener toda la voluntad del mundo, nace con una convicción comercial, y esa convicción comercial tú tienes que sustentarla con auspiciadores, con la co-participación de otra gente, y eso no te deja mucho lugar a tiempo libre para, nos referimos a acción social, cultura, arte, gente que no tiene la posibilidad de pagar un espacio para poder difundir lo que están haciendo, como lo que comentaba recién fuera de micrófono, en el caso de la primera Feria de Arte y Cultura que se va a hacer aquí, en San Felipe (Aconcagua, 2017).

Por lo mismo, el medio se percibe como un proyecto netamente comunitario que pretende brindar espacios de difusión a quien lo necesite respecto de cualquier temática, pero siempre desde la localidad. De esa manera, nutre el espacio social y rescata la raíz compartida del concepto de comunicación y comunidad (Kaplún, 2010).

De esa manera, pese a que los integrantes de la radio no conocen las dimensiones del desempeño periodístico, ellos perciben que deben velar por los derechos e intereses de la comunidad, y brindar información de utilidad, asesoramiento y opinión de expertos.

Respecto a esta dimensión, la acción más recurrente en las plataformas de la radio es proveer información de utilidad respecto a diversos temas, como avisos meteorológicos y campañas informativas de instituciones mediante Facebook y Twitter.

Figura N° 21: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 9 de mayo de 2017.

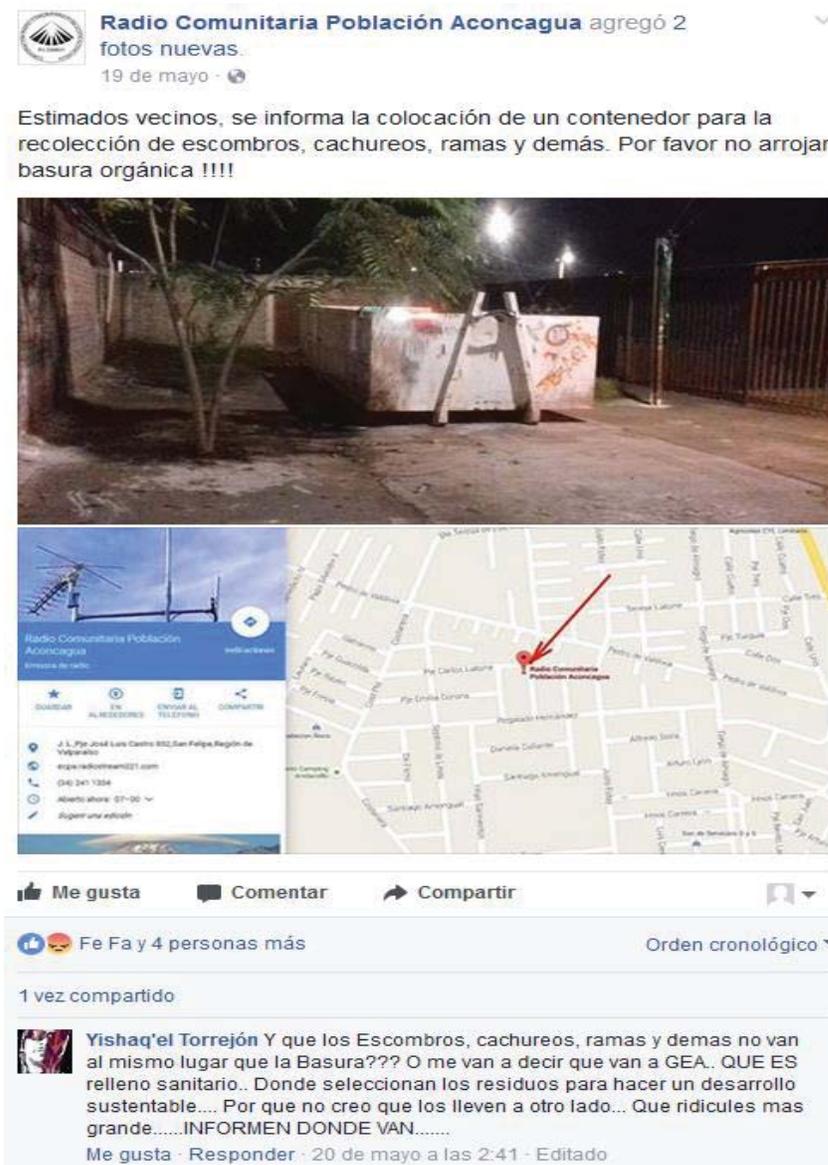


Además, mediante transmisiones en vivo, informan sobre asuntos triviales, como bandas de música locales que buscan nuevos integrantes.

Conductor: Pasamos el dato. Ofiuco busca bajista, para todos los amigos músicos del valle. Si son de afuera, yo creo que también lo reciben. Y responsable, dicen acá. Que sea un bajista responsable, para todos los interesados en tocar con Ofiuco”. (Acústicos Aconcagua, Aconcagua 2017).

Respecto de esta dimensión, la función a la que más recurre la radio mediante sus redes sociales es proveer de información de utilidad a la comunidad a partir de sus intereses. Sin embargo, no se observaron ni publicaciones o programas radiales de asesoramiento a la comunidad ni opiniones de expertos. En ese sentido, cabe destacar que la única organización que cumplió con esta dimensión a cabalidad fue Cultiva Medicina.

Figura N° 22: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 19 de mayo de 2017.



Asimismo, es importante destacar que la dimensión de servicio es la segunda más frecuente en las plataformas digitales de la radio, y que, en la prensa chilena, el porcentaje de publicaciones llega al 11,5%. Por lo que, nuevamente, se evidenció una diferencia de intereses respecto al tipo de contenidos y a la forma de presentarlos.

En síntesis, la Radio Comunitaria Población Aconcagua no cumple con todas las características del rol periodístico de servicio. Sin embargo, la que desempeña -proveer de información de utilidad a la comunidad a partir de sus intereses- se observó en reiteradas publicaciones (Mellado, 2014).

4.2.5. *Infotainment*

Esta dimensión se caracteriza por crear contenidos informativos que estimulan los sentidos de la audiencia, provocando respuestas emocionales (Grabe et al, 2001: en Mellado, 2014) mediante el uso de recursos narrativos y audiovisuales que destacan lo espectacular o inesperado. De esa manera, se recurre al sensacionalismo, el morbo y el escándalo utilizando imágenes, videos y audios con situaciones dramáticas para sensibilizar con mayor facilidad a la audiencia.

Asimismo, y al igual que la dimensión de vigilancia, la radio no presenta contenidos con el perfil de *infotainment*, un aspecto interesante si se considera que en la prensa chilena las fuentes políticas son frecuentemente cubiertas con este modelo, abarcando un 28.1% de los artículos noticiosos nacionales (Helmüller & Mellado, 2016), a partir de lo cual nuevamente se comprueba que los intereses de esta radio, versus la prensa chilena tradicional, son opuestos.

Entonces, como la cobertura de temas políticos en la prensa chilena se realiza mediante el infoentretenimiento, y que, al igual que en el rol de vigilancia, deben existir vínculos entre periodistas y figuras políticas para poder desarrollarlo, se entendió que Radio Comunitaria Población Aconcagua no presente ninguna noción de esta dimensión. Esto, porque además de que no presenta vínculos con figuras políticas, en sus contenidos evita las inclinaciones políticas.

4.2.6. *Civic*

En la dimensión cívica, conocida también como periodismo comunitario (Lauterer, 1995: en Mellado, 2014), los periodistas promueven la participación del público en la vida social, política y cultural (Dahlgren, 1995: en Mellado, 2014), estimulando la deliberación ciudadana y educando a la comunidad acerca de sus deberes y derechos.

En ese sentido, los indicadores de este rol periodístico son las preguntas ciudadanas, la demanda ciudadana y la perspectiva ciudadana; los cuales están orientados a brindar espacios de expresión a la comunidad (Kurpius, 2002; Voakes, 2004: en Mellado, 2014).

La Radio Comunitaria Población Aconcagua señaló que su objetivo es ser la voz de la gente, y generar instancias de difusión para toda la comunidad. Allí, las personas pueden hablar de los temas que les interesan, o bien entregar información relevante para el Valle del Aconcagua. También pueden denunciar hechos que les generan disgusto o inquietud, por lo que el espacio va dirigido a todo lo que la comunidad desee expresar.

Por lo mismo es que la radio permite que los ciudadanos entreguen su opinión en las reuniones que ésta realiza. Así, la comunidad tiene la oportunidad de proponer ideas para la radio, o bien exponer su postura sobre un tema determinado. De esta forma, el medio pretende fomentar la participación y la deliberación ciudadana tanto dentro como fuera del medio, además de dar espacio a las preguntas planteadas por los mismos vecinos.

De repente hay gente que viene a conversar con nosotros, entonces saben que nos reunimos los lunes, que podemos estar en tal o cual lugar y nos llaman. “Oye, ¿se puede ir a opinar? Tengo una idea”. “Ya, vente” (Aconcagua, 2017).

Por tanto, la radio percibe, sin tener conocimiento de los roles periodísticos, que su rol es cumplir con los tres indicadores del periodismo cívico: perspectivas, preguntas y demandas ciudadanas (Mellado, 2014). En ese sentido, la demanda ciudadana es la que más se presentó en las plataformas digitales, pues cada vez que el medio trató un tema que los identificaba, se expresó con vehemencia desde una postura crítica en defensa de la

comunidad. Particularmente, se encontraron dos casos de denuncia ciudadana. En el primero, se compartió la publicación de la cuenta de un vecino de San Felipe, en la cual se reclama por el extenso tiempo de espera en una fila debido a una mala gestión de las autoridades.

Figura N° 23: Publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 20 de junio de 2017.



En el segundo, en cambio, se expuso un reclamo por la espera que enfrentó la Junta de Vecinos Aconcagua para tener su propia sede. En este último, el medio adoptó una posición y se hizo parte del conflicto informando sobre las necesidades sociales de sus vecinos mediante una demanda ciudadana por su plataforma más importante, Facebook.

Figura N° 24: noticia del diario El Trabajo en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 7 de junio de 2017.



Cabe destacar que la denuncia ciudadana respecto del caso de la Junta de Vecinos, también se consideró como una práctica del rol de intervención, pues el medio hizo uso de su voz para opinar, denunciar e intervenir en un hecho que afecta a su comunidad.

Por otra parte, la Radio Comunitaria Población Aconcagua también hace uso de sus redes sociales para promover espacios en los que la comunidad puede realizar preguntas ciudadanas, como el caso de la campaña de la Superintendencia de Educación, instancia en la que los vecinos pueden acercarse y hacer consultas. Queda en evidencia que la radio tiene una buena relación con las instituciones de la zona, ya que constantemente comparte

publicaciones entidades de Gobierno y municipales, teniendo como prioridad que su comunidad esté informada.

Figura N° 25: publicación en la página de Facebook de Radio Comunitaria Población Aconcagua, 29 de junio de 2017.

Radio Comunitaria Población Aconcagua compartió la publicación de Gobernador Eduardo León.
29 de junio a las 16:10 · 🌐

Superintendencia de Educación

Superintendencia más cerca

Si tienes alguna duda, consulta, o sientes que se ha vulnerado algún derecho dentro de la comunidad educativa, la **Superintendencia de Educación** está ahora en tu provincia, para escuchar y atender tus requerimientos.

CONSULTE, SOLICITE MEDIACIÓN, DENUNCIE EN:
Región de Valparaíso
GOBERNACIÓN DE SAN FELIPE
Viernes, 30 de junio de 2017
De 10 a 14 hrs.
www.supereduc.cl

Gobernador Eduardo León
29 de junio a las 13:07 · 🌐

Recordamos a los vecinos de la provincia que mañana viernes 30 de junio, de 10:00 a 14:00 horas, se encontrarán funcionarios de la Superintendencia de Educación en las dependencias de la Gobernación de San Felipe respondiendo dudas y orientando consultas y reclamos.

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Además, la radio ofrece su espacio físico para que la comunidad pueda expresarse. En el caso de las bandas, para presentar su música; en el caso de las organizaciones, para dar a conocer la labor que realizan en el Valle. Asimismo, en varias ocasiones, los locutores del medio invitan nuevamente a los entrevistados para seguir conversando, o bien se

comprometen a participar en actividades que ellos realizan, por lo que la radio presta servicios tanto dentro como fuera del medio.

Conductor: “Esperamos verlos en algún evento, y a eso quería llegar. ¿Tienen algún evento próximo, algo importante que se les venga?”.

Entrevistado 2: “Resulta que el 17 de junio nos vamos a estar presentando en lo que es el Teatro de San Felipe a las 7, 19 horas. De ahí vamos a estar presentando un show, más o menos, aproximadamente de una hora, una hora y media. Así que todos cordialmente invitados, ahí lo vamos a pasar bien, lo vamos a pasar chanco y nos vamos a reír harto, y vamos a tocar y ahí lo van a disfrutar”.

Entrevistado 1: “Me gustaría también invitarlos a ustedes a esa presentación”.

Entrevistado 2: “Sí, nos gustaría que asistieran”.

Conductor: “Va a estar Acústicos Aconcagua, así que cuenten con nuestro apoyo, porque estamos muy interesados en apoyar a todas las bandas” (Acústicos Aconcagua, Aconcagua, 2017).

Cabe mencionar que la radio presentó dos indicadores del rol cívico: la difusión de demandas ciudadanas y promover preguntas de la ciudadanía. No obstante, no se encontró ninguna prueba sobre la difusión de perspectivas ciudadanas. De todas formas, es interesante destacar que la percepción de este rol no se condice totalmente con sus prácticas en las plataformas digitales.

Finalmente, es importante señalar que se esperaba una fuerte presencia de esta dimensión. Sin embargo, y sin contar los roles *watchdog* e *infotainment*, los cuales no se observaron en ninguna de las publicaciones, fue el rol con menos presencia en las plataformas digitales de la radio. En la prensa chilena, la dimensión cívica alcanza el 22,2% de presencia, del cual un 6,5% se relaciona con temas de perspectiva ciudadana, un 5% con actividades ciudadanas y un 4,1% con demandas ciudadanas (Mellado & Lagos, 2014).

En ese sentido, se tornó interesante que una radio comunitaria no presente ese rol con más fuerza, pues hace directa alusión al periodismo comunitario. De hecho, la radio percibe que ese es su rol. Sin embargo, no se denota tal nivel de desempeño en sus plataformas digitales, lo podría estar relacionado con el uso de estas más que con sus intenciones.

En síntesis, la primera sección del análisis fundó un nuevo interés investigativo, al revelar que en diversas organizaciones y medios comunitarios periféricos se presentan dimensiones de roles periodísticos en distintos niveles y frecuencias, sin que éstos tengan consciencia de aquello. Es en ese sentido que el estudio complementario de la percepción y el desempeño de roles periodísticos en Radio Comunitaria Población Aconcagua se tornó relevante para conocer su articulación comunicativa. En la siguiente sección se presentan las conclusiones y proyecciones a partir de este objeto de estudio.

Capítulo 5: Conclusiones

Al comienzo de esta investigación, se anunció que los proyectos comunitarios ubicados en comunas periféricas de la Región de Valparaíso, funcionan con diversas desventajas de acceso respecto de los proyectos ubicados en las comunas del centro. En ese sentido, se caracterizó a estos proyectos para conocer de qué forma el factor territorial afecta la articulación de sus prácticas comunicativas, por lo que la Teoría de la Dependencia sirvió como entrada al contexto de las desigualdades.

En efecto, la lógica entre comunas del centro y comunas periféricas permitió conocer diversas dimensiones y relatos de seis proyectos comunitarios. Particularmente, desde un acceso desigual a la infraestructura cultural, a los fondos de desarrollo local, a los bienes y servicios y a las esferas de poder. Esto, permitió entender bajo qué condiciones emergen y funcionan organizaciones sociales y medios comunitarios que buscan resignificar el territorio y disputarlo, asumiendo la relación problemática y práctica entre la comunicación, el poder y el cambio social.

En ese sentido, los seis proyectos comunitarios que se estudiaron a lo largo de esta investigación confluyen en cuanto a sus objetivos y motivaciones, ya que el interés transversal de éstos es suplir una carencia en sus comunas periféricas, desde lo comunicacional, lo social, lo artístico, etcétera. A su vez, reconocen tener problemas de financiamiento, los cuales se relacionan directamente con la falta de ingresos estables, pues dependen en gran medida de donaciones y fondos concursables que se concentran en la conurbación del Gran Valparaíso. Debido a esto, los seis casos caracterizados señalaron tener dificultades materiales y de recursos humanos.

De esa manera, tanto las dificultades descritas por los proyectos como sus formas para afrontarlas resultaron ser similares, teniendo como punto en común la acción colectiva, entendida como una forma de trabajo colaborativo en la que conciben a la comunidad como eje principal de la cadena y no como un mero receptor. Así, la fuerte vinculación con el medio que señalaron los seis proyectos se tornó clave en la constitución del tejido social en sus comunas, ya que, les permitió afrontar las dificultades desde la colectividad y lo

comunitario, utilizando como herramienta democratizadora a la comunicación (Kaplún, 2010).

Concretamente, el uso de la comunicación como herramienta para la consecución de los objetivos de estos proyectos comunitarios, se tradujo en prácticas comunicativas relacionadas a nociones básicas de los roles periodísticos sin la intención de hacer uso de éstos.

En ese sentido, luego de la caracterización general de los proyectos, se analizaron las percepciones del rol que tienen estos proyectos en sus respectivas comunas a partir de sus objetivos, motivaciones, autopercepciones, percepciones de otros proyectos y prácticas periodísticas. De esa manera, los seis proyectos estudiados señalaron mantener vínculos cercanos con la comunidad, ya que la consideran un ente activo en la acción colectiva. Asimismo, en la mayoría de estos proyectos identificaron buenas relaciones con otras organizaciones y medios de sus respectivos territorios.

No obstante, se tornó interesante la tendencia de cinco proyectos, exceptuando a Centro Cultural Estación Riquelme, de posicionarse por sobre sus pares, definiéndose como “más comunitarios” o los de “mayor sintonía” en la zona, incluso cuestionando los valores y la consecuencia de otros proyectos similares por sus fuentes de financiamiento.

En consecuencia, a partir de las variables sobre percepción del rol se identificaron nociones básicas de las seis dimensiones de los roles periodísticos en todos los proyectos, las que posteriormente fundaron el interés investigativo en el desempeño efectivo de éstos.

En primer lugar, Radio Favorita manifestó nociones del rol cívico, pues se percibe como un medio ciudadano abierto a la comunidad, cuyo principal enfoque es mantener un vínculo con los vecinos por sobre el contenido musical, y por ende es difundir necesidades sociales desde la perspectiva ciudadana.

En segundo lugar, Radio Océano aludió a nociones del rol *service* debido a que difunde información de utilidad desde un perfil localista, y se preocupa de brindar espacios de expresión a quien lo necesite dentro de su comunidad.

El Centro Cultural Estación Riquelme, por su parte, presentó nociones de la dimensión de facilitadores leales, pues muestra un claro apoyo a las actividades locales, prestando su espacio físico para la realización de eventos de diferente índole.

En Cultiva Medicina, al igual que la Radio Océano, también está presente el rol de servicio, puesto que el objetivo de la organización es educar a la comunidad sobre los usos que tiene el cannabis y sobre sus normas legales mediante el asesoramiento de expertos.

En quinto lugar, Radio Comunitaria Población Aconcagua, en primera instancia, manifestó nociones de las dimensiones de servicio y de leal facilitador, pues apoyan constantemente las actividades locales, fortalecen el sentimiento de pertenencia local y velan por los derechos e intereses de la comunidad del Valle del Aconcagua.

Por último, Modatima fue el único proyecto que presentó nociones del rol *watchdog* debido al constante trabajo de vigilancia y denuncia a empresas y figuras políticas respecto del robo de agua en la comuna de Petorca. Además, aludió a nociones de la dimensión *loyal-facilitator* por presentar un fuerte sentimiento de pertenencia local proyectado hacia uno nacional.

Respecto de las nociones de roles periodísticos que se manifestaron intuitivamente en el discurso de los seis proyectos comunitarios, existe una relación directa con la disputa de espacios de expresión en sus territorios, pues las motivaciones y objetivos de estos proyectos (las cuales estructuran la percepción del rol de los proyectos en la comunidad) nacen de las carencias propias de las comunas periféricas relegadas en cuanto a espacios de expresión y fuentes de financiamiento.

Una vez que las nociones intuitivas de los roles periodísticos fueron identificadas en los seis proyectos comunitarios, se observó la limitación de estos pues corresponden a la esfera de la percepción de roles. Este elemento limitó la aproximación a su dimensión

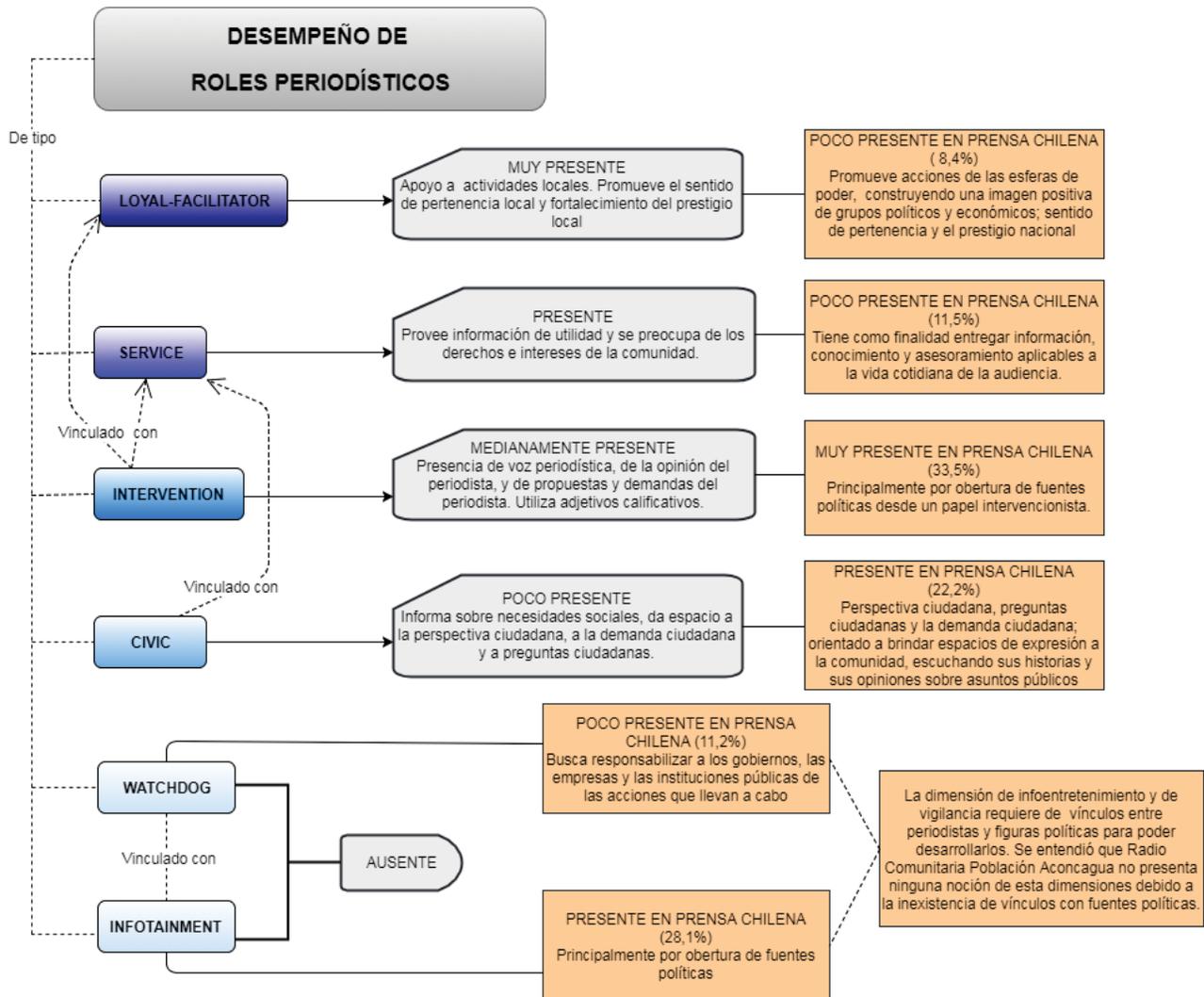
práctica, motivo por el cual se tornó necesario reorientar el objeto de estudio a un caso abordable. Este fue el punto de inflexión durante el proceso investigativo, ya que, al presentarse una limitación con la información recopilada, se fundó un nuevo interés investigativo que produjo un giro metodológico y estratégico. En base a esto, se pasó de la fase de caracterización de los seis proyectos a la de estudio de caso.

En ese sentido, Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe fue el único de los seis proyectos estudiados que señaló aplicar prácticas periodísticas de tipo comunitaria, observándose posteriormente, a través de sus múltiples plataformas digitales, que parte importante de los contenidos que difunden provienen de la misma comunidad.

Entonces, es necesario recordar que la percepción de Radio Comunitaria Población Aconcagua sobre su rol en la comunidad del Valle del Aconcagua, presentó similitudes intuitivas respecto de algunos roles periodísticos (Mellado, 2014). Es decir, que, según sus motivaciones y objetivos, la radio se aproxima a percibir que cumple con los roles de intervención, de servicio, cívico y leal facilitador; y no expresa objetivos potencialmente vinculables ni al rol de vigilancia ni al de infoentretenimiento.

Asimismo, respecto de las aproximaciones sobre la percepción de los roles periodísticos de Radio Comunitaria Población Aconcagua, los que efectivamente se manifestaron y desempeñaron en las plataformas digitales fueron cuatro: *loyal-facilitator*, *service*, *intervention* y *civic*. Mientras que los roles *watchdog* e *infotainment* no se presentaron.

Figura N° 26: roles periodísticos en Radio Comunitaria Población Aconcagua.



En el caso particular de *loyal-facilitator*, es necesario destacar que la dimensión del rol fue adaptada a la realidad de los proyectos comunitarios de las comunas periféricas, de modo que a los valores nacionales se agregaron el fortalecimiento del prestigio local, el sentido de pertenencia local, y el apoyo a actividades locales. Este factor explica la alta presencia del rol de facilitadores leales en las plataformas digitales de la radio, en contra del 8,4% que apenas alcanza a nivel nacional. Sin embargo, es interesante mencionar que, de no haberse agregado esas nociones locales, este rol estaría prácticamente ausente, ya que la

radio no aplica ningún indicador desde la perspectiva nacional, sino que, al contrario, es una facilitadora leal de la comunidad.

Específicamente, la dimensión de facilitadores leales se encontró fuertemente en Facebook, plataforma mediante la cual tienden a compartir contenido de otros usuarios sobre temas locales, como ceremonias y actividades de los vecinos del Valle del Aconcagua. De esta forma, se evidenció un constante apoyo y difusión de actividades locales por parte de la radio, ligadas a un sentido de pertenencia local y al fortalecimiento del prestigio de la comunidad.

Por su parte, el rol de intervención se observó, principalmente, en los programas en vivo de la radio, en los cuales los locutores expresan constantemente su opinión posicionándose como vecinos y no como entes externos a la comunidad, es decir como representantes de la radio y del Valle Aconcagua. Por tanto, se presentó la opinión, propuestas y demandas de los conductores de la radio, junto con el uso de los adjetivos calificativos y el uso de la primera persona.

Por otro lado, el rol de servicio se evidenció mayoritariamente en el Facebook de la radio, en el cual se publica información de utilidad para la comunidad, como, por ejemplo, contenidos respecto al clima y campañas de instituciones públicas de la zona. No obstante, también se observó que la radio vela por los derechos e intereses de la comunidad, puesto que, en los programas en vivo, abren sus micrófonos a la comunidad para que se exprese, y ellos se suman a sus palabras de igual a igual.

Asimismo, el rol cívico se observó tanto en las transmisiones de la radio como en su Facebook, pues en múltiples ocasiones el medio se posicionó del lado de la comunidad para hacer pública las denuncias e interrogantes de los vecinos en torno a ciertas problemáticas de índole local. Se observó entonces, que la radio brinda espacios a la difusión de demandas ciudadanas y, además, promueve preguntas de la ciudadanía.

En cuanto a la presencia de la dimensión cívica, es importante destacar que ésta no se manifestó como se esperaba en las plataformas digitales de la radio. De hecho, es el rol

que menos presencia tuvo en las publicaciones observadas, sin considerar los roles de vigilancia e infoentretenimiento. En ese sentido, más que el rol cívico puro, se observó que éste actúa como un complemento a la dimensión *loyal-facilitator*, pues mediante las denuncias, preguntas y opiniones de la comunidad pretende fortalecer el prestigio y el sentido de pertenencia a nivel local, resaltando los valores locales e impulsando el diálogo entre los vecinos de la zona.

Es importante mencionar que estas dimensiones de roles periodísticos no se superponen, sino que pueden vincularse y complementarse entre sí. En ese sentido, se observó que los roles *intervention* y *civic* se relacionan directamente con *service*, pues la radio presta su espacio para que la comunidad denuncie, pregunte y opine a través de sus programas. Además, los mismos locutores de la radio participan en las discusiones que plantean los habitantes de Valle, posicionándose como vecinos y no como meros comunicadores.

Por otro lado, el rol *intervention* se vincula con *loyal-facilitator*, ya que el apoyo a actividades locales y el fortalecimiento del sentimiento de pertenencia local son expresados por los conductores de la radio, tanto en los programas como en sus plataformas digitales, a través de la intervención de la voz y opinión de éstos, los que se posicionan como vecinos.

Asimismo, respecto de los roles *intervention*, *service* y *civic*, se observó que la mayoría de las publicaciones abordan estas tres dimensiones desde una perspectiva localista. Por ejemplo, las intervenciones que realizan los locutores de la radio en sus programas en vivo reflejan una opinión fundada en sus propias experiencias en el entorno en que se desenvuelven. A su vez, la información de utilidad que entregan también gira en torno al Valle del Aconcagua. Además, las demandas ciudadanas de las que se hace parte la radio también se centran en lo local, y las preguntas que surgen de la misma comunidad también se relacionan directamente con lo que sucede en el valle.

En contraparte, no se observaron indicadores ni de *watchdog* ni de *infotainment* en las publicaciones de la Radio Comunitaria Población Aconcagua, resultado que presenta

gran similitud con el desempeño de estos roles en la prensa chilena, pues la cobertura de contenidos de vigilancia a políticos y esferas de poder en general suelen abordarse mediante el infoentretenimiento.

La ausencia de ambos roles se funda en que la motivación que impulsó la creación de la radio y sus objetivos no fue la política ni los políticos, sino que fue y es la comunidad. De esa manera, no está en sus intereses vigilar a las esferas de poder, por lo que el rol *watchdog* no tiene cabida.

Asimismo, el rol de infoentretenimiento se ausenta en su totalidad debido a que en ningún momento la radio se plantea como un medio de entretenimiento, sino que desde un principio se constituyen como articuladores de la comunidad mediante los espacios de expresión locales. Aunque también se infirió, considerando que en la prensa chilena el rol de vigilancia es representado por el rol de infoentretenimiento, y que la radio no presenta interés en las esferas de poder, que ésta no contaría con contenido para difundir según ese perfil.

En ese sentido, cabe agregar que la relación de la radio con autoridades de diversa índole es mediante la difusión de actividades y anuncios institucionales de interés para toda la comunidad. Junto a lo cual, sus fuentes periodísticas suelen ser habitantes de la comuna, por lo que la voz de la comunidad tiene mayor relevancia para el medio que las declaraciones de autoridades.

Ahora bien, retomando la pregunta inicial de esta investigación sobre cómo se articulan los roles periodísticos de la Radio Comunitaria Población Aconcagua de San Felipe, se observó que el factor territorial afecta directamente en su proceso.

En San Felipe existen 388 organizaciones sociales registradas, de las cuales sólo el 1,5% se adjudicó un fondo concursable estatal entre 2011 y 2016, versus el 82% que se entregó a proyectos de las comunas del Gran Valparaíso (CNCA, 2012). Por tanto, la lógica centro-periferia afecta a la comuna de San Felipe y a todos sus proyectos comunitarios, entre ellos Radio Comunitaria Población Aconcagua, pues no cuenta con las mismas

oportunidades de financiamiento que otras iniciativas de Valparaíso o Viña del Mar, lo que constriñe sus posibilidades de acción y, por ende, reduce los espacios de expresión de la comunidad.

A su vez, la dificultad de acceso a recursos económicos provoca un alto nivel de deserción de voluntarios, lo que finalmente causa que la cantidad de proyectos comunitarios en esta comuna sea evidentemente menor que en las comunas del centro. De hecho, sólo en Viña del Mar existen 4.386 organizaciones sociales (BCN, 2015). Es decir, las comunas del centro concentran la cantidad de habitantes, la adjudicación de fondos concursables y, por ende, los proyectos comunitarios.

En ese contexto, Radio Comunitaria Población Aconcagua nace con la motivación de crear un espacio de expresión por, para y con la comunidad, cuyo objetivo específico es que la música local sea difundida. En ese sentido, esa motivación y ese objetivo no son arbitrarios, pues se estructuran frente a la falta de espacios de expresión locales debido a la condición periférica de San Felipe.

De esa manera, la percepción del rol se constituye a partir de las condiciones desiguales de las comunas periféricas, por lo que la periferia tiene un efecto directo en el rol que percibe cumplir la radio junto a los que realmente desempeña en su comunidad. En consecuencia, la motivación y el objetivo de la radio constituyen la percepción del rol o función que pretenden cumplir en la comunidad, la que a su vez configura y direcciona a las prácticas comunicativas que se aplicarán para la consecución del rol, las que tienden a vincularse con las dimensiones de roles periodísticos.

Ésto se reflejó tanto en la forma como en el fondo de las prácticas comunicativas o periodísticas de la radio, ya que, el tipo de contenidos que difunde no considera temáticas nacionales (a menos que tengan incidencia en lo local) y sólo se enfoca en los temas relacionados con su comunidad, debido a la carencia de espacios de expresión locales, especialmente en comunas periféricas.

Por otra parte, la forma mediante la cual la radio se nutre de estos contenidos localistas es a través de los vecinos de la comuna, los que tienden a enviar información por redes sociales y a manifestarse en los programas de la radio fuera de los cánones del periodismo tradicional, por lo que ésta aplica prácticas totalmente comunitarias. En ese sentido, el principal objetivo de la radio, es ser un medio completamente abierto a la comunidad y causar un impacto local, de modo que puedan promover el empoderamiento de los vecinos del Valle del Aconcagua sobre sus espacios públicos.

Así, la radio se enfoca en democratizar la comunicación, y en que la comunidad se haga parte de sus procesos sociales desde sus bases, vale decir, desde la comunidad y mediante la comunicación (Kaplún, 2010).

En efecto, la utilidad de conocer la percepción y el desempeño de roles periodísticos de Radio Comunitaria Población Aconcagua radicó en que, a partir de la percepción del rol como instancia previa, se estructuran las prácticas comunicativas y periodísticas que se aplicarán para cumplir con el objetivo idealizado. Es decir, la percepción del rol de un proyecto comunitario en su comunidad condiciona las posibilidades del desempeño de roles periodísticos en un sentido práctico.

Ahora bien, las formas en que se perciben y se desempeñan estos roles no solamente se limitan a la centralización de los bienes y servicios, pues pese a que los avances tecnológicos y la masificación de Internet han disminuido las brechas de acceso, los medios de comunicación tradicionales en Chile están centralizados en dos grupos económicos (Monckeberg, 2011), por lo que también existe una brecha comunicacional entre el centro y la periferia. En ese sentido, el factor tecnológico se constituye como un arma de doble filo, ya que Internet abre el acceso, y la incapacidad de utilizar sus herramientas, lo cierra.

Las radios, entendidas casi como artefactos de primera necesidad, cargadas de significado inclusivo y democratizante, y cuyo bajo costo operacional ha permitido que personas sin conocimiento alguno en el área de las comunicaciones puedan acceder a su uso (Ramírez, 2015), también han sufrido las consecuencias a nivel comunitario. Esto, porque

el actual marco regulatorio chileno les permite funcionar con un máximo de 25 Watts de potencia (Subtel, 2010), lo que las limita a una cobertura local.

Frente a esto, las plataformas digitales han posibilitado suplir, en cierta medida, los bajos niveles de cobertura, gracias a lo cual Radio Comunitaria Población Aconcagua ha traspasado la frontera local desarrollándose en diversas redes sociales como Facebook, YouTube, Twitter e Instagram (Bailey et al, 2008). En ese sentido, es posible comprender a Internet como una herramienta inclusiva, que permite mayores posibilidades de retroalimentación, activismo y difusión (Lievrouw, 2011).

De esa forma, el factor globalizante de Internet ha permitido que Radio Comunitaria Población Aconcagua, pese a ubicarse en una comuna periférica, establezca vínculo con proyectos extranjeros y nacionales similares -como Radio Ajusco de México y Radio Newén de Concepción-; alterando así las nociones de espacio y lugar (Casey, 1997), y demostrando que la proximidad geográfica no es una condición necesaria ni para la calidad de los espacios de expresión de la comunidad ni para establecer relaciones colaborativas (Bailey et al, 2008). Por tanto, en el caso de esta radio, Internet sí constituye una herramienta que disminuye la centralización de los espacios de expresión.

En base a lo expuesto en este apartado, y a lo largo de toda la investigación, se concluyó que, efectivamente, el factor territorial de las comunas periféricas estructura, desde su origen, la articulación de la percepción y desempeño de los roles periodísticos en Radio Comunitaria Población Aconcagua. En ese sentido, el factor tecnológico juega un rol crucial en todo el proceso de articulación de los roles periodísticos, pues se constituye como la herramienta mediante la cual la radio reacciona y se impone a las desigualdades de acceso y a las limitaciones del marco regulatorio chileno.

5.1. Contribuciones al campo de estudio y proyecciones

En el estado del arte de esta memoria se evidenció que las investigaciones recientes acerca de organizaciones y medios comunitarios en Chile y Latinoamérica no tienden a centrarse ni en el factor de las desigualdades de acceso en la periferia ni en la articulación de los roles periodísticos. En ese sentido, la contribución esencial de esta tesis radica en la exploración de ambos factores mediante un análisis de caso.

Respecto de la elección de una investigación de caso, es menester señalar que su causa radica en que no todos los medios comunitarios responden a una misma categorización como las que plantean Gumucio Dagron (2004), Kaplún (2007), Rodríguez (2009) y Barranquero (2015), que, por lo mismo, pueden sorprender con los tipos de roles periodísticos -propios del periodismo tradicional e institucionalizado- que desempeñan.

En ese sentido, esta memoria se propuso explorar y analizar a Radio Comunitaria Población Aconcagua desde sus particularidades, para comprender la complejidad del fenómeno comunicativo -que, evidentemente, atañe al periodismo-, que no calza en su totalidad con ninguna clasificación generalista. Es decir, este trabajo contribuye al campo de estudio de la Comunicación Comunitaria en Chile, específicamente acerca de sus dimensiones, comportamientos, características y complejidades en las comunas periféricas de la Región de Valparaíso.

Junto con eso, la aplicación de la etnografía digital en las plataformas digitales de Radio Comunitaria Población Aconcagua, se constituyó como una validación de esta incipiente técnica de recolección de datos en la Comunicación Comunitaria en Chile.

En síntesis, la contribución de este estudio radicó en su herramienta metodológica y en su objetivo principal. En primer lugar, las técnicas de recolección de datos como aproximación al fenómeno se adecuaron al contexto tecnológico actual que cambió las condiciones de posibilidad y acción. En segundo lugar, el actual estado de discusión no profundiza en las particularidades de las organizaciones y medios comunitarios desde las características territoriales de centro y periferia, por lo que se podría inferir, tentativamente,

que incluso las investigaciones sobre periodismo están concentradas en los medios hegemónicos, lo que se constituye como una posible proyección de esta memoria.

De esa manera, esta investigación proyecta nuevas preguntas y alternativas para pensar un fenómeno comunicativo que está en constante construcción. En ese sentido, es importante mencionar algunas de sus debilidades y fortalezas para futuros estudios. Respecto de los aspectos a mejorar en futuras investigaciones, es necesario mencionar que la recolección de datos pudo haber sido más vasta, pues al tratarse de una tesis de pregrado las barreras estructurales de acceso al campo limitaron en gran medida la presencia física en las dependencias de la radio debido a la distancia geográfica.

Por esa razón, la recolección de datos de este estudio se realizó, en gran parte, mediante etnografía digital. No obstante, irónicamente, la debilidad de esta investigación derivó en su mayor fortaleza, ya que, transformó a este estudio en una forma novedosa de conocer las prácticas comunicativas de la radio en sus plataformas digitales. Asimismo, mediante la observación digital, no se interfirió en las acciones naturales de los integrantes de la radio.

Por otro lado, es plausible proyectar el estudio de las prácticas comunicacionales hacia otros puntos geográficos del país, de modo que se pueda conocer sobre la articulación de los roles periodísticos en el contexto tecnológico de diversos proyectos comunitarios a lo largo de Chile. Conocer las características que comparten o distinguen a las organizaciones a nivel nacional podría, incluso, motivar la promulgación de leyes más acordes a los intereses y realidades particulares.

En ese sentido, conocer cómo se articularon los roles periodísticos en un caso específico, podría fundar un nuevo interés investigativo desde una posición crítica, acerca de la tendencia de los roles periodísticos que se enseñan en las carreras de periodismo en Chile, o, más bien para qué tipo de roles periodísticos se educa a los estudiantes de periodismo en Chile.

A modo de reflexión final, es menester expresar que lo que motivó esta investigación fue conocer cómo los proyectos comunitarios articulan de manera intuitiva, y desde una dimensión afectiva antes que una profesional, sus roles periodísticos. Pues, las condiciones materiales, legales, afectivas y desiguales estructuran su desarrollo y generan necesidades y dificultades. De esa manera, cuando estos proyectos logran imponerse a esas adversidades con pocos recursos materiales y culturales, desarrollan dimensiones innovadoras para conocer desde la investigación periodística. Ésto, porque el Periodismo, más que una profesión, es una herramienta para democratizar y garantizar la comunicación como derecho fundamental, para ser ejercido a favor del desarrollo equitativo de las sociedades.

Bibliografía

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica del Iluminismo*. Madrid: Akal.
- Bailey, O., & Carpentier, B. (2008). *Understanding alternative media*. New York: McGraw-Hill.
- Barranquero, A. (2015). *Juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*. Madrid: Fad.
- Beltrán, L. (https://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. *IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo* (págs. 0-0. Disponible en: <http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion%5fpara%5fel%5fdesarrollo%5fen%5flatinoamerica%2epdf?revisio%5fid=62744&package%5fid=33044>). Lima: Instituto para América Latina (IPAL).
- Borja, J., & Muxi, Z. (2010). *Espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- Canales, M. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago: Lom.
- Cardoso, F., & Falleto, E. (1998). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- Carrasco-Campos, A., & Saperas, A. (2011). La institucionalización del concepto de industrias culturales en el proceso de debate sobre políticas culturales en la Unesco y el Consejo de Europa (1970-1982). *AdComunica* (2), 143-159.
- Casey, E. (1997). How to get from space to place in a fairly short stretch of time: phenomenological prolegomena. *Senses of Place*, 13-52.
- Cea, M., Streeter, P., Brahm, S., & López, A. (2016). *Mapa de las Organizaciones de la Sociedad Civil 2015*. Santiago: Centro de Políticas Públicas UC.
- CNCA. (12 de Octubre de 2017). *Catastro de Infraestructura Cultural. Pública y Privada 2017*. Obtenido de Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: <http://www.cultura.gob.cl/publicaciones/catastro-infraestructura/>

CNCA. (31 de Agosto de 2017). *Manual de Corporaciones y Fundaciones Municipales Culturales*. Obtenido de Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/05/manual_corp_web.pdf

CNCA. (31 de Agosto de 2017). *Política Cultural Regional 2011-2016 Valparaíso*. Obtenido de Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/05/VALPARAISO_Politica-Cultural-Regional-2011-2016_web.pdf

Congreso, B. N. (31 de Agosto de 2017). *Reportes Estadísticos Comunes 2015*. Obtenido de BCN: http://reportescomunales.bcn.cl/2015/index.php/Página_principal

Cottet, P., Weibel, M., & Yañez, L. (2011). *Comprensión del fenómeno interrelacional entre productores de radiodifusión comunitaria y audiencias comunales*. Santiago: Universidad Arcis.

Díaz de Valdés, L. (2016). *Trayectorias de cambio: un recorrido por la historia de las organizaciones de la sociedad civil*. Santiago: Centro de Políticas Públicas.

Escobar, A. (2010). *Una minga para el postdesarrollo: lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Glaser, B., & Strauss, A. (2006). *The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research*. London: AldineTransaction.

Gumucio Dagrón. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Universidad Católica Boliviana, volumen 10, número. 10, enero-junio*, 6-19.

Gumucio Dagrón. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento, volumen XXX (58)*, 26-39.

Gumucio Dagrón A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación y Desarrollo, volumen 12, número 1,* 2-23.

Gumucio, A., & Tufte, T. (2008). *Antología de comunicación para el cambio social. Lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Plural.

Helmüller, L., & Mellado, C. (2016). Watchdogs in Chile and the United States: Comparing the Networks of Sources and Journalistic Role Performances. *International Journal of*

- Communication*, 0-0. Disponible en: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/5181/1706>.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Madrid: UOC.
- INE. (31 de Agosto de 2017). *Ciudades, Pueblos, Aldeas y Caseríos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas: http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/Ciudades,%20Pueblos,%20Aldeas%20y%20Caseríos%20_consideraciones%20básicas%20y%20glosario_.pdf
- INE. (4 de Septiembre de 2017). *Total de Población Región de Valparaíso: por comuna y sexo*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas: http://www.inevalparaiso.cl/contenido.aspx?id_contenido=13
- Kaplún, G. (2007). La comunicación comunitaria. En F. Telefónica, *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano* (págs. 311-321). Buenos Aires: Ariel.
- Kaplún, G. (2010). Comunicación educativa y comunitaria. En Unesco, *Comunicación para el desarrollo: una herramienta para el cambio social y la participación* (págs. 15-34). Montevideo: Unesco.
- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. London: Polity.
- MacBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. Paris: Unesco.
- Mayol, A. (2011). *El derrumbe del modelo*. Santiago: Lom.
- Mellado, C. (2015). Professional Roles in News Content: six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies* 16 (4), 596-614.
- Mellado, C., & Lagos, C. (2014). Professional Roles in News Content: Analyzing Journalistic Performance in the Chilean National Press. *International Journal of Communication* (8), 0-0. Disponible en: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/2651/1191>.
- Mellado, C., Hellmueller, L., & Donsbach, W. (2017). *Journalistic Role Performance: Concepts, Contexts, and Methods*. London: Routledge.

- Melucci, A. (2011). *Vivienda y convivencia: teoría social para una era de la información*. España: Trotta.
- Milán, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación y desarrollo* 14 (2), 268-291.
- Mönckeberg, M. (2011). *Los magnates de la prensa: concentración de medios de comunicación en Chile*. Santiago: Editorial Debate.
- Pinto, M., & González, B. (2016). *Séptima Encuesta de Acceso, Usos y Usuarios de Internet*. Santiago: Subsecretaría de Comunicaciones.
- PNUD. (31 de Agosto de 2017). *Desiguales. Orígenes, cambios y desafíos de la brecha social en Chile*. Obtenido de Informe de Desarrollo Humano en Chile (2017) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: <http://www.elmostrador.cl/media/2017/06/libro-desiguales-del-PNUD.pdf>
- PNUD. (4 de Septiembre de 2017). *Los tiempos de la Politización*. Obtenido de Informe Anual (2015) de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidad para el Desarrollo: http://desarrollohumano.cl/idh/download/Informe_2015.pdf
- Radio Comunitaria Población Aconcagua. (15 de Agosto de 2017). *Canal-Usuario Youtube de Radio Comunitaria Población Aconcagua*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UClOg6GwzVQ-4hMVJ-WxW05g>
- Radio Comunitaria Población Aconcagua. (14 de Septiembre de 2017). *Fan Page Público de Radio Comunitaria Población Aconcagua*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/rcpasanfelipe/>
- Radio Villa Francia. (13 de Septiembre de 2017). *Tras 30 años cierran "Radio comunitaria Madipro" en Aysén y formalizarán a pobladora por "transmitir ilegalmente"*. Obtenido de Radio Villa Francia Online: <http://www.radiovillafrancia.cl/tras-30-anos-cierran-radio-comunitaria-madipro-en-aysen-y-formalizaran-a-pobladora-por-transmitir-ilegalmente#sthash.8zvF0n1N.dpbs>
- Ramírez, J. (2015). *La radio comunitaria en Chile y su re-construcción en la era digital (Tesis Doctoral)*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

- República de Chile. (1982). *Ley General de Telecomunicaciones N°18.168 (2 de octubre de 1982)*. Santiago: Diario Oficial de la República de Chile.
- República de Chile. (1989). *Ley Consejo Nacional de Televisión N°18.838 (1989)*. Santiago: Diario Oficial de la República de Chile.
- República de Chile. (1992). *Ley Empresa Televisión Nacional de Chile N°19.132 (1992)*. Santiago: Diario Oficial de la República de Chile.
- República de Chile. (1995). *Ley Normas sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias N°19.418 (1995)*. Santiago: Diario Oficial de la República de Chile.
- República de Chile. (2010). *Ley Servicios de Radiodifusión Comunitaria Ciudadana N°20.433 (2010)*. Santiago: Diario Oficial de la República de Chile.
- Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un cambio. *Folios 21 (22)*, 13-25.
- Rodríguez, R., Peña, P., & Sáez, C. (2014). Crisis y cambio social en Chile (2010-2013): el lugar de los medios de los movimientos digitales y de los activistas digitales. *Anagramas 12 (24)*, 71-94.
- Salazar, G. (2012). *Los movimientos sociales en Chile. Trayectoria histórica y proyección política*. Santiago: Uqbar.
- Sandoval, E. (2007). Cibersocioantropología de comunidades virtuales. *Revista Argentina de Sociología 5 (9)*, 64-89.
- Santos, B. (1998). *De la mano de Alicia. Lo social y lo político en la postmodernidad*. Bogotá: Uniandes.
- Santos, B., & Meneses, M. (2014). *Epistemologías del sur (75)*. Buenos Aires: Akal.
- Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz.
- Sousa, B. (2014). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Santiago: Lom.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnica y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquía.

- Subtel. (2010). *Radios comunitarias ciudadanas: telecomunicaciones con sentido ciudadano*. Santiago: Subsecretaría de Telecomunicaciones.
- Subtel. (5 de Septiembre de 2017). *Servicios de Radiodifusión Sonora*. Obtenido de Subsecretaría de Telecomunicaciones: <http://www.subtel.gob.cl/inicio-concesionario/servicios-de-telecomunicaciones/servicios-de-radiodifusion-sonora/>
- Svampa, M. (2008). *Cambio de época. Movimientos sociales y poder político*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Tarrow, S. (2004). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Buenos Aires: Alianza.
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de Investigación Social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis Sociología.
- van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- Vander, J. (1995). *Social Psychology*. Random House: New York.
- Viana, N., & Chaves, D. (2013). Escenarios virtuales: una mirada etnográfica. *Itinerario Educativo Año XXVII (61)*, 89-106.