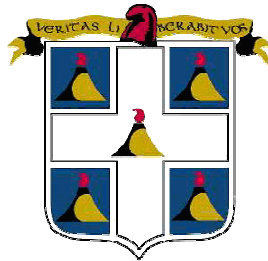


UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Monografía:

**Factibilidad para una radio popular participativa para la
comunidad indígena de Monimbó - Masaya**

Elaborada por: France Daly Montenegro

Tutoría y Asesoría: Lic. Gilberto Cuadra

DEDICATORIA:

“...entre humanas y humanos tenemos el desinterés del problema ajeno, estamos inmersos en construir nuestro espacio individual en la vida cotidiana. Por naturaleza biológica y creación y semejanza del Dios supremo tenemos la tendencia de ser egoístas entre la misma especie; así de sencillo...” **francedalymontenegro.**

A: Herman Vis (Wat van jouw is, is van ons samen. Wat van mij is, daar blijf je van af)

A: Henk Jan Borst (die altijd positief denkt)

A: María del Carmen (mi madre que me heredo su piel)

A: mis hermanas y mi hermano (la vida tiene vendavales)

A: mis amigas y amigos (en su oficio de vivir)

A: usted lector y lectora (el principio y el fin no existen)

A: las y los humanos que están en desventaja y sufren discriminación.

INDICE

RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

1. Marco conceptual sobre comunicación y radio participativa
2. Cultura popular y cultura participativa
3. Caracterización del modelo comunicación y radio participativa
4. Marco teórico de la comunicación participativa en la radiodifusión nicaragüense

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Parte uno

1. Antecedentes sobre Comunicación Participativa en la Radio

Parte dos

2. Etnia, Comunicación y Radiodifusión

Parte tres

3. Factibilidad para la radio popular participativa para la comunidad indígena de Monimbó

CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

RESUMEN DE LA INVESTIGACION

Una investigación es un proceso complejo que requiere cuidadosa consideración de sus objetivos que luego determinara el marco teórico o de referencia dependiendo de recursos disponibles.¹ Para efectos de este trabajo investigativo, la materia prima es la información que he recabado de otras teorías existentes y procesado bajo análisis de contenido; y, como lo dicen especialistas: “la investigación científica es una tarea dirigida a la búsqueda de solución a los problemas² al mismo tiempo tratar de aportar esfuerzos teóricos y prácticos a las Ciencias de Comunicación Social, al periodismo investigativo y al periodismo digitalizado y en especial interés personal a las Comunidades Indígenas de Nicaragua.

Este bagaje teórico al cual usted dará lectura puede ser utilizado para desarrollar actividades prácticas y de análisis en radio participativa interrelacionado con sectores indígenas. Además que es importante generar esta teoría sobre factibilidad para impulsar un proyecto de difusión para la Comunidad Indígena de Monimbó, brindándole ayuda por ser un sector rico en economía de desarrollo auto sostenible. También es necesario destacar el índice de crecimiento poblacional que ha obtenido en los últimos años esta comunidad indígena por ende hay una necesidad de ayudar a desarrollar un estilo de vida con las necesidades básicas satisfechas.

Y aunque se exprese de forma negativa que la creación de una radio implique pérdida progresiva de identidad étnica; pues el mantener esa cultura de identidad dependerá de la manipulación del medio de comunicación radio. En esta tarea se busca lo factible que tiene un proyecto de tal magnitud; también se plantea a través de este teoricismo que la comunidad indígena sea actor de programas radiales; manifiesten y busquen respuestas a necesidades sociales, económicas, políticas y comunicacionales con otras alternativas participativas viables para la comunidad indígena de Monimbó.

¹ Texto: Waanders Markus. "Guía para trabajos de monografía en periodismo". Febrero 1990. Nicaragua. Universidad Centroamericana. Edición. UCA. Carrera de Periodismo

² Texto: Waanders Markus. "Guía para trabajos de monografía en periodismo". Febrero 1990. Nicaragua. Universidad Centroamericana. Edición. UCA. Carrera de Periodismo

El contenido de este trabajo de pregrado se conforma por el **Marco metodológico** con una breve explicación del como fue realizado este trabajo monográfico, las técnicas y métodos utilizados en el transcurso de elaboración y las fases para realización este condensado teórico.

Se deja planteado en el apartado del **Marco Referencial** de esta investigación una amalgama teórica sobre la concepción de comunicación y radio participativa tratando de explicar y dejar una base sobre el significado del modelo E-M-R; se intenta plantear un aproximado sobre la viable aplicación del paradigma comunicación participativa vinculado a la radio y estrechamente relacionado al sector indígena. A través de este marco referencial se visualiza el modelo participativo no como un glosario matemático sino como conceptos que nos permiten comprender el como se puede manifestar este paradigma que se oferta a favor de sectores sociales marginados en modelos de sociedad capitalistas o modelos de sociedades globalizadas.

En el apartado del **Desarrollo Monográfico** dividido en tres partes que son la médula del trabajo investigado; la primera parte contiene antecedentes sobre la comunidad participativa en la radio desde América de Sur hasta los estadios urbanos y peri urbanos de Nicaragua. Asimismo se encuentra los antecedentes del la Comunidad Indígena de Monimbó como punto de referencia hacia este sector social nicaragüense en el que esta concebida la teoría monográfica. En la segunda parte del desarrollo se enmarca el énfasis de los y las indígenas que sabrán representar y promover su cultura popular en extinción al cual no se les puede negar la necesidad de un tipo de radio para las y los monimboseños a través de esta investigación proyecto. En la tercera parte se describe **Lo factible** del medio radial popular participativa a través de cortos y breves incisos que nos permiten dar una idea sobre la radio Monimbó; se expone la necesidad que tiene este sector social étnico en proyectar sus costumbres, mestizaje y lo étnico antropológico del sector. Se explica en este apartado la forma como el medio incitará a realizar actividades para crear asociaciones, capacitación al sector étnico y la consecuencia factible utilizada a tecnificar los sectores de producción autónoma. Se enfoca la necesidad de proyección de la cultura popular de este sector indígena vulnerable ante la profunda crisis política y económica que se vive en

Nicaragua en la década del dos mil.

En **la conclusión** se explica a través de segmentos gráficos el contexto coyuntural de la Comunidad Indígena de Monimbó; y la necesidad de un medio de comunicación alternativo y participativo que lograría formar e impulsar cooperativas para la pequeña industria y la manifestación de la cultura étnica.

Y cierre de este trabajo se describen una serie de **recomendaciones** para la posible factibilidad de la radio Monimbó. O la posible apertura de una radio indígena en la zona del pacífico.

INTRODUCCION

Los medios como: Radio, TV, Prensa Escrita e Internet son instrumentos vitales de los que se vale la clase socio-económica dominante para divulgar su ideología. Pero pueden y deben existir medios de comunicación que pertenezcan a sectores sociales pobres o desposeídos en regiones nacionales urbanas y rurales que pueden ser utilizadas para la difusión de ideas y concepciones de sectores marginados.

Sabemos que existen textos de estudios sobre comunicación realizados por teóricos comunicadores acerca de modelos de comunicación clásica, publicitaria o comercial en la Radio; es más hay textos de estudio sobre radio participativa de algunas regiones de Bolivia, Canadá, EU. Pero textos de estudios de comunicación participativa radiofónica aplicados a las etnias del Atlántico y el Pacífico de nuestro país se conoce muy poco. En contexto de medios de comunicación la mayoría de las radios de Nicaragua tiene un perfil de Radio Comercial.

La radio en Nicaragua es el medio de comunicación que se ha expandido con agilidad y ha experimentado cambios de profundas implicaciones económicas. Ante situaciones de crisis económica a nivel nacional la radio ha sido afectada pero no ha implicado estancamiento alguno. La radio ha enfrentado crisis ideológicas, políticas, económicas e igualmente ha superado problema técnicos-profesional. Para una verdadera forma de comunicación en radio con sujetos sociales deberá este medio ser accesible a las y los oyentes (masas populares). Esto se puede lograr impulsando cambios de viejas o tradicionales concepciones acerca de la radio o haciendo uso de viejas y nuevas formas del quehacer radiofónico para lograr retroalimentación.

La búsqueda de nuevas formas de hacer radio es el propósito de este proyecto monográfico: "comunicación participativa" en el quehacer de la radio combinado con la problemática de los indígenas. Investigar y combinar la temática étnica con la radio participativa es para definir un análisis cualitativo del modelo y prever algunos rasgos vitales del paradigma que han sido omitidos y poder desarrollar una amalgama teórica para aplicarse a las prácticas de

la radio. A través de este trabajo teórico se trata de explicar la aplicación del modelo comunicación participativa al sector marginado e ignorado por la sociedad urbanizada como es la comunidad étnica monimboseña; rica en cultura regionalista, llena de etnocentrismo y con ideales de persistencia indígena; ubicada en la región del pacífico y con tendencia a desaparecer.

Entre las manifestaciones sociales de esta comunidad están las actividades económicas de las y los monimboseños que se refleja en una amplia producción de materia prima y el mismo producto artesanal. Por tanto con “una población en la categoría laboral de artesanos que es de 1,771 en porcentaje de 18.9”³ es viable observar que estos datos reflejan una fuente comercial que puede ser explotada para consumo nacional e internacional. Además que no solo lo artesanal esta como factor socioeconómico; sino el arte folclórico, las raíces culturales populares que ellas y ellos mismos generan con interesantes contenidos; también otras comunidades indígenas no están excluidas de esta propuesta monográfica. Al contrario, este trabajo es un punto de partida que luego podría ser aplicado en otras comunidades étnicas.

El análisis del modelo de comunicación participativa en radio se definirá y se combinará en los apartados de este trabajo. Este estudio teórico esta enmarcado en el punto de vista del medio de comunicación radio como Emisor; la que luego dirigirá sus efectos a las y los receptores de la comunidad indígena de Monimbó Masaya. El propósito de este trabajo es superar toda la debilidad que le inyectaron al modelo de comunicación participativa y radio participativa en la década de los 80 y asimismo los defectos que aplicaron a la radio desde su concepto. También poder rescatar el espectro cultural que tiene la comunidad étnica de Monimbó. El plantear esta problemática e inquietudes anteriores sirve de reflexión acerca de los medios que se construyeron en esa época. Todo experiencia son parte de la historia de ayer, hoy y sirve para orientar otras investigaciones; tal es el caso de este Tema: ***Factibilidad para una radio popular participativa para la comunidad indígena de Monimbó Masaya.***

³ Censo a Monimbó en 1993 realizado por el centro de Investigación Social "NITLAPAN UCA". Marcos Membreño y Telma Martínez, Marzo 1993.

MARCO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION

Métodos y técnicas de investigación utilizadas

Este trabajo de investigación monográfica es de tipo cualitativo y cuantitativo y su proceso de realización fue elaborado en cuatro fases; utilizando métodos, técnicas e instrumentos formales de la investigación científica para alcanzar el objetivo general que es:

- Generar teoría sobre la factibilidad comunicacional de un proyecto experimental de Radio con carácter popular y participativo para la Comunidad Indígena de Monimbó.

Y también antes de desarrollar la tarea investigativa se deja planteado en los apartados de la monografía los objetivos específicos propuestos; tales como:

- Elaborar una radiografía de políticas radiofónicas para rescatar valores de carácter socioculturales desplazados por objetos foráneos.
- Fortalecer la cultura de la mujer indígena y su incorporación en los distintos espacios socios económicos, políticos y culturales a nivel local.
- Conocer el panorama de la pequeña y mediana industria, la mecánica de producción y mercado; Oferta y Demanda de los productos artesanales como parte del desarrollo económico auto sostenible de esta comunidad indígena.

Al iniciar este trabajo monográfico se definió algunas relativas hipótesis del modelo radio popular participativa para la comunidad indígena de Monimbó.

- Una radio con características autónomas vinculada al medio social de las y los indígenas monimboseños. La probable manipulación del medio puede ser ejercitada por miembros de la radio.

- Una radio alternativa que le dará pauta de realización al modelo de comunicación participativa similar o más eficiente al modelo participativo desarrollado en Nicaragua en la década de los 80.
- Una radio que integre a las y los radioescuchas en programas y formatos alternativos. Adecuando estos formatos a los niveles académicos y al contexto social de la comunidad.
- Una radio que pueda delinear nuevas políticas de divulgación e información en la prensa radiofónica de Nicaragua.
- Una radio de carácter participativo que rescate la verdadera definición del concepto Comunicación Participativa.
- Una radio que impulse la despolarización política e ideológica del modelo participativo y la radiodifusión nicaragüense.
- Una radio popular participativa en donde la difusión sea amplia tanto para la comunidad indígena de Monimbó como para otras etnias y sectores sociales.

Para la realización de este trabajo se delinearón las siguientes fases:

En la fase A

El primer paso metodológico: fue **entrevistas de profundidad** a especialistas en la materia de comunicación y radio participativa; los entrevistados fueron: 2 especialistas en comunicación, 3 especialistas en radio, 2 publicistas en radio, 3 periodistas con especialidad en radio; los nombres de estos personajes aparecen en el compendio del marco teórico o referencial y en el desarrollo de la investigación. El requisito de selección de las y los especialistas propuestos fue con o sin licenciatura en comunicación o periodismo pero con 5 a 8 años de experiencia en el ejercicio de la comunicación o el periodismo; un suficiente periodo de experiencia para determinar un diagnóstico sobre el tema investigado.

En la fase B

Otra técnica aplicada a la metodología de este trabajo de pregrado fue **la observación** y

conversaciones con las y los miembros de Monimbó; estas fueron realizadas con visitas bajo un tiempo específico que se determinó en un cronograma de actividades. El método de observación fue realizado a través de levantamiento de notas o apuntes realizados con anticipación; para ejecutar esta estrategia se dio la probabilidad de precisar los fines de observación; es decir elaboré un listado de factores o elementos que se pretendieron observar en el terreno de Monimbó; por ejemplo: conocer las actividades diarias en las zonas peri urbanas y rurales de la población, conocer la cultura o costumbres, observar el quehacer de la población económicamente no productiva en horas de la mañana y tarde (población no productiva: niños, jóvenes; estudiantes), conocer cierto universo de la población productiva en su centro de trabajo o talleres. Esto tuvo un poco de complicación pero fue la única vía para conocer más sobre lo que se quiere proponer en la investigación.

En la fase C

Otro método es una pequeña muestra de **Encuesta descriptiva**, la muestra aplicada fue de 200 habitantes de la comunidad; esto no es un dato numérico determinate pero estas 200 encuestas tipo descriptiva fue para desarrollar una imagen de la condición actual del sector. No se pretende explicar **causa y efectos con esta encuesta**. La página de encuesta puede leerse en el apartado de anexos de este trabajo monográfico.

En la fase D

He utilizado **la Técnica de lectura** y recopilación de contenido sobre comunicación y radio participativa en Nicaragua. Este contenido fue procesado a través de notas y fichas que fueron analizadas. El fin de toda esta recopilación teórica y análisis de contenido es para obtener una construcción del marco teórico referencial para el desarrollo de la investigación.

MARCO TEORICO O REFERENCIAL

1. Marco conceptual sobre comunicación y radio participativa

Conceptos teóricos

Para comprender significado y significante del Modelo Comunicación y Radio Participativa es necesario conceptualizar las siguientes terminologías que giran en torno al Modelo participativo. Partiendo de estas teorías se podría interpretar la funcionalidad de algunas experiencias radiofónicas que hicieron uso del modelo y así mismo cada significado de los términos nos revelará las posibles alternativas para determinar la factibilidad del medio comunicación étnica para la comunidad.

a. Comunicación Participativa

En la Comunicación Participativa existe una serie de factores comunes cuya existencia se debe a la práctica de los objetivos con que la ejercen ciertos grupos sociales. Por ejemplo la comunicación participativa en su parte teórica se encuentra en estadísticas meramente locales y regionales; la verdadera base social o sectorial son: comunidades con carisma religioso, folklórico, vecinal, mítico, económico en baja escala y otros grupos sociales un poco débiles unidos bajo una bandera de identificación clasista.

El modelo como tal tiene tendencias ideológicas y puede constituirse en una alternativa hacia los canales de representación de clases en el panorama político y económico por ejemplo: los partidos políticos, organizaciones sindicales, movimientos de masas consolidados o emergentes, grupos sociales latentes, tradicionales y modernos. El medio de comunicación social que utiliza el modelo logra convertirse en una necesidad dentro de las masas sociales u otro espacio; la comunicación participativa presenta sin duda ciertas inquietudes ideológicas. Lo negativo que hay dentro del modelo comunicación participativa es el factor económico. Un fuerte espectro que puede desbaratar lo naciente; es decir sin un poder monetario el medio y su proceso de comunicación participativa sufre un declive.

Para lograr definir exactamente la concepción de la terminología comunicación participativa en su práctica dentro de las masas medias es vital exponer la diferencia que existe entre la comunicación y la información. La información sería un medio de difusión y el proceso de participación sería el proceso de comunicación o sea la participación de las y los destinatarios en la construcción y producción de los contenidos de información para ser difundidos. Fundamentalmente se trata de un proceso donde las emisoras y receptores tienen objetivos similares. Se trata de una transmisión de información de un emisor (medio) a un receptor agregándole aquel condicionante llamado como un mismo canal con códigos parecidos. A como lo emite Mario Kaplun, <<hay una plena participación en la comunicación cuando los dos interlocutores son alternamente emisores y receptores y tienen la misma oportunidad no solo de responder al mensaje recibido y reaccionar ante él sino también generar sus propios mensajes>>.

No debemos pegarnos a una absoluta y literal interpretación de la terminología del modelo; en su práctica el proceso es toda una dinámica comunicacional, el modelo tiene verticalidad, objetividad, alcance, reciprocidad en sus experiencias y considero que contribuye a la línea de conciencia social, política y cultural en pro de sectores socialmente marginados por la creciente monopolización de los sistemas de comunicación institucionalizado o fracciones del capitalismo instituido. Claramente las experiencias teóricas del concepto mismo nos declara un amplio y nuevo orden de proceso de comunicación para el mundo de las comunicaciones y debe ponerse en práctica en sectores sociales altamente marginados por sociedades capitalistas.

b. Comunicación Alternativa

Según el planteamiento de Miguel de Moraga en su texto, "Sociología de la Comunicación de Masas" dice que se entiende por comunicación alternativa: "el proceso que permite una inversión de signo respecto a la comunicación dominante. Esta inversión puede situarse a distintos niveles y funciones comunicativas a nivel de contenido, a nivel de la naturaleza de proceso que se establece y por consiguiente a nivel de la función social que se define de los dos aspectos anteriores".⁴ En la práctica la comunicación alternativa viene a realizar nuevos

⁴. "Sociología de la Comunicación de Masas". Miguel de Moragas. Ed. Gustavo Gili S.A.1985 Barcelona,

efectos y cambios muy drásticos que golpean lo tradicional pero da al emisor y al receptor como resultado un uso alternativo dentro de los procesos de comunicación por ejemplo en lo educativo la comunicación alternativa puede ser un transmisor de valores culturales en calidad de función social.

Aquellos cambios que ofrece lo alternativo en el contenido, método y forma del proceso de comunicación se ubica en el modelo clásico haciendo énfasis en el emisor (medio) logrando que este cambie su proceso de comunicarse para entablar una verdadera comunicación con el receptor. De cierta manera se conocen las principales necesidades y dificultades a través de este proceso; ante esta circunstancia las y los receptores pueden ser protagonistas del proceso de comunicación alternativa.

La comunicación alternativa puede llegar a ser el fabuloso proceso de comunicación imaginable de la vida pública; un sistema de canalización fantástico es decir lo sería si no se utilizara solamente para transmitir a través del canal (emisor) también para recibir y escuchar, permitir hablar a las y los receptores; evitar aislar a las y los actores dentro del proceso alternativo. La radiodifusión debería en consecuencia no apartarse de quienes lo abastecen; la alternativa es convertir a las y los radio oyentes en abastecedores. La comunicación alternativa nos ofrece un cambio desde el discurso convirtiendo al receptor en emisor para que así el protagonismo social sea equitativamente distribuida entre el que emite el mensaje y el que lo recibe (receptor) lográndose de esta manera capacidad de repuestas a los problemas o conflictos sociales que puedan enfrentar tanto la sociedad y el medio de comunicación dentro de esta.

c. Comunicación Educativa

Este modelo tiene la posibilidad de utilizar el proceso de comunicación como complemento o subtítulo del sistema educativo tradicional dando origen a diversas experiencias de comunicación para los sectores marginados por ejemplo experiencias de alfabetización, educación formal e informal, educación a distancia a través de los medios de masas.

Independientemente del éxito o fracaso del proceso en las distintas instituciones o sistemas educativos que impulse este tipo de modelo Comunicación Educativa en las masas medio lo importante está en lograr el esfuerzo educativo que puede lograr las emisoras como variable en su programación. La comunicación educativa consiste en programas y sistemas de educación a distancia a través de tele educación o radio educación dando prioridad a la transmisión de conocimientos, destrezas y desarrollo cultural educativo para los y las receptoras.

En el proceso de comunicación educativa difícilmente sucede lo que pasa en la comunicación participativa aunque no es una enseñanza bancaria el significado de esta terminología pero sí es una experiencia alterna para poder llegar a las y los receptores; el mensaje se emite de una manera que la y el oyente lo descodifique, lo analice y lo interprete para que se complete el proceso de enseñanza y aprendizaje; la comunicación educativa esta abierta a grandes masas o audiencias. Los conocimientos a transmitir tienen que ser prácticos digeribles y tratar de ser presentados de forma amena., los contenidos para que el destinatario los escuche deben ser cargados de carácter reflexivo y no de confrontación para las y los receptores. Generalmente los mensajes generan discusión pero en este contexto de la comunicación educativa el mensaje debe actuar como elemento educativo, orientador donde difícilmente existan canales de conflicto y las y los receptores estén en proceso de aprender.

d. Comunicación Popular

Siempre que se habla de comunicación se refieren al viejo esquema, al tradicional proceso, tan simple como vertical, lineal y autoritario ejemplo Emisor-Mensaje- Receptor. Ahora no interesa ni reflexionarlo sino utilizar este tradicional esquema para ordenar sobre este mismo otras sugerencias y alternativas de comunicación. La comunicación popular se puede efectuar a través de múltiples maneras y entre ellas están boletines, folletos, literatura popular, cuadernos de formación académica pero con las emisoras el proceso de comunicación participativa es diferente, los destinatarios harán comunicación popular exponiendo y elaborando mensajes.

El origen de esta forma de comunicación se da en la misma medida en que nacen nuevas condiciones para las y los receptores marginados y olvidados. Con este tipo de comunicación se articulan nuevas temáticas sociales; lógicamente aparecen ante el proceso por exigencia de algunos patrones ideológicos y políticos de alguna coyuntura con poca capacidad de transformar la realidad social. Este tipo de comunicación puede dar nuevos delineamientos a la comunicación social para así localizar en algunos proyectos políticos un instrumento de expresión y desarrollo tanto para las y los escuchas y el proyecto mismo.

- La comunicación popular es proceso de comunicación no tradicional y su naturaleza se encuentra en lo social, político y económico.
- La comunicación popular obedece a necesidades socioculturales de los protagonistas de la comunicación tanto el emisor (medio) y el receptor.
- La comunicación popular es la práctica de lo participativo y lo alternativo. Es el canal de divulgación para los grupos o sectores populares; aquellas y aquellos sujetos actores del campo, la ciudad. Este proceso de comunicación social en efecto es el intercambio de experiencias, noticias, hechos de los sectores populares a través del medio de comunicación.
- La comunicación popular como canal alternativo viene a fortalecer un intercambio entre los grupos sociales destacados y marginados o grupos sociales que luchan por obtener mejores condiciones de vida, trabajo, vivienda, alimentación, asistencia médica para la población.

El carisma real y objetivo de este proceso comunicación popular se logra con la participación del receptor y emisor para construir el mensaje o discurso. Dentro del proceso de la Comunicación Popular los receptores emisores a la vez pueden divulgar ellos mismos los hechos relevantes dentro del sector o movimiento. De igual manera estos grupos populares con este proceso pueden decidir que mensaje o discurso es más importante divulgar a través del medio.

a. Radio Participativa

Implica el acceso de mujeres y hombres a los medios de comunicación. Algunos teóricos enfocan el significado de este tipo de radio como el concepto democracia aplicado al campo de la comunicación social o democratizar la palabra. Ciertamente los teóricos de la comunicación social han definido literalmente que la radio participativa es “el concepto político de democracia al campo de la comunicación y para lograr la presencia de la voz popular en los medios es necesario quebrar el esquema tradicional comercial de la comunicación que es E-M-R. modelo elaborado por manuales de sociedades capitalistas y aplicado a los masas medios de Latinoamérica”.⁵ La radio participativa hace que el receptor opine cuando se le pregunte o pregunta cuando tiene inquietudes y responde cuando el medio hace sondeos; esta forma de comunicación se le conoce como Feed-Back que en castellano se traduce como retroalimentación.

b. Radio Alternativa

El espíritu de esta utopía inspiró a los impulsores de radios, televisiones libres y comunitarias en Europa, que dieron el necesario salto cualitativo capaz de hacer operativa la toma de la palabra por parte de los sectores sociales que encontraban todo tipo de trabas para hacer circular su discurso por las masas media”.⁶ "Democratización, descentralización, ruptura de la división social del trabajo, horizontalidad, participación; fueron los puntos que moldearon las iniciativas comunicativas que reclamaban alternativas.⁷ Con estas anteriores reflexiones de M. de Moraga, se puede definir que la radio alternativa consiste en transformar el esquema comunicativo; asimismo todo una estructura de producción radiofónica, como garantías de articulación de una práctica comunicativa emancipadora. En estas experiencias de hacer radio alternativa se ha logrado introducir cambios cualitativamente vitales en el emisor y el canal. En primer instancia se desjerarquiza el proceso de toma de decisiones, y la nueva forma de hacer radio se denota fomentando la producción radiofónica colectiva bajo una asesoría técnica especializada en el tema de lo radiodifusión. La programación en este tipo de quehacer radial es flexible y posee potencialidad en el aspecto movilizador de los medios radios.

⁵. "Hacia una nueva radio participativa". José Ignacio López Vigil. 1988.

⁶. Miguel de Moraga. "Sociología de la comunicación de masas". ed. Gustavo Gili. S.A Barcelona 1985,pág.185

⁷. Miguel de Moragas. "Sociología de la comunicación de masas". ed. Gustavo Gili S.A Barcelona 1985,pág.185

En la radio alternativa el receptor tiene posibilidades objetivas, y reales de transformarse en emisor. Esto logra suceder en las propias emisoras elaborando formatos de programas desde la acción que se transmite en directo o mediante llamadas telefónicas. Lo trascendental en esta manera radiofónica son los cambios en los contenidos que van acompañados de otras transformaciones teóricas incidiendo en elementos del esquema comunicativo clásico emisor-canal-receptor que según Mario Kaplun y José Ignacio Vigil lo definen como modelo unidireccional, jerarquizador, vertical. En las experiencias de radio alternativa el cambio evidente en las emisoras se produce en el lenguaje clásico y tradicional. El lenguaje utilizado en radios alternativas por nuevos sujeto se expresan a través de lo alternativo como es el lenguaje: de la calle, formal, llanos, asequibles, espontáneos y populares.

c. Radio Educativa

“Hay emisoras que se dedican casi exclusivamente a transmisiones deportivas o musicales en algunas ciudades de América Latina; os programas culturales, educativos y de estímulo al desarrollo obtienen espacios mínimos” (Revista Chasqui #32 Octubre diciembre 1989 Pág. 2)

Para la radio educativa; educar significa orientar, dirigir, hacer tareas precisas y corregirlas bajo el dictado de un maestro presente en el hogar por la sintonía de la radio. Esta radiodifusión se empeña en dosificar el contenido y la expresión radiofónica. La radio educativa se concibe como una intercomunicación, la participación gradual conduce necesariamente a la organización popular para un desarrollo académico por ejemplo para sectores marginados y discriminados. Desde el punto de vista de la utilización del medio en este último enfoque hay un vivo esfuerzo de la radio por captar el interés del auditorio, por movilizar la imaginación del receptor, por establecer una comunicación de calidad ya sea personal o grupal.

d. Radio Popular

La radio es el medio más presente y puede ser escuchada en cualquier lugar desde una pequeña y precaria vivienda popular mientras las mujeres cocinan, planchan o simplemente miran para la calle por la ventana de su casa. Los transistores permiten que la radio se

extienda al lavadero, a la calle, campos de labranza; la radio popular es la ventana auditiva de contacto entre las clases populares; por esta mass media la gente oye sus canciones y programas preferidos y el noticiero. Este tipo de emisoras se definen como un intento por utilizar un medio masivo en un proceso de comunicación participativo.

Se puede añadir a este fenómeno el movimiento de pequeños grupos organizados que preparan su propio programa radiofónico hechos fuera de cabinas en el sector rural o en centros de producción a nivel de ciudad.

La radio popular debe optar por trabajar o producir programas radiofónicos con formatos y contenidos para las grandes mayorías implementando comunicación horizontal hasta cierta medida participativa frente a la radiodifusión comercial de corte vertical. El perfil de este tipo de radiodifusión en la producción y realización es meramente con programas educativos y culturales dedicándose a la formación permanente de sus audiencias en las comunidades y organización populares. La radio popular prácticamente ha tenido tres funciones tradicionales tal como:

1. función auxiliar y ayuda a la labor didáctica de la escuela para enriquecer y ampliar el materia de enseñanza explicada,
2. función complementaria de la labor formativa y educativa del profesor difundiendo cursos pre elaborados y desarrollando su plan de estudio;
3. por último, función supletoria de un sistema educativo que no se da abasto para satisfacer las necesidades y exigencias de educación de una población dispersa. ejemplo "La educación por radio popular puede ser superior o inferior a la educación formal y tradicional del sistema educativo (escuela, aulas). La perspectiva de la educación en la década del 2000 demuestra que en cuanto a la absorción de conocimiento no hay diferencia entre los dos tipos de enseñanza la formal y la radial; pueden contribuir al desarrollo educativo de las y los individuos"

2. Cultura popular y cultura participativa

La raíz de lo popular es lo que viene del pueblo y es producto de un sinnúmero e inverosímiles variaciones que ha tenido la sociedad y la vida misma. Como principio lo

popular es todo aquello que nace del pueblo pero que luego crece con dimensiones que abarcarán elementos de pueblos, comunidades, nación por ejemplo las proyecciones folklóricas nicaragüenses a nivel regional que luego son proyectadas a la plataforma de lo nacional; toda esa ascendencia que va adquiriendo nuestro folklore se puede calificar como la manifestación de lo popular. Lo popular implica ruptura de clases sociales, condiciones políticas; es lo supranacional que está encima de toda clase social sobre la nación.

El significado del concepto ha ido creciendo en otras dimensiones de tal manera que los pueblos van sufriendo transformaciones y aceleraciones dimensionales; lo popular en América Latina una vez que halla alcanzado niveles y transformaciones tiende a dejar de ser popular y al mismo momento se pierde el carisma o las raíces pero la verdad es que todo dependerá de sus actores sociales de como mantendrán esas manifestaciones folklóricas por ejemplo los bailes de marimba interpretados por los grupos folclóricos de Nicaragua como el Massehualt, el Tepenahualt o la pintura primitivista.

El surgimiento de los medios electrónicos de comunicación aceleran la dimensión de lo popular; eleva lo popular a esferas que no son esferas disfuncional de lo popular sino que del pueblo por ejemplo la música ballenato (música de Colombia) de ser un arte musical popular en un contexto reducido se convierte en popular a nivel mundial; en este fenómeno lo popular se desprende de sus raíces porque ya va cruzando de una práctica que los medios de comunicación han sobredimensionado lo popular que está dado por el consumo y no por la matriz donde surge. Literalmente definimos la cultura popular todo aquello que el ser humano expone sobre lo que le rodea, transformación de ambiente, lenguaje como expresiones de pueblos que manifiestan subjetiva y objetivamente acerca de la cotidianeidad por ejemplo los alfareros que no asistieron a escuelas talleres para recibir clases de estética pero sus expresiones subjetivas acerca de estética parten de la naturaleza las cosas que les rodean todo el sentimiento expresado en sus obras es cultura popular.

La cultura popular es lo que consideramos popular una vez que se expandió por la superficie del sistema social y fue recibida por una sociedad de consumo ya sea de manera positiva o negativa esta retorna interpretada para manifestar subjetividad y objetividades de lo que ellos

y ellas consideran que son las raíces de un pueblo. El bagaje artístico de lo popular en las masas sociales es parte de toda una cultura prevaleciente y esa cultura son aquellos sistemas de símbolos, costumbres, lenguaje, formas compartidas de pensar acerca del mundo, códigos que la sociedad ha inventando; todo rige un comportamiento cotidiano, marcando características dentro de comunidades, pueblos o sectores sociales; la cultura popular en la sociedad nicaragüense puede permitir desarrollo y potenciar procesos de comunicación porque "la cultura popular es cultura de los de abajo, fabricada por ellas y ellos mismos, carente de medios técnicos. Sus productores y consumidores son ellas y ellos mismos: crean y ejercen su cultura. La creación de cultura popular supone la actividad de un grupo que colocado frente a carencias comunes los enfrenta en forma solidaria generando productos nuevos, útiles al grupo y reconciliables por este como su creación".⁸

Las expresiones culturales populares son formas que han sobrevivido; por ejemplo mujeres y hombres del campo que viajan a ciudades y pueblos a vender sus artesanías, frutas, plantas ornamentales; se convierten estos mismos en una pequeña industria sin representante y sin intermediarios. Y se puede calificar que son la interrupción de un mercado nuevo de productos culturales pero que nunca perderán el carisma autóctono o étnico de comunidades y pueblos. Es negativo considerar que la cultura popular se vuelva cultura de consumo pero es una cuestión bivalente y hay un riesgo principal que toda esa cultura popular sea asumida por el espíritu del mercado urbano; este tipo de mercado no conoce el humanismo y las expresiones de cultura popular autóctona conocen el humanismo. Humanismo donde se establece una relación de producción distinta a las relaciones de producción del capitalismo de mercado.

En cuanto a la cultura participativa es un engaño decir que las y los radioescuchas participan en los programas radiofónicos en la misma medida en que él, ellas y ellos (receptores) respondan a la señal o mensaje que el emisor envía (canal o medio) pero " es considerable responder no solo porque estés de acuerdo con el emisor (canal o medio) también responder si estás en desacuerdo con lo que te envié como mensaje el emisor (medio o canal). Y si el receptor tiene la razón acerca de lo que recibió como mensaje pues que la decisión sea del

⁸. Ensayo: "La cultura popular". Mario Margali. Pág. 44. Edición 1992. Premia Editora México.

(receptor); este tipo de proceso se le puede llamar participar".⁹ Por ejemplo existen programas de radios para la fechas del día de la madre y el locutor dice: "el que llame o participe le vamos a regalar tal cosa" aquí la participación ya está dada y determinada o condicionada pero si alguien desea llamar ese día que celebran el día de la madre para saludar a un hermano u otro pariente; el locutor le puede responder "este programa es solo para el día de la madres lo sentimos mucho por su participación" aquí la participación no es válida.

Igual en los periódicos dicen: "si usted envía su cupón está participando" pero las y los receptores no perciben el mensaje subliminal que pretenden decir los emisores (canal o medio) a esto no se le puede definir como cultura de participación además que se está dando una participación acondicionada obligatoriamente para participar deben las y los receptores enviar el bendito cupón; a esto se le llama comunicación mediada. A como dice este refrán "no todo lo que brilla es oro" entonces "no toda acción de comunicaciones es participativa". El proceso de participación del receptor se cumple una vez que el emisor envíe contenidos de interés para que este (receptores) procesen lo enviado y luego retorne al canal (medio) de donde salió la señal con un requisito indispensable que es la aceptación mutua de los acuerdos y desacuerdos que se viertan durante el accionar del proceso de comunicación. La cultura participativa en la radiodifusión tendría que ver con un principio clave que es de carácter de propiedad de los medios de comunicación; eso determina la participación por ejemplo si (x/y) persona tiene un medio de comunicación y esa (x) persona tiene sus propios intereses es decir un medio de comunicación privado y si ese medio está creado por razones comerciales pues tendrá que responder a esos motivos de comercialización y por ende intereses de medio de comunicación privado.

¿La cultura participativa puede ser cultura popular?

En cierto momento puede metamorfosearse donde las manifestaciones de lo participativo adopte un carácter de popular y en la medida que el emisor construya mensajes pensando en el receptor en esa medida se incrementará la participación incondicional del receptor por ejemplo la apertura de una escuela de enseñanza de artesanía tradicional en Masaya. Este

⁹. Licdo. José Molina, excatedrático de la Universidad Centroamericana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, especialista en teorías de la Comunicación Social. 1996.

proyecto de desarrollo comunal tendrá una aceptación entre sus pobladores y será populoso si las y los receptores ven sus necesidades plasmadas y con un contenido que responda a esas necesidades. En este caso las características de la cultura participativa puede llegar a ser toda una cultura popular SI:

1. Los elementos culturales de lo participativo tienen su origen en el pueblo.
2. Puede llegar a convertirse en popular porque tendrá dimensiones de consumo que aborda a la mayoría de la población.
3. Aquella cultura participativa puede ser toda una cultura popular porque circula por canales masivos de comunicación social que las y los receptores tienen afinidad.
4. Lo participativo tendrá popularidad al mantener ciertas características ideológicas en los contenidos o temas a difundir.
5. El carácter de lo participativo será populoso si a través del medio o canal como emisor se abordan aquellas manifestaciones propias de un pueblo.

Según Martín Barbero, "Los emisores de la izquierda en los años 60 y 70 mantenían que lo popular tenía que ser solamente lo que salía del pueblo y que no había otra dimensión de lo popular"¹⁰ fiestas del barrio, ritos religiosos, tradiciones populares. Esas manifestaciones vienen del pueblo y son populares y también pueden ser objeto de consumo en las otras esferas (dimensiones) de la sociedad y eso no le quita su carácter de folklore y de popular. Si estas manifestaciones populares se transmiten en medio de comunicación social sus dimensiones son superiores. La cuestión de la cultura no es un paradigma rígido ni es reductor. La cultura es el paradigma más amplio posible para visualizar la actividad del hombre y la mujer. Podemos ver que de una u otra manera convergen lo popular desde sus raíces y la cultura de elite.

¿La cultura popular puede ser cultura participativa?

No es que si se puede sino que debe ser participativa aunque sufra cambios o se exponga a ciertas transformaciones por aquellos elementos foráneos que desfiguran en cierto momento

¹⁰. Esta aseveración la cito en un conservatorio que sostuvimos el especialista en teorías de comunicación Licdo. José Molina ex catedrático de la Universidad Centroamericana. 1996.

la cultura popular pero que todo un bagaje de cultura popular debe ser impulsado y cultivado a través de una cultura participativa de la sociedad misma.

La cultura popular tiene tres momentos:

- a. en dependencia de como se esté desarrollando el fenómeno popular uno de ellos cultura popular y cultura participativa va emerger más;
- b. el reforzamiento que se quiere dar al carácter participativo hacia la "Cultura Popular" cuando es asumido como expresión de un pueblo por ejemplo las fiestas de Santo Domingo con su carácter de participación en estas fiestas tradicionales populares está dada por el volumen de las masa que aquí se presentan y es una gran masa heterogénea que participa en este ritual religioso;
- c. el carácter participativo esta dado por una dimensión en cierta medida subjetiva e interpeladora. Visualizada la viabilidad y factibilidad de esta teoría es notorio que a través de ello se puede impulsar un nuevo orden en las políticas de información y comunicación social en los medios de comunicación públicos o privados en la radiodifusión nicaragüense.

3. Caracterización del modelo Comunicación y Radio Participativa

Han surgido redefiniciones sobre el concepto de comunicación en las distintas corrientes críticas de América Latina y son aquellas que insisten en definir la comunicación a partir del intercambio y a partir del dialogo. Aquí se considera innecesaria la presencia de locutores (las loras en guayabal) sujetos que hablan tanto a través de los micrófonos de una radio y no dicen nada de interés y no provocan otra relación de comunicación con las y los radioescuchas (receptores). Y no se debe obviar que en un proceso comunicacional no bastan las y los locutores sino que es necesario sujetos interlocutores.

Este modelo de Comunicación Participativa no solo es teórico a como algunos comunicólogos lo plantean con rayas, círculos, cruces, pirámides u otros matices exóticos también este modelo es producto de una práctica creada desde la teoría misma y de quienes mantienen una búsqueda permanente y constantes interpretaciones sobre casos específicos acerca del uso del modelo comunicación participativa en la radio. Se han descubierto

posibilidades de establecer auténtica relación con el oyente aún con la situación unidireccional que imponen los medios de comunicación; la relación entre Emisor (canal) Mensaje (contenidos) Receptor (público) van adquiriendo eficacia y comprensión durante cualquier intento de comunicarse a través del modelo participativo. “la comunicación que se efectuó a través del medio radio se hace la transmisión en una sola vía (informar) y desde un criterio práctico este medio transmite información fría; se puede transmitir un tipo de mensaje que aún siendo unidireccional empieza un proceso de comunicación donde se establezca con el destinatario una relación llamada empatía”.¹¹

Es evidente que el elemento de relación con el destinatario lleva de alguna manera a cuestionar y modificar aquel modelo latente porque en ese caso el mensaje no se origina en el emisor sino en el destinatario (receptores) que es la sociedad misma donde está el medio. Ese mensaje que sale primeramente de las y los receptores (destinatarios) al evaluarse procesarse y luego difundirlo; los teóricos califican a este proceso como la prealimentación¹² o sea primeramente deben alimentarse de información los medios de comunicación desde un punto de vista como emisor para luego caer en el juego de doble filo con el público que es la conocida retro alimentación.

El modelo Comunicación Participativa nace de inquietudes investigativas especializadas en comunicación o teorías de Radio; el modelo mismo parte de un movimiento popular con características etnocéntricas; se desarrolló en pueblos latinoamericanos con amplia libertad de prensa. En otras sociedades se realiza el quehacer radiofónico como resultado de una concepción democrática alcanzada por y para el servicio de las grandes mayorías; tal es el caso que se logró interpretar de las emisoras de mineros bolivianos donde " el tema de la radiodifusión fue arduamente discutido, reflexionado y analizado debido a las perspectivas de un retorno a la democracia para el pueblo boliviano".¹³

Con la radio participativa se quiere alcanzar que las y los receptores no tome actitudes

¹¹. Entrevista ALER: "Hacia una comunicación participativa" a Mario Kaplun. Quito. Ecuador, 1993.

¹². Concepto definido por la teoría de Ciencias de Comunicación que significa un proceso anticipado para la recolección de datos o información para elaborar el mensaje que difundirá el medio como: Emisor.

¹³. Fernando Reyes Malta. / Texto: "Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas". Pág. #60

indiferentes, ni que los medios de comunicación los dominen sino que esa gente se involucre activamente y sus tareas sociales como trabajo, recreación: la misa, su arte, lo identifiquen con la radio, que crean en este el medio donde pueden y deben expresarse, aportar, construir ideas, criticar, sugerir, tener ambiciones, aspiraciones, sueños inalcanzables con el propósito de construir socialmente el medio geográfico donde habitan. “Ante la multiplicidad de relaciones sociales es que ha nacido y se han proyectado algunas experiencias radiofónicas desde experiencias alternativas hasta experiencias participativas”.¹⁴ Estas alternativas de comunicación participativa en el medio radio abarcan teóricamente un nuevo y justo orden nacional e internacional de la información esto implica acción activa de pueblos, comunidades, barrios, regiones, departamentos, ciudades sujeto-actores vivos dentro del proceso de comunicación.

4. Marco teórico de Comunicación Participativa en la Radiodifusión Nicaragüense.

El contexto

La participación popular ha caracterizado la vida de las y los nicaragüenses ejemplo de participación fueron:

- ✓ La lucha contra la dictadura de Somoza especialmente en su etapa de insurrección; fue un proceso de intensa participación popular, un hecho colectivo, masivo, el pueblo se desbordó y decidieron su soberanía y el futuro político del país.
- ✓ A raíz de triunfo revolucionario las y los jóvenes de ciudades se volcaron hacia el campo para enseñar a leer y escribir a miles de campesinos. La popular Cruzada Nacional de Alfabetización fue conquista colectiva. Representó el mayor esfuerzo realizado en Nicaragua para la socialización de la enseñanza.
- ✓ En el terreno de la salud las campañas anuales de vacunación, donación de sangre, limpieza de calles en los barrios; todo esto se logró que el pueblo tome parte activa.
- ✓ Participación popular masiva fue también la del 4 de Noviembre de 1984 cuando el 65% del electorado nicaragüense escogió libremente a los candidatos del FSLN.
- ✓ La Constitución Política de Nicaragua fue fruto de un largo debate a nivel de la Asamblea Nacional también cabildos abiertos ciudadanos nicaragüenses participaron

¹⁴. "Críticas y Experiencias Teóricas de Alternativas de Comunicación ".Alternativas de Comunicación Mar de Fontcuberta y Otros; ed. 1983.

en la redacción de la Constitución revisaron textos y dieron sugerencias para mejorarla el documento constitucional. Una Revolución tan marcada por la participación popular exigía naturalmente una propuesta coherente a nivel nacional.

- ✓ También podríamos citar los programas radiofónicos de líneas directas como Contacto 620 que se emitía directamente a través de la emisora estatal La Voz de Nicaragua.

La concepción

“Para lograr este nuevo protagonismo popular en los medios necesitamos quebrar el modelo tradicional publicitario de la comunicación. El modelo norteamericano que se ha enseñado sin rubor en nuestras universidades latinoamericanas” (Tomas Borge discursos 24-11-84).

En la radio tradicional se han realizado programas participativos pero esos programas de concursos, complacencias, entrevistas callejeras unos más ingeniosos, otros más populacheros, no tiene otro objetivo más que ganar audiencia para poder vender más productos de la industria. La presencia del pueblo en esos programas es un pretexto para aumentar la facturación de la emisora. Con la propuesta de Radio Participativa también podemos a ganar audiencia pero el objetivo no es tanto eso sino el ganar algo mucho más importante y decisivo en la contienda que es: la conciencia de las masas. Es el pueblo con su cultura y su poder quien debe tener la primera y la última palabra en este asunto. El pueblo le va a hablar al mismo pueblo a través de las emisoras. En fin no nos conformamos con buenos programas para el pueblo queremos que sean producidos por ese mismo pueblo. Estamos pues ante un modelo circular donde no hay emisores y receptores sino interlocutores que se comunican a través del medio y que asumen alternadamente una función; por supuesto la masividad del instrumento impide un flujo de doble vía personalizado o inmediato.

No hay que confundir la radio participativa con un teléfono o con una rueda de radioaficionados. Si este esquema de comunicación circular lo vemos en movimiento obtendremos algo así como la figura de una hélice o de una espiral ascendente donde la participación de unos va generando la de otros; las ideas colectivizadas a través del medio choca y provocan contradicciones y de estas surgen nuevas y mejores síntesis. Y así hablando

y escuchando el pueblo va desarrollando progresivamente su capacidad crítica, su conciencia como persona y como clase social. Y la espiral sube y se ensancha en cada vuelta. Y en cada vuelta envuelve a más pueblo y se multiplica más la palabra popular. Este proceso educativo protagonizado en aquel entonces (década Sandinista) por sectores populares no niega la conducción política, ni el papel de la vanguardia. Al contrario la convirtió en más necesaria para evitar romanticismo que consideraran popular todo aquello que proviene del pueblo.

En cualquier caso el nuevo protagonismo popular en la comunicación no prescindía de la ayuda de técnicos. Es decir la participación popular en comunicación va más allá de la misma libertad de expresión¹⁵ esa libertad de prensa podría interpretarse como ocurre en todo los países latinoamericanos; libertad de prensa: "el privilegio que tienen las grandes mayorías para debatir sus intereses políticos a través de los medios de comunicación masivos".¹⁶ Partiendo de esta aseveración con el proyecto de comunicación participativa en la radiodifusión se trata de que el pueblo (masas receptoras) recuperen la palabra y tengan el espacio que les ha sido negado en la radio desde que entro este medio de comunicación social al país.¹⁷

Las primeras experiencias: El contexto

La mayoría de las emisoras de Coradep tomaron con entusiasmo el proyecto de la Radio Participativa; sacaron los micrófonos a la calle y al campo. No se espero que las los radioescuchas vinieran a las emisoras sino que las emisoras salieran de la cabina y de la mesa en busca de sus oyentes y se dio el encuentro de la radio con campesinos y trabajadores de fabricas, gente de barrios y colonias. La Radio Participativa fue la radio de exteriores y no solo bastó una radio hecha por el pueblo también concebir una radiodifusión hecha desde el

¹⁵. La libertad de expresión y libertad de prensa es un derecho ciudadano y está reconocido ambos conceptos en la Constitución Política de Nicaragua en los artículos 30, 52 y 68. de la Constitución de 1988 elaborada en la década Sandinista por una asamblea de representantes nicaragüenses.

¹⁶. La libertad de prensa en Nicaragua equivale al abuso de poder de los medios de comunicación; la mayoría emisores manipuladores (directores, periodistas y otros) han convertido al canal (Medio/Emisor) en subversivo, además la libertad de prensa en este país es obvia; únicamente la practican las y los propietarios de los medios masivos de comunicación y las y los que tienen poder de manipulación en el medio envían a la sociedad opiniones y hechos que les conviene y no dañen sus intereses económicos.

¹⁷ La búsqueda de un nuevo orden de comunicación en la radiodifusión en Nicaragua no es pleito político, no es por una nueva técnica de radiodifusión sino por una nueva forma de concebir la radio para las clases sociales marginadas; integrar las clases populares y sus raíces étnicas en el ámbito de la Comunicación Social en las viejas y nuevas tecnologías.

pueblo. Y así surgieron experiencias sugestivas: en Granada se transmitió un noticiero desde una fábrica, en Rivas desde un ingenio de cañaverales. En León se reunían vecinos para realizar un festival al aire libre, en Nueva Segovia se consolidó una red de corresponsales populares. Corresponsales que no solo alimentan con noticias también recolectaban problemáticas campesinas y realizaban socio dramas; trajeron desde esas montañas cuentos, canciones populares todo este material servía para alimentar otros programas. En Managua la radio Primerísima la experiencia fue pasar toda las mañanas el programa Desde la calle con un formato de comunicación participativa, sus móviles y líneas directas estaban en los barrios. La radio Tropical se ubicaba en los tramos del mercado Iván Montenegro todas estas manifestaciones en la radiodifusión participativa en Nicaragua son señales de haber tomado en serio el desafío de hacer una nueva forma radiofónica. Con la radio participativa se requiere el entrenamiento específico de productores radiofónicos para impulsar la nueva concepción de la radio en Nicaragua.¹⁸ La capacitación también se realizaba en terrenos de las mismas emisoras regionales, enrolando en el taller radiofónico a miembros del colectivo; desde el director hasta la secretaria o el chofer. (testimonio: **Lic. Gilberto Ruiz**).

La Radio Participativa exigió un cambio y nuevo modelo de producción de radiodifusión; un modo menos compartimentado, más democrático sin negar las necesarias especialidades; configurando receptores integrales capaz de manejar el conjunto de la producción radiofónica. También con capacidad de combinar la profesionalidad del trabajo (el cómo) con la mística de la radio participativa (el por qué). La participación popular en la radio trasciende el acceso del pueblo a los micrófonos. Es la base de la espiral pero se tiene que incorporar a ese mismo pueblo (público) y organizaciones en tareas reservadas específicamente al personal técnico de la producción radial con evaluación de programaciones, planificación y gestiones de la emisora son el reto del proceso participativo.

Radio Participativa se definió como la actividad realizada por el pueblo y desde el pueblo y para el pueblo. La idea de radio participativa no son inventos nuestros. Las líneas de la Radio Participativa se encuentran ya teorizadas en el Nuevo Orden Informativo Internacional

¹⁸. Coradep fundó un centro de capacitación donde se impartían de manera regular talleres radiofónicos; se enseñó a definir mejor los formatos, guiones y programación para una nueva forma del quehacer radiofónico en Nicaragua.

(NOII) impulsado por la Noal y la UNESCO y naturalmente rechazado por Estados Unidos y transnacionales de la comunicación. Es sin duda América Latina es el continente donde ha hecho raíces las mejores experiencias de comunicación popular radiofónica. La diferencia con el proyecto de Coradep radica en el contexto revolucionario en que esta se alzó. Hasta ahora las practicas de radio participativa se han desarrollado en tierras ajenas por ejemplo en Suramérica . Se ha logrado institucionalizarse a pesar del poder de influencia que tienen los paradigmas foráneos. En Nicaragua tenemos la oportunidad inédita de experimentar la radio popular desde el poder popular.¹⁹

Otras características de las experiencias

Otro aspecto que también tuvo relevancia en el proceso de realización con el modelo participativo radiofónico fue la locución; hasta en 1979 e inicios de los '80 se concebía un concepto comercial de la locución que el hombre tenía que poseer una voz hermosa, ronca, sonora y la mujer con voz de golondrina y cristalina mientras no se tenía estas cualidades no se podía ser locutor. Con el proyecto Coradep se hizo una ruptura a ese paradigma. Se especificó que no había locución neutra, al contrario el locutor debería identificarse con la audiencia a la que se estaba dirigiendo y esto se pensó enfatizar con las emisoras regionales. En el transcurso de la radiodifusión se capacitaron locutores obligatoriamente (ellos y ellas) debían conocer regionalismos de nuestro idioma, gustos e intereses, fiestas patronales es decir estar empapado de toda una cultura regional para poder hablar a su región. Quien no se identifica con la persona que está al otro lado del micrófono hablando por muy participativo que sea el programa el receptor nunca se identificará con el locutor y la locutora y no está causando la empatía que realmente se necesita.

La empatía no sólo debe llegar porque se escuche nuestra noticia, nuestra música sino por oír a alguien que está hablando como el receptor y que conoce de la vida cotidiana de ese receptor. También se pensó con el modelo de producción radiofónico que al pueblo se le debía ofertar no sólo música y noticia también ofertarle una variante en formatos dramáticos. Se inició un esfuerzo que culminó con la creación de una serie de programas dramáticos en

¹⁹. Entrevista # 1: Lic. Gilberto Ruiz productor y guionista radiofónico, catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Centroamericana.

las regiones; una de estas experiencias fue la creación del "consultorio de doña Ticha" este era una especie de consultorio popular teatralizado y dramatizado. Con este nuevo formato de enviar mensajes los libretos eran elaborados o escritos, actuados, grabados y personificados por trabajadores de las emisoras. Se crearon programas abordando problemática de la guerra hubo variedad de programación en las 18 emisoras de Coradep todas tenían estos tipos de programas.

Las premisas para la elaboración de estos guiones de cada libreto dramatizado era que debían partir de las experiencias vividas en las regiones en Radio Segovia se vivió una experiencia interesante; los muchachos, con grabadoras, papel y lápiz se metieron a las comunidades de las montañas donde estuvieron compartiendo vivencias con campesinos; después de 2 meses bajaron cargando una serie de grabaciones y escritos sobre cuentos, leyendas regionales. Se sacó un mamotreto (un gran libro) al mecanografiarse luego se grabaron cada una de los anécdotas; actuando cada guión los mismos muchachos que vivieron esa experiencia.²⁰ Con la realización de programas en la radio participativa en aquella década se partió de las experiencias de la gente. Otra experiencia relevante que se logró en la comunidad de los Chiles (Matagalpa) con el proyecto participativo fue la producción de programas radiofónicos; vinculando a la comunidad ya no solamente a tener acceso a su voz, música, sino a la producción de programas; en esta comunidad campesina se capacito a algunos miembros para que se convirtieran en locutores y entrevistadores.

"El proyecto Coradep ubicó un enlace en FM en la comunidad campesina Los Chiles; esta comunidad tenía diariamente entrada durante el noticiero decían en directo(hablado) las noticias de su sector por el enlace desde la radio Insurrección con sede en Matagalpa; esta experiencia nos llevo a incrementar la participación de la comunidad; miembros de la comunidad llegaban a cantar, tocar guitarra entonces se elevaron varias entradas durante el día para transmitirlo por el enlace desde la radio Insurrección. Posteriormente en la comunidad de Los Chile se llevo a crear una emisora que cubría un radio de 10Km esta fue la experiencia mas desarrollada en cuanto al proyecto participativo de Coradep El proyecto

²⁰. Entrevista # 1 : El Lic. Gilberto Ruiz; fue miembro activo del proyecto Coradep realizador de libretos y guiones radiofónicos dramatizados. 1996

completo la vinculación de la comunidad campesina a la producción radiofónica".²¹

La radio participativa en la década Sandinista

En la década de los 80 tuvo dos momentos: el modelo radiofónico participativo fue eminentemente vehículos de propaganda, agitación política, e incluso las emisoras que estaban en el poder sandinista se interpretaban como radios guerrilleras(ponían al aire manifestaciones de las masas, agitaciones, discursos de asociaciones de mujeres "AMLAE", campaña de la Asociación de Niños Sandinistas "ANS", eventos recreativos de la Juventud Sandinista 19 de Julio "JS19J" y en sus programaciones ponían canciones de protesta después de media hora de discurso político En esa década las emisoras eran eminentemente agitadoras y de propaganda ideológica afín a la corriente comunista.

“Mandos y líderes intermedios del Frente Sandinista tuvieron miedo de abrir totalmente espacios radiofónicos a los sectores sociales en la dirección revolucionaria había una voluntad política de hacer diferente las cosas y eso esta claro en los escritos del Cdte. “Tomas Borge Martinez”. “Los grandes pegones en la divulgación eran con los intermediarios de las regiones como: secretarios políticos que actuaban de comisarios políticos e incluso censuradores y mutiladores de informaciones noticiosas; hasta el extremo que las canciones que salían al aire debían ser escogidas por el censor; fue el caso en la radio Primerísima cuando comenzaba a sonar en la radio el cubano Franco Iglesia donde su letra dice: "Como el dinero soy y a todas partes voy” la canción fue censurada y se dijo que no debía sonar porque era un culto al dinero. Otra mala experiencia en la misma emisora con la canción de Tina Turner: "**We don't want more hero's** (No queremos mas héroes) su letra era alusiva a la no violencia y no a la guerra; fue también censurada no podría sonar ese disco porque en Nicaragua se hacían héroes con compañeros que morían en la guerra. Esto no eran bajado por la dirección nacional del FSLN e incluso en el libro oficial que se sacó: **Hacia una radio participativa en Coradep** en este se planteaba que se debe abrir cabina, micrófonos a creyentes y no creyentes a los que pensaban como sandinista y los que odiaban al sandinismo; esa era la voluntad de la dirección general del FSLN, pero los cuadros

²¹. Entrevista # 2: Lic. Gilberto Ruiz Tutor de esta monografía. 1996.

intermediarios metieron el pie al proceso alternativo de comunicación".²²

¿Se integró todo tipo de sectores sociales de Nicaragua al modelo radio participativa?

"Se trató de ampliar a todos esos sectores por ejemplo se fundo la radio "TASBA-PRI" en un asentamiento Miskito con el fin de defender intereses eminentemente étnicos. La radio fue destruida por la contra un año después de salir al aire. Era un tipo de producción radiofónica realizado por los mismos étnicos bajo asesoría del proyecto de comunicación participativa Coradep. Toda las programaciones eran con lenguaje de esa región: Noticieros en Miskito, Música Miskita, entrevistas en Miskito". Al destruirse esta radio el transmisor fue utilizado para crear otra alternativa de radio como fue la estación radio Tropical. Se impulso una radio muy popular para sectores pobres en el mercado Iván Montenegro como la "Radio Tropical"; esta pequeña emisora estaba ubicada en un tramos del mercado aquí los y las mercaderes ponían sus anuncios, complacencias, música tropical (guarachera, cumbia, salsas, merengues) y sus hechos relevantes".²³ Las mujeres vendedoras hablaban por el micrófono la señora de la carnicería podía emitir una receta de cocina. Era una Radio Popular que pego fuerte.

“En la realidad se dieron ponencias de apertura en comunicación participativa en la radiodifusión nicaragüense pero no involucraron a toda la sociedad y sobre todo no se le dio cancha al sector político de oposición al Frente Sandinista Revolucionario. Había en esta década una oposición naciente que todos sabíamos que existía y no le daban espacio para manifestarse; no por voluntad de los que estaban involucrados en el proyecto de comunicación participativa sino porque los secretarios políticos (especie de comisarios) no lo permitían. Los trabajadores del proyecto Coradep expresaron el porque tenían miedo de jugar el partido FSLN con la oposición en una misma cancha, los secretarios ideológicos respondían que tenía miedo que les metieran un gol.

Hubieron sectores que no se incluyeron en este proyecto sobre todo los de oposición tradicionalista prácticamente fueron marginados "fue un error grave que cometieron los

²². Entrevista #3: Gilberto Ruiz. Universidad Centroamericana. 1996

²³. Entrevista # 3: Gilberto Ruiz. 1996.

secretarios políticos e incluso en el libro (Radio Participativa) se plasma la participación de los diversos sectores del país pero los pequeños emisarios abusaron de su poder político ideológico. Se trato de dar la palabra sobre todo a los de afiliación sandinista y no podemos decir hoy que hubieron programas para todo tipo de publico".

La panorámica que se vivió en la década del gobierno sandinista aparentemente se creyó que existía una libertad de expresión y libertad de prensa; sobre todo con el proyecto de Coradep se vendió la idea que existía toda una participación masiva de los sectores populares del país; sectores que llevaron al poder a los lideres de la corriente ideológica conocida como Sandinismo y al modelo social Europeo "Comunismo vs. Socialismo". En las prácticas eran intereses políticos entre la corriente ideológica prevaleciente y el modelo comunista de los supuestos países socialistas. Específicamente aquellos sectores y organizaciones sociales que se encontraban al margen del sandinismo prácticamente no tenían participación en los medios masivos de comunicación social y por tanto era relegado ya que atentaban con el poder del gobierno imperante.

Y los que tenía acceso a los medios masivos manipulados por el gobierno estaban condicionados para su participación es decir que aquellos receptores que quisieran hablar por cualquier micrófono de las radio emisoras de Coradep para denunciar eventualidades anormales del gobierno tenía que esperar otro turno al bate (ya que su caso iba ser discutido por un consejo de "comisarios"); en otros caso no tenía derecho alguno a hacer tal denuncia. De una u otra manera algo se tuvo que haber aprendido en esta década con la radio difusión y la utilización del modelo de comunicación participativa. Si el proyecto participativo no logró madurez en este período es por problemas político e inmadurez de los que administraban las radios.

DESARROLLO DE LA INVESTIGACION

PARTE UNO

1. Antecedentes sobre Comunicación Participativa en la Radio

1.1. Manifestación sobre Comunicación Participativa en Latino América.

La comunicación participativa en radio se ha manifestando en los pueblos, ciudades, departamentos, comunidades marginadas y en particular en sectores de la sociedad obrera en América Latina; estos últimos sectores han logrado tener una fuerte participación en la radio difusión. Para los años 50 las primeras manifestaciones de radio participativa se dan en Bolivia con radio sindicalistas país donde se impulso el modelo con carácter democrático. Es en este sector de América Latina las masas organizadas con fuerza y poder popular sienten la necesidad de tener en sus propias manos un medio de comunicación. Estas experiencias nacientes enfrentaron dificultades económicas y políticas.²⁴ En este contexto se creyó que la radio una vez en manos de las y los receptores el problema de la comunicación popular en la radiodifusión estaría resuelto pero no fue así, las continuas dificultades fueron surgiendo en las emisoras. Sus programaciones no eran populares debido a cuestiones de capacitación en las y los comunicadores y específicamente en recursos económicos. Y lo más importante la falta de concepción en el uso y proyección de una radio popular participativa.

También comunicación participativa aparece en Colombia a finales de los 40 y principios de los 60 donde nace una radio educativa. Este modelo desarrollo una época de alfabetización pero enfrente crisis en su desarrollo comunicacional, se situó el modelo de radio participativa en un contexto de organización y de lucha política e ideológico. Este modelo fue imitándose en otros países como: Argentina, Brasil, Ecuador, Perú, Honduras, Nicaragua con las escuelas radiofónicas. Específicamente en América Central se dan experiencias de comunicación

²⁴ Monografía: La Comunicación Participativa en Radio Venceremos. 1990, Alberto Jarquín y Alcides Espinosa

participativa en radio; su función fue tratar de ayudar y acompañar las luchas guerrilleras ejemplo Radio Venceremos y Radio Farabundo Martí en El Salvador que fueron censuradas por el gobierno imperante. En otros casos a nivel de países latinoamericanos se han dado experiencias de comunicación participativa en radio y todas estas pequeñas emisoras participativas sirvieron de insumos para ceder la palabra a las y los receptores marginados. Es decir democratización de la palabra, democratización de la radio, la lucha contra el verticalismo y los medios dominantes.²⁵

A través de este modelo: Comunicación Participativa en la radiodifusión se ha evidenciado distintas concepciones acerca de la radio como medio popular para romper las cercas verticales y dominantes de la radiodifusión tradicional²⁶ obviamente por medio de las técnicas y estilos del monopolio. En América Latina diversas manifestaciones de

comunicación participativa fueron por necesidades del sectores populares marginados y pobres. Estas experiencias surgen con el propósito de ampliar el orbe de la comunicación para dar nuevos horizontes.

Radios étnicas o con carácter étnico en Latino América es probable que existan pero muy pocas; el espectro de la radio comercial es el **establishment** . Los especialistas y teóricos de la comunicación y periodistas no vierten sus teorías hacia las comunidades indígenas. Quizás no les parece económicamente rentable a empresarios de medios; posiblemente piensan que no genera ganancias monetarias. Por ende es una actitud pesimista; absolutista y de poca visión empresarial. Se debe ver la comunicación social como un proceso exploratorio. La comercialización y ventas de un tipo de medio participativo étnico dependerán de estrategias e instrumentos empresariales que el director o sus manipuladores ejerzan dentro del medio.

1.2 Concepciones de comunicación y radio participativa en Nicaragua(1980-1989)

Concepciones teóricas de este modelo existen con el fin de rescatar la esencia de la comunicación; definida como "la comunicación que esta basada en lo humano y no en la

²⁵ López Vigil, José Ignacio. "Hacia una Radio Participativa" Managua, Nicaragua. 1988.

²⁶ Mario, Kaplún. "Hacia una Comunicación Participativa". Quito. Ecuador. Ediciones Pulí 1993.

tecnología. Este modelo supone un rechazo a aquel modelo que se impone; el modelo de comunicación transmisor que se concibe como el proceso por el que un emisor envía un mensaje a un receptor"²⁷. Este proceso Comunicacional "transmisor" viene a ser una situación autoritaria.

Con el hacer del modelo comunicación participativa de la década de los 80 en Nicaragua se creó una ruptura sobre el tradicional modelo vertical y autoritario que tenía la radio. Prácticamente lo participativo fue la manifestación de lo social en la sociedad nicaragüense. En Nicaragua en los años 80 el concepto participativo fue una interpretación común del pueblo; sectores sociales fueron actores de diversas actividades, la participación popular estaba presente en actividades sociopolíticas dirigidas a intereses comunes. Sin duda alguna en este contexto había nacido la postulación de una comunicación alternativa; se obtiene como equivalencia la comunicación participativa que va suponer la existencia de actores sociales que asuman el proyecto como propio.

Asimismo este tipo de comunicación dentro de las y los actores sociales proporciono patrones de referencia los cuales constituyeron alternativa viable para el desarrollo de sectores marginados y desamparados es decir "que la comunicación participativa como alternativa no solo puede vincularse con aquellos sectores sociales que reivindiquen un proyecto político"²⁸ su significado y patrones de referencia van mas allá de la creación de un medio de comunicación opuesto al modelo autoritario. Ante aquel modelo autoritario e imperante en la sociedad nicaragüense el carácter de lo participativo se manifestó en la lucha armada contra los 50 años de dictadura somocista manifestándose el periodismo de catacumbas en situaciones de radios clandestinas.

Otro elemento de comunicación participativa fue la Cruzada Nacional de Alfabetización una participación colectiva juvenil, alfabetizadores y alfabetizados aprendieron acerca de cultura popular. También las masas populares se integraron a jornadas de salud en las campañas de vacunación. Asimismo levantamiento de la producción con brigadas voluntarias de cortes de

29. Mario, Kaplún. "Hacia una Comunicación Participativa". Quito. Ecuador. Ediciones Pulí 1993.

²⁸. Reyes, Malta. Fernando: " Comunicación Alternativa y Búsqueda democrática". Pág. # 60.

café, algodón; la elaboración de la Constitución de Nicaragua en cierta medida tuvo la participación integrada por todo un proceso con representantes de las clases marginadas; este documento fue proclamado en Enero de 1987 (los de sectores populares participaron en los cabildos abiertos). A nivel de medios de comunicación de masas se dio participación popular en programas como "De cara al pueblo" a través de la televisión nacional, a diario en los programas radiales como Contacto 6.20 y en el programa Hablemos en directo y desde la calle. En la prensa escrita también se hacía comunicación participativa a través de los buzones populares y cartas de los y las lectoras. Prácticamente la comunicación participativa en el pueblo nicaragüense no solo fue simple definiciones teóricas y semánticas. En su esencia se logro nivel humano entre los sectores con poder económico y sectores empobrecidos de Nicaragua.

Este proceso de comunicación participativa tuvo su trascendencia social. La sociedad receptora de hombre y mujeres de los barrios, departamentos, comunidades se habían cansado de continuar siendo simples receptoras de todo lo que acontecía en la superficie de la comunicación social en los años 50, 60 y 70. El modelo de comunicación participativa aplicado en lo social, político y económico e impulsado en la década de los años 80 le dio carisma al modelo mismo." Ayer y Hoy" estos sectores sienten necesidad de ser sujetos y actores en la sociedad; estos sujetos sociales sienten necesidad de participar y ser protagonistas Mario Kaplún menciona que las y los receptores siempre reclaman por justicia, igualdad, derechos a salud y educación y asimismo aprovechan para reclamar el derecho a ser participe en procesos de comunicación²⁹ otro teórico como José Ignacio López Vigil en sus estudios acerca de comunicación participativa nos data que sectores populares se niegan a continuar con aquel rol de simples oyentes; desean emitirse a través del medio y ser escuchados.³⁰ Esos receptores desean ser interlocutores de la comunicación.

Este paso que se dio como participativo permitió a aquellos medios masivos en manos del pueblo que se hicieran sentir y dieran paso a una comunidad hambrienta y sedienta de comunicarse, manifestar su tumulto de experiencias sociales para que otros aprendieran. En la

²⁹. Kaplum, Mario: "Hacia una comunicación participativa". Ecuador, Quito, 1993.

³⁰. López Vigil, José Ignacio. "Hacia una Radio participativa". Managua, Nicaragua. 1988.

mayoría de las sociedades subdesarrolladas han reducido lo que es la comunicación social en tan solo la transmisión de mensajes. En Nicaragua la traída del concepto participativo definió una alternativa viable para sustituir lo meramente comercial que existan en la radio. Aquellas experiencias de comunicación participativa en los años 80; en los diferentes medios (TV, Radio y Prensa Escrita) fueron apoyados por el Estado las alternativas nacientes eran multiplicadas procurando que todo se convirtiera en un proyecto real y general en la búsqueda de nuevas políticas de comunicación pero el eje principal del modelo participativo como proceso político fue tener un absoluto control de las masas populares que sostenían desde abajo el poder del gobierno en vigencia. Manteniendo lo popular participativo como medio de defensa ante las clases sociales que no tenían acceso a los distintos medios de comunicación de masas.

Es probable que el proceso comunicativo participativo fue resultado de una concepción de democracia limitada; alcanzada por y para un tipo de gobierno y partido político. Esta estructura ideológica política logra tener su propia interpretación del modelo y el tema fue arduamente discutido, reflexionado en los estadios internos del partido y gobierno entorno a la democracia para el pueblo nicaragüense. El sueño dorado de aquella realidad era que la sociedad civil no tomase actitudes indiferentes con el tipo de gobierno que se había instaurado en el aparato del Estado. En esta década con los medios de comunicación hicieron creer a las masas populares que podían tener acceso a manifestar todas sus inquietudes y que se vincularan ellas y ellos mismos activamente en ejercicios políticos e ideológicos. El modelo fue asumido como un método o estrategia para llegar a un fin político e ideológico. No podemos negar que humanizo un poco la mentalidad que se había heredado de los 50 años de dictadura pero el pueblo fue descubriendo que el oficio del partido y los medios de comunicación era adoctrinar; lo que le llamo como la "Evangelización Sandinista".

Lo participativo en la radio

Para hablar de experiencias de comunicación participativa en antecedentes de la radio difusión es necesario remontarse a la década de los años 70 pero es difícil concretar experiencias de participación en sectores populares de la sociedad nicaragüense en aquel entonces ya que en esa década funcionaban radios comerciales bajo políticas cerradas del

gobierno imperante en donde estaba en función el código negro (instrumento coercitivo contra los medios de comunicación en el gobierno de Anastasio Somoza Debayle)

En los años 70 la radiodifusión sufría represión que imponía el gobierno dictador somocista. Las radioemisoras eran utilizadas únicamente como instrumentos del sistema capitalista sin participación alguna del pueblo; eran simples espectadores u oyentes. Todo un proceso de comunicación tradicional de la clase social dominante y con mucho poder hegemónico. En estos años en Managua tenía un total de 20 estaciones radiales y ninguna con un perfil participativo. En León salían al aire las estaciones como: Radio Darío, Ondas Populares, Radio Atenas, Radio Circuito. En Chinandega: radio Occidental, San Cristóbal, radio Trutas; todas eran radios comerciales. Tanto en Managua, León y Chinandega tuvo más auge la radiodifusión. Estas estaciones radiales no incluyeron en sus formatos programaciones o espacios con un corte participativo; no eran populares ante los ojos y oídos su estilo era vertical, dominante y con el discurso de marginación.

Al triunfar la Revolución Popular Sandinista quedaron 20 emisoras en manos privadas alrededor de 22 emisoras bajo el control del Estado años atrás el total de estas emisoras se encontraban en manos privadas vinculados con la dictadura somocista. Los Sandinistas se apoderaron de la mitad de las radioemisoras a través de las leyes de confiscación pasando las emisoras al aparato Estatal. Posteriormente nace Coradep con 18 emisoras en Managua excepto La Radio Sandio y La Voz de Nicaragua no pertenecían al círculo de esas emisoras participativas. La mayoría de las emisoras del país posterior al triunfo del FSLN tuvieron características comunes algunas emisoras fueron abandonadas otras emisoras tenían una dirección administrativa sin experiencias en el orbe de la comunicación y totalmente desvinculado del Estado. Los directores de radios que el gobierno Sandinista encomendó para dirigir medios fueron seleccionados bajo criterio políticos y principios sandino-comunistas; prácticamente estos sujetos eran comisarios políticos el personal que laborara en áreas administrativas y en el periodístico era escogidos con criterios ideológicos militantes.

Otras características común de radios participativas en el sandinismo fueron:

- vehículo de agitación y propaganda del gobierno sandinista,

- aparatos de organización afines al F.S.L.N,
- en las 18 emisoras su programación y contenidos predominaba el discurso de agitación política e ideológica y propaganda partidaria.

A la par de todos estos sucesos en la radiodifusión nicaragüense otras radios sobrevivían manteniendo su perfil comercial. Esta panorámica política partidaria de corte comunista deterioró la posibilidad de incidir con las radios estatalizadas en la población receptora para ganar audiencia. "En el 80 se hizo un primer sondeo artesanal el gobierno Sandinista y el Departamento de Agitación y Propaganda del FSLN dirigido en ese entonces por el Comandante Bayardo Arce se enteraron que habían perdido el liderazgo radiofónico en todas las regiones del país".³¹

Al iniciar el período de gobierno Sandinista las Radios del Estado eran muy escuchadas por las masas sociales que había emergido de la oscuridad que les impuso el somocismo. Toda esa participación masiva del sector popular obedecía a la efervescencia del triunfo revolucionario; a través de las radio comenzaron a escucharse los discursos de los comandantes y de la poderosa Dirección Nacional "ordene"; la población receptora naciente e inquieta querían darse cuenta de la nueva situación política que tenían que vivir pero desde ese entonces el medio radiofónico se convertía en vehículo de propaganda. A medida que el FSLN iba acentuando sus bases levanto toda una estructura partidaria ideológica dentro del Estado y la Sociedad Civil y los medios de comunicación definiendo líneas meramente políticas a través del medio radio pero años después las y los receptores se les cansaron los tímpanos y se hastiaron del discurso político partidario que se enviaba a través del dial fue entonces que las radios comerciales privadas aprovecharon esa desesperación y empezaron a emitir la variedad de posibilidad en programación a las y los oyentes.

³¹ Entrevista # 1. En el proyecto de Coradep estaba involucrado el Lic. Gilberto Ruiz Tutor y Asesor Técnico de este trabajo monográfico. 1996.

Ante lo que había impuesto el gobierno del FSLN las radios estatales siguieron siendo discursivas, agitadoras y propagandistas de tal manera que las radios fueron perdiendo audiencia y las emisoras del primer lugar de audiencia estaban en las radios comerciales que existían en las regiones. La única que mantenía y se había convertido en un primer lugar era La Voz de Nicaragua. Con estas experiencias radiofónicas durante el período de este tipo de gobierno se marcó la gran diferencia entre radio Estatal y radio Privada partiendo de las emisoras que existían en las regiones.

CORADEP un proyecto Sandinista

En 1981 se conformó Coradep siendo el primer director Edwin Zablah bajo la orientación de cambiar el perfil de las radios Estatales y convertirlas en emisoras competitivas. A partir de ese momento se trató de ir eliminando poco a poco el carácter discursivo, panfletario y guerrillero en las emisoras. Introduciendo elementos populares como música, programas dramáticos, cuentos pero era muy esporádico y artesanal y sin ningún plan específico. En 1983 después de 2 años asumió la dirección de Coradep una mujer de apellido Lang hizo sus esfuerzos pero bastante desorganizados y además había una lucha con los secretarios políticos de las regiones que no querían soltar el carácter propagandístico y discursivo en las emisoras.

Meses después en 1983 se nombró a Bosco Pinales director de Coradep se concibió este proyecto participativo con visión más aterrizada de los Medios de Comunicación. Se comenzó con un equipo de trabajadores especializados en la búsqueda de un modelo Comunicacional que permitiera competir con las radios comerciales de las regiones. En conversaciones y asesoría extranjera se le dio forma a este proyecto diseñando el modelo llamado Radio Participativa para diferenciarla porque en Sur América se conoce como Radio Popular. Partiendo que en Nicaragua se dio una revolución popular entonces las radios de hecho debían pertenecer al pueblo y nombrar las Radio Populares era poner "Albarda sobre Aparejo"³² se buscó un nombre que reflejara el carácter de masividad en la participación de las y los receptores.

³²Albarda sobre Aparejo refrán popular que cito durante un conservatorio que sostuve con le tutor Gilberto Ruiz. **Albarda**: silla hecha de cuero de ganado que sirve para montarse confortablemente a caballo; **Aparejo**: silla hecha de madero que se utiliza sobre bestias de carga para acarreo de carga pesada. Se trato de no redundar con el nombre que se le iba a dar a conocer a la radio en Nicaragua.

La radio participativa no es más que un apellido de lo que en América del Sur se conoce como radio popular o en otros casos radio alternativa. Con las experiencias de radio participativa en Nicaragua el Proyecto "CORADEP" comenzó a gestarse bajo algunas premisas primero: abrir participación a la gente y hasta el día de hoy se ha creído que los programas participativos en la radiodifusión nicaragüense son aquellos donde la gente puede hacer llamadas telefónicas, escribir cartas, llegar personalmente a la cabina y manifestarse; podemos decir que es un comienzo del proceso participativo y no lo absolutamente participativo en el sentido semántico de su significado. El proyecto de Radio Participativa con el FSLN iba más allá de lo meramente participativo porque se profundizaba el aspecto político como agenda permanente.

La radio participativa en Nicaragua además de abrir el micrófono a las calles y permitir que las y los receptores hablaran también consistía en insertar en los formatos la música nacional; a la par de discos de cantantes extranjeros sonaban a través de la radio los soñadores de Saragüasca, Marina Cárdenas, Heraldo Zúñiga, los hermanos Mejías cantautores cubanos como Pablo Milanés, Silvio Rodríguez y Mercedes Sosas. Prácticamente el objetivo radiofónico en los años 80 con el modelo de radio participativa era hacer que un 25% de la música nacional se mantuviera en el dial de las emisoras principalmente en la programación de las 18 emisoras de Coradep.

Lo que definía el proyecto de Radio Participativa en Nicaragua fue lo informativo la tendencia siempre era prioridad; la información de hechos noticiosos de cada región y departamento del país. Partiendo de este planteamiento como estrategia de comunicaciones del proyecto Sandinista fueron surgiendo los famosos corresponsales populares; se crearon red de corresponsales regionales y departamentales entre trabajadores agrícolas y obreros. A estos se les capacitó en redacción básica de la noticia y luego ellas y ellos alimentaban las emisoras tanto nacionales y específicas del proyecto de Coradep. El paradigma del proyecto participativo cubría democratizar la información pero información de todo los hechos noticiosos de aquella década en la que había guerra. Este proyecto tuvo sus pegones; existía la voluntad de democratizar la palabra pero este formato de hacer radiodifusión chocó

constantemente con las estructuras partidarias que manipulaban y censuraban la información.

Por voluntad de la estructura partidaria FSLN a través de las emisoras de Coradep podían manifestarse Conservadores, Liberales, Comunistas pero los secretarios políticos departamentales fueron las vallas infranqueables que tuvieron las y los Comunicadores Populares en esa época. Se dieron momentos de confrontación entre secretario políticos y comunicadores populares porque las y los comunicadores criticaban a funcionarios nacionales y regionales. Con el proyecto participativo de Coradep también se definió que el modelo de dirección de la emisora no fueran dirigido de manera arbitraria, impositiva o dictatorial por directores encomendados por el partido FSLN. Coradep fueron emisoras dirigidas por un colectivo de trabajadores se reunían periódicamente para decidir sobre la programación, objetivos, temas a informar; estos trabajadores se metieron en la vida cotidiana de la población. Muchas veces los secretarios políticos (comisarios ideológicos) decidían cambiar de manera autoritaria a directores de radios del proyecto Coradep y hasta después lo sabía la estructura del partido FSLN que también incidía la situación de guerra en el país. El proyecto caminó a medias en algunos lugares y en otros menos; ciertos directores de este proyecto lograron desarrollar altos niveles de comunicación participativa.

Hoy existen directores del proyecto pasado bajo otra concepción de hacer radio; sin embargo mantienen el estilo y modelo de participación de la gente porque este tipo de comunicación genero mayor audiencia ejemplo de directores de radio participativa: Edmundo Icaza en León, Wilfredo Rodríguez en Estelí, Leonzo Vanegas en Ocotol, Margarita Antonia en Puerto Cabeza con la Radio Caribe hacían programas dramatizados en Miskito e Inglés Criollo. Y por primera vez en la radiodifusión nicaragüense de la Costa Atlántica con las experiencias de Arturo Valdés creó un programa para niños que se llamaba "Conchitas de Carey" y para muestra un botón el conocido joven locutor Danilo Bejarano fue uno de los primeros que participó en este programa infantil; este joven fue producto del proyecto participativo de programas para niñas y niño que nunca habían hecho radio y se les involucro al medio porque se le veían ciertas aptitudes.

De esta forma la experiencia de radio participativa trató de caminar. "Posiblemente sin guerra el proyecto radiofónico hubiera caminado mejor tuviéramos una experiencia radiofónica participativa equiparada a la vivencia del Sur de América donde radios populares mantienen primeros lugares de audiencia por la participación masiva de las y los oyente. El proyecto se aborda en Nicaragua en aquel entonces por la crisis económica agudizada por la guerra donde se tuvieron que liberar las emisoras del proyecto de Coradep para que buscaran autofinanciamiento; con esta actitud se originó un rompimiento en los esquemas que se habían venido trabajando".³³

Al perder el FSLN las elecciones en el 90 Coradep y la concepción de hacer radio de manera oficial desaparece quedó marcado en radioemisoras las fructíferas experiencias de hacer radio participativa. Este tipo de modelo implementado en circunstancias políticas muy tímidas le dio a los sectores un papel protagonista en el aspecto comunicacional. Fue un nuevo modelo de comunicación radiofónico que vino a sustituir el modelo tradicional de las radios comerciales capitalistas dominantes y elitistas de Nicaragua. La radio participativa fue experiencia de comunicación alternativa en Nicaragua su único sentido en concepto y significado era estar sugerido a una metodología de protagonismo popular. Se evidenció de forma permanente en ese contexto democrático; la radio era un proyecto para consolidar aquel proceso revolucionario en Nicaragua. Claro está que la corriente política jineteaba el modelo con intereses particulares al tipo de gobierno que debía prevalecer.

Se puso de moda el concepto radiofónico de comunicación y radio participativa:

- se aplicó como algo novedoso porque era novedoso para la sociedad nicaragüense,
- se gestó un contexto de revolución popular a través del medio radio,
- el concepto de radio participativa vino a ser la nueva concepción en la radiodifusión,
- propuso elevar el protagonismo popular a nivel de comunicación radiofónica,
- con el modelo radio participativa se pretendió que las y los individuos, grupos sociales se involucraran directamente en la construcción social del país,
- participación en el medio radio para desarrollo y cambios,

³³. Entrevista # 1: Licdo. Gilberto Ruiz especialista en comunicación Radiofónica. 1996.

- aquella participación debía ser consciente para ir gestando los cimientos de un nuevo orden social de la comunicación en Nicaragua,
- radio popular participativa fue definido como conjunto de manifestaciones de gustos e intereses creados por convenios relevantes en amplios sectores,
- la radio fue utilizada como estrategia para controlar a las masas,
- el gobierno Sandinista permitió a sectores marginados denunciar atropellos que pudieron manifestarse en los distintos aparatos e instituciones que no estaban bajo el control del Estado pero no era posible que a través del medio radio se cuestionara la ideología Sandinista y si algún receptor efectuaba tal ruptura el mensaje tenía que ser censurado y tal vez la o el receptor podía ser sancionado o perseguido político. La única forma de propagar aquel mensaje reprimido y cuestionador para la estructura FSLN era a través del famoso ruido comunicacional.

En este plano la radio participativa que se expresó en esos momentos tenía tilde de intereses políticos e ideológicos creados por un partido de izquierda que logró llegar al poder del Estado; por tanto a los sectores se les vendía un servicio informativo manipulado por militantes del partido.³⁴ La radio participativa logró desplazar a las radios comerciales y llegó a sentirse a nivel nacional pero acerca de radio con carácter étnico participativo nadie deseó hablar ni pensaron mencionar este tipo de modelo radiofónico. Ni para conocer un poco de la cultura étnica; ningún sector político, ni el gobierno pretendió hablar de estos sectores sociales del pacífico. Estas comunidades indígenas tanto del Pacífico y del Atlántico tienen que tener presencia significativa en los volúmenes del contenido de comunicación social son sectores que poseen bagaje cultural de nuestra propia cultura étnica y cultura popular nicaragüense.

1.3. Antecedentes históricos de la Comunidad Indígena de Monimbó.

Su historia nos remonta a los antiguos pobladores de la región de Masaya de origen Chorotega producto de una migración mexicana que viajando hacia el sur del continente americano se detuvo en su primer peregrinaje en la cuenca del actual Golfo de Fonseca al que

³⁴ Planteo estos juicios lo mas objetivo y éticamente posible en esta construcción teórica; las y los entrevistados fueron personajes de izquierda en estas década de gobierno del FSLN. Entrevistas # 2 , 1996.

habían dado el nombre de Chorotega. En su lenguaje significaba: "lugar de huido o de refugio" y posteriormente lo usaron como gentilicio. Años después de su arribo a la región occidental de Nicaragua los primitivos Chorotegas tomaron los nombres de Nagrandanos o Dirianes. En cambio los Dirianes cuyo nombre quiere decir "hombres de altura o de montaña" se ubicaron en las zonas de Masaya, Granada, Carazo y Sierras de Managua. Entre los pueblos más importantes de la región indígena de los Dirianes encontramos a: Nindirí, Ticuantepe, Diriomo, Niquinihomo y Monimbó.³⁵ Este último al comenzar el primer tercio del siglo XVI fue nombrado por el Presidente de la Audiencia del Reino de Guatemala como uno de los corregimientos establecidos en la providencia de Nicaragua y situado según la descripción que hace Fraile Antonio Vázquez como una legua al sur de la actual ciudad de Masaya.

Este primitivo pueblo seguramente era una importante población indígena desde luego que fue elevada a cabeza de corregimiento ignorándose las causas reales por las cuales fue despoblándose hasta pasar a formar parte del pueblo de Masaya conservando su nombre histórico³⁶ que en Náhuatl quería decir Moni: cerca, próximo; Nimbú: agua lugar próximo al agua.³⁷ Así como también conserva su tipicidad de raza laboriosa manifestada en su artesanía textil su cerámica vidriada, pintura primitivista, artesanía en cabuya, henequén y hojas de palma que adoraban sus descendientes.

Este Monimbó sede majestuosa del indio masayense primitivo blasón de Masaya es ahora un extenso y populoso barrio situado al sur de la ciudad propiamente en las faldas de una pintoresca colina de terrenos, irregulares y quebrados. El barrio está partido por la calle de la calzada que conduce al cementerio principal de la ciudad.³⁸; calle prolongada que era el camino real que lleva a la vía de Catarina (hoy carretera nueva a los pueblos). La parte oriental es llamada Monimbó de arriba y la occidental Monimbó de abajo. Conforme a la demarcación política de la ciudad el barrio Monimbó tiene como lindero norte la calle que cruza de oriente a poniente dos cuadras al norte de la iglesia de San Sebastián. El lindero

³⁵. Monografía de Masaya./ Julián Guerrero y Lola Soriano.1967.

³⁶. Texto: "Nicaragua Tierra de Maravilla". Paco Gallego, Editorial San José, Managua 1964.

³⁷. "Nombres Geográficos de Nicaragua"/ Alfonso Valle.

³⁸. "Panorama Masayense"/ Enrique Peña Hernández, Editorial San José, Managua,1957.

oriental se extiende hasta las cruces de Marzo situadas como a dos kilómetros de la citada iglesia sobre el camino real a Granada.

El lindero occidental está determinado por las cruces de Trinidad plantadas como a un kilómetro de la iglesia de Magdalena sobre el camino real a Nandasmo (hoy antigua carretera a los pueblos). El lindero sur indeterminable con precisión hoy numerosas casas más allá del cementerio principal estos tres linderos últimos son los límites del barrio y no los de la demarcación política de la ciudad de Masaya.

Historia de Monimbó.

Monimbó laborioso aparentemente derrotado por su cruel historia de explotación y sus secuelas sociales no solo lo hemos visto tejer, pintar, y hacer música, sino que también descubierto en él que es un pueblo aguerrido, luchador, combativo y se manifiesta en el escenario de la lucha de clases en 1811 y 1812³⁹ con los primeros gritos independentistas al lado del mestizo y en contra de los peninsulares y de las autoridades criollas tratando de imprimirle a la gesta independentista un contenido de liberación indígena y popular. Los indios estimulados por el disgusto de criollos y peninsulares se levantaron en motín el 15 de Diciembre de 1811 y armados de machetes, puñales, lanzas, palos, mecates, atacaron las casas de justicia en las parcialidades de Monimbó y Diriamba y apresaron a los jueces pero poco tiempo después los pusieron en libertad. El dos de enero de 1812⁴⁰ la acometida de los indios contra los empleados fue más grave; fueron desalojados de sus casas y les quitaron sus cultivos acusando a los empleados de recaudar o de exigir impuestos que el Rey había abolido.

Otra manifestación heroica de la combatividad del pueblo de Monimbó fue contra la agresión intervencionista de William Walker y sus secuaces; contra los cuales el pueblo no descansó hasta ver su humillante retirada el 12 de Octubre de 1856.⁴¹

³⁹ Texto: "Raíces indígenas anticoloniales". Weelock Román. Jaime. Editorial S XXI, España. 1972.

⁴⁰. Texto: Alzamiento de Masaya. Sofonías Salvatierra. Prensa Literaria, 11 de Marzo 1978. Mng, Nic.

⁴¹."Cuarenta años (1838-1887) de Historia de Nicaragua". Francisco Ortega Arancibia. Prensa Literaria día 11 de Marzo de 1978, Managua. Diario: "La Prensa".

La comunidad indígena de Monimbó.

Monimbó es hoy un barrio de la ciudad de Masaya con una población mayoritariamente indígena; en un censo poblacional realizado por el centro de investigación Nitlapán de la Universidad Centroamericana y el Consejo de Ancianos de Monimbó (estructura de liderazgo de la comunidad) data que de 13 mil habitantes el 86% se consideran indígenas descendientes directos de las tribus que poblaron el territorio de Masaya antes de la llegada de los españoles.

A pesar del acelerado proceso de modernización y del profundo mestizaje al que se han visto sometidos la comunidad indígena de Monimbó ha logrado conservar la identidad étnica que le heredaron sus ancestros. No tiene otro lenguaje más que la lengua castellana no poseen vestimenta diferente y no pertenecen a un fenotipo racial que las y los difiera del resto de la población nicaragüense. Es probable que la explicación a este fenómeno se deba a la persistencia indígena que han mantenido en el interior de la comunidad de Monimbó con grupos de parentesco de carácter clánico o linájico. Estos últimos miembros que habitan el actual Monimbó han garantizado la cohesión de las y los miembros de la comunidad entre sí otorgándose mutuamente tradiciones, raíces culturales y la filiación de ideas con sus ancestros coloniales y pre coloniales. Actualmente se puede observar en la Comunidad indígena de Monimbó que las estructuras de parentescos son diferentes tanto en el sector urbano, peri urbano y rural del país y las que se encuentran en la base de identidad étnica de Monimbó aún tienen una estructura familiar sin pérdida de identidad y que mantienen la naturaleza propia de su cultura.

La máxima autoridad de la comunidad indígena de Monimbó es el Consejo de Ancianos precedido por una estructura ejecutiva como son: el Alcalde de Vara, el Vice alcalde de Vara, el Secretario del Consejo, el Tamborero y el Tesorero de la Comunidad; y el resto de miembros activos. Estos actores se encargan de cultivar sus raíces en las redes de parentesco locales. Los miembros del consejo provienen de las viejas familias de Monimbó y en la transición y sucesión de cargos comúnmente son por mecanismos de herencia familiar por naturaleza de las jerarquías descendientes de los ancianos del consejo son electos para ocupar dichos cargos que van dejando vacantes los primeros. Si el parentesco constituye la columna

vertebral de esta identidad la tradición oral representa el vector que hace posible la transmisión de una generación a otra los valores y las representaciones mentales que constituyen la sustancia de identidad.

Las y los abuelos, las madres y los padres, las y los tíos son sujetos sociales que transmiten a sus hijas e hijos, sobrinas y sobrinos, nietas y nietos la variedad de valores culturales y representaciones en el seno del núcleo familiar y extendido. Los mitos, leyendas, cuentos, tradiciones y la historia misma de la Comunidad Monimboseña forman parte del legado que las y los más viejos heredan o transmiten verbalmente a las nuevas generaciones.

1.4. Rasgos generales de la Comunidad Indígena Monimboseña.

Aspectos: social, político, económico, Cultural Artístico, Popular y Étnico

Monimbó hoy lo denominan un barrio de la ciudad de Masaya. La característica que se puede destacar es que posee una población compuesta en su mayoría indígenas. No existe un censo actualizado que date el crecimiento poblacional de este sector indígena nicaragüense; lo único que data aspectos sobre Monimbó y su pobladores es un censo efectuado en 1994 por el centro de investigación social Nitlapán-UCA y el Consejo de Ancianos de Monimbó revela que la población total de Monimbó es de 14,125 habitantes los cuales habitan en un total de 2,149 viviendas. Esta comunidad indígena tiene como características socios demográficos que el promedio de personas por vivienda es de 6.57. Existe un total de 2,967 jefes de familia de esta cifra 2,149 son jefes de Hogar; resultando 693 solamente jefes de familias. Del total de la población del barrio Monimbó el 50% son mujeres y el 49.2% son hombres.

La población Monimboseña tiene un alto porcentaje de gente joven donde el 84% tienen 25 años o menos. Así mismo; esta comunidad indígena tiene una menor proporción de personas en edad madura o ancianos. Estos datos revelan que la población Monimboseña en términos globales y relativamente es más grande que la propia ciudad de Masaya. Es importante destacar en este contexto las distintas relaciones socioculturales para analizar la distribución poblacional de Monimbó; según el censo; el estado civil de la población es de 30.2% de casados, el 34% de solteros y 22.4% de personas unidas.

En cuanto al aspecto religioso el 50.4% de los Monimboseños se confiesan católicos; el 27% de la población son protestantes, el 2.3% pertenecen a otras religiones y el 4.5% no pertenecen a ninguna religión constituyente. Debido al poco interés por parte de los diversos gobiernos y el Estado mismo; el aspecto educativo en este sector social tiene un alto índice de analfabetismo, el 15.4% entre mujeres y hombres sufren de analfabetismo producto de carencia de recursos escolares gratuitos para la comunidad indígena, un 5% declara en el censo que fueron alfabetizados en la década de los 80. Estos datos revelan la gran necesidad de acciones educativas, académicas por medio distintos como escuelas para niños, jóvenes y adultos. Siendo posible la enseñanza educativa por radio.

Actualmente un porcentaje del 44% de Monimboseñas (os) se encuentran realizando estudios primarios y algunos nunca terminaron. Este nivel educativo y el 10.5% han concluido sus estudios de primaria. Existe un total de 21.2% de Monimboseños(as) efectuando estudios de nivel secundario. Algo interesante en este sector social marginado es que existe un 3.4% entre técnicos y profesionales y el 2.8% cursan estudios universitarios; se señala este punto como interesante y con cifras un poco bajas pero relevantes ya que en años anteriores las y los Monimboseños difícilmente podían integrarse a estudios superiores. Dentro de esta comunidad étnica existe una población de Monimboseñas(os) que producto de la guerra en la década de los 80 tuvieron que prestar el servicio militar; resultando un total de personas discapacitadas de 2.4%.

El censo reveló que en su mayoría son hombres solteros y completamente indígenas. Las edades de estos discapacitados son entre 15 y 45 años. Actualmente esta población de 54.5% están desempleados y no pertenecen a organizaciones de índole político. A pesar de tantos elementos de la sociedad industrializada y sus casos de transculturización e influencias socioculturales provenientes de las grandes ciudades desarrolladas según los resultados del censo el 86%; es decir un total de 12,142 habitantes de Monimbó se consideran eminentemente indígenas. Es interesante saber que existe una cifra de étnicos ya que por deducciones personales y otros interesados en este sector consideramos que en Monimbó Masaya se habían terminado las y los indígenas; pero la realidad es otra; aún continúan sinnúmero de costumbres étnicas, folklóricas en tradición cultural; se mantiene la persistencia

étnica; a este sector han llegado a habitar mujeres y hombres que no se consideran indígenas en un 14% pero que se han integrado a esta gran cultura étnica.

En este pintoresco y extrovertido barrio hay toda una cultura laboriosa; rica en comercio tradicional, un alto crecimiento de la pequeña y mediana empresa debido a que las y los miembros de la comunidad indígena tienen toda una dinámica de la creatividad laboral y folklórica. Monimbó Masaya; en su estructura socioeconómica existen un total de 51.15 de la población entre amas de casas y estudiantes. En la estructura productiva las y los artesanos son los que predominan; se subdividen en 91% de nuestras artesanas y artesanos oficiales el 7.95%; de artesanos aprendices entre ellos jóvenes de 15 a 19 años que representan 1.4%.

En total los artesanos en la comunidad étnica Monimboseña es de 39% todos ellos y ellas en diversas ocupaciones artesanales que les genera excelentes ganancias monetarias. Es más; este sector productivo se convierte en toda la región de Masaya la categoría ocupacional de mayor volumen. En Monimbó existe un mayor peso en las actividades artesanales. Los tipos de empresas donde trabajan las y los miembros de la comunidad indígena se registra en el censo que 47% tienen micro empresas a cuenta propia: el 33.1% son artesanas(os) específicamente se dedican a la fabricación de productos hechos de cuero: zapatos, carteras, fajas; productos de cabuya, trabajo con madera (sillas, camas;) luego están el 32% de comerciantes quienes conforman una gran mayoría y trabajan en mercados, tiendas y otros con productos que producen los mismos artesanos y con productos de importación.

Se puede destacar el porcentaje de la población que trabaja en micro empresas que son 23.3% en otras unidades económicas participan 2 a 5 personas asalariadas. Con el desarrollo de los micros empresas en Monimbó la mayor participación laboral está en las y los artesanos con un 73%. En su totalidad el 100% de la pequeña empresa cuenta exclusivamente con trabajadoras(es) artesana. Por sus características étnicas; Monimbó es una comunidad con todo un acervo cultural rico en folklore; nutrida de una dinámica laboral con materia prima nicaragüense. Ante esto; la caracterización de los sectores económicos de artesanas(os) Monimboseños se caracterizan artesanos, agricultores, comerciantes, profesionales, obreros, empleados del estado asalariados.

El sector de artesanos Monimboseñas(os) se concentran en tres grandes ramas de actividad en la pequeña empresa; para cuero y calzado el 33.8% la madera y mueble el 15.6% textil y vestuario el 9.7% en la rama de alimentos el 7%. Entre el sector de agricultura se caracterizan por ser una población económica activa avanzada aunque algo preocupante es que el 37.4% de ellas y ellos son analfabetos; pero este porcentaje los convierte en la categoría ocupacional de Monimbó más fuerte. Con el sector de comerciantes en el caso se registra que el 74.5% tienen pequeños negocios. Con la categoría de las y los profesionales el grueso ocupacional es de 62.5% laboral para instituciones estatales.

Tratando teóricamente el contexto actual de la comunidad Monimboseña la caracterización de la población según su género. El censo registra que existen pocas mujeres y más hombres. El resultado del censo data que el 9.1% son mujeres; el 20.7% son hombres. Este porcentaje todos son jefes de hogar. Esto significa que el poder de decisiones está en manos de hombres por patrones culturales étnicos; el 51.3% de las mujeres son religiosas católicas y el 48.75% de algunos hombres se inclinan a ideas teológicas.

Según el género en actividades artesanales hombres y mujeres se distribuyen; en el 37% de mujeres se dedican a labores artesanales en la rama vestuario y el 2.9% de ciertos hombres; en la rama de tejido de Manila el 5.4% son mujeres y el 1.3% hombres. Datos generales sobre la población étnica de Monimbó Masaya: 14.25 habitantes; 2,149 viviendas con problemas de hacinamientos; 6.37 promedio de personas por vivienda según el censo del centro de investigación Nitlapán-UCA y el Consejo de Ancianos de esta comunidad étnica; 1,406 es la población censada y 214 viviendas no fueron censadas por algunos problemas de estancias de las y los miembros en sus hogares. Existe un total de mujeres de 6,419 y un total de hombres de 6,226.⁴²

⁴². Los datos estadísticos que aparecen en este acápite fueron abstraídos del censo que realizó el Centro de Investigación Social Nitlapán de la Universidad Centroamericana es la única información actual acerca de la comunidad indígena. El censo fue dirigido por el sociólogo Marcos Membreño y con la colaboración de estudiantes de la carrera de sociología de la UCA y el apoyo del Consejo de Ancianos que prevalece en la comunidad indígena. Ningún dato de esta información fue alterado y considero que es una excelente panorámica de la Comunidad Indígena de Monimbó/Masaya.

PARTE DOS

2. Etnias, Comunicación y Radiodifusión

2.1. Contexto de etnias del pacifico en Nicaragua

El sociólogo e investigador nicaragüense Marcos Membreño dice que las etnias Subtiava y Monimbó tienen características propias de una raza nativa.

En la zona del Pacífico y Centro Norte de Nicaragua hay varias comunidades que tienen como características común el hecho de auto proclamarse Indígenas. Es interesante mostrar en contra de todas las apariencias que estas comunidades son Comunidades Étnicas poseen ciertos elementos indígenas (valores culturales propios de una Etnia) por lo tanto ciertas estructuras internas homologas las podemos encontrar en los grupos étnicos que pueblan la Costa Atlántica de nuestro país. Desde el punto de vista político las comunidades étnicas de Nicaragua por encima de las diferencias lingüísticas o de las distancias geográficas que las separan comparten estructuras socioculturales objetivas, susceptibles y de convertirse en una sólida base en común para unirse en la lucha por sus reivindicación étnicas a nivel nacional.

Es interesante presentar una visión general de la situación actual de las comunidades étnicas del Pacífico y Centro Norte del país con el propósito de crear conciencia sobre los graves problemas que estas padecen. Además es importante señalar las nuevas perspectivas que abrirá en la vida de las etnias.⁴³

A los 512 años de la invasión colonial Española a América las y los indígenas del Pacífico y Centro Norte son una persistencia obstinada.⁴⁴ Si tratamos de examinar el contenido de toda las leyes y decretos que el gobierno sandinista promulgo para normar jurídicamente la vida interna y externa del país llama la atención el hecho que ninguno de los artículos se refería a las etnias del Pacífico y Centro Norte. La totalidad de las leyes y decretos siempre se referían explícita o implícitamente a los grupos étnicos del Atlántico⁴⁵ pero nos podemos dar cuenta

⁴³. Se creó para 1989. la Federación Nacional de Comunidades Indígenas de Nicaragua (FENACIN), esta surge por la necesidad e iniciativa de los grupos étnicos del Pacífico y Centro Norte del país.

⁴⁴. El sociólogo Marcos Membreño, catedrático de la Universidad Centroamericana e Investigador del Centro Nitlapan de la UCA; investigó acerca de la realidad étnica del Pacífico. / el texto divulgado es: "Persistencia Indígena de Nicaragua".

⁴⁵. Los Estatutos de la Autonomía de las regiones de la Costa Atlántica de Nicaragua (La Gaceta, 30 de Octubre

que en ningún capítulo o ningún artículo de la constitución del país está dedicado a la vida municipal de las etnias existentes en las regiones del Pacífico y Centro Norte del país.⁴⁶ La ausencia de referencia jurídica o la falta de tratamiento jurídico a estos grupos sociales étnicos revela que para los revolucionarios sandinistas no tuvieron importancia geopolítica; para los altos funcionarios del gobierno no estaban tan convencidos de que las comunidades étnicas del pacífico fuesen realmente etnias, por tanto ni ameritaban un tratamiento especial a como se había impulsado todo un cambio para la regiones de la Costa atlántica⁴⁷ ya que esta región fue asumida únicamente por intereses político del gobierno en el poder. Las y Los descendientes de la raza conquistadora (Españoles) dicen que estas auto nombradas etnias del Pacífico no son indignas sino mestizos pero ellos y ellas (miembros de las comunidades étnicas del pacífico) sostienen que son indígenas sobrevivientes de la gran matanza de la conquista del imperio colonial español.

Debido a la primera aseveración de que estos "no son indígenas, sino mestizos" por la subliminal discriminación no hubo interés por diseñar políticas socioeconómicas y culturales que le dieran a estos mestizos un trato distinto o igual que el resto de los mestizos campesinos, artesanos, obreros que vivían en la región del Pacífico.⁴⁸ Actualmente nos encontramos que los estereotipos modernos continúan negando la autentica etnicidad de estas comunidades del Pacífico aun nos encontramos en diferentes sectores intelectuales que consideran que las ultimas comunidades étnicas del Pacífico desaparecieron al margen de los regímenes y modelos liberales o Neo liberales y el profundo proceso de Mestizaje que se genero en Nicaragua a raíz de la transformaciones demográficas culturales propiciadas por la

de 1987), esta enteramente consagrado a la legislación de las etnias costeñas. Otro ejemplo; la Ley Municipal promulgada por el gobierno sandinista (La Gaceta, 17 de Agosto de 1988), contiene un capítulo dedicado exclusivamente al ordenamiento municipal de las comunidades étnicas de la Costa Atlántica.

⁴⁶. En ambas leyes citadas en la anterior nota al pie de página número 52; las comunidades étnicas del Pacífico y Centro Norte del país parecen haber estado ausentes de la mentes de los grandes legisladores y altos dirigentes del tradicional Estado y el famoso Frente Sandinista durante los años de la revolución.

⁴⁷. En la década de la revolución se dio un gran conflicto entre el FSLN y las etnias de la Costa Atlántica esto le sirvió a EE.UU para promover un aislamiento nacional de esta región respecto al gobierno Sandinista. En respuesta a esta situación; la dirección Sandinista se vio obligada a revisar y formular políticas que favorecieran las regiones del Atlántico promulgando jurídicamente los Estatutos de la Autonomía de las regiones de la Costa Atlántica de Nicaragua. El gobierno sandinista tenía un interés geopolítico en esta región además que veían que las masas populares de esta región atentaban contra el poder. ¿Y que paso con las etnias del Pacífico y Centro Nortes del país?

⁴⁸. El carácter indígena étnico del Pacífico era visto por sandinista únicamente como Folklore nacional: artesanía, cerámica, bailes, o parte de un mito ideológico político interpretado como rebeldía indígena (Subtiava y

expansión de las relaciones mercantiles y capitalistas.

Estos sectores sociales (comunidades étnicas del Pacífico y Centro Norte del país) han sido víctimas de la expansión de esquemas foráneos que les va deteriorando su propia identidad; obligándolos a asumir estereotipos del sistema dominante por ende se da una pérdida de sus raíces culturales encima de estos las comunidades étnicas muestran una persistencia étnica y mantienen sus tradiciones ricas en folclore que equivale a elementos sociales que emergen del propio pueblo. También nos encontramos en presencia de una lucha sociocultural que se produce entre la Comunidad Nacional y las Comunidades Indígenas ambos sectores se confrontan por que sus hijos e hijas no sean expropiados de sus raíces socioculturales por un lado la comunidad nacional nicaragüense ha creado el gran mito de la Nicaragua mestiza negando la existencia de estas comunidades étnicas en las regiones del Pacífico.

Toda esta construcción ideológica es simplemente un tipo de ideología construida sobre criterio Raciales. Lo grave es que esta ideología se encuentra ampliamente difundida en diversos sectores de la sociedad nicaragüense independientemente de la ideología política, posición de clase, nivel educativo, confesión religiosa u otra característica. Las comunidades étnicas a través de las escrituras públicas de la constitución en la Federación Nacional de Comunidades Indígenas de Nicaragua han especificado los objetivos de lucha étnica como:

- La unidad de comunidades indígenas por reivindicaciones étnicas.
- La afirmación de sus relaciones de afiliación con indígenas que poblaron Nicaragua antes de la llegada de los españoles.
- El rechazo a la pérdida de sus propios valores: unidad y solidaridad comunal, reconocimiento del trascendental papel que ha jugado la mujer indígena a lo interno de las comunidades.
- La afirmación de las raíces históricas comunes a todos los pueblos indígenas del continente americano.
- La denuncia de explotación, saqueo y genocidio que fueron sometidos comunidades étnicas de Nicaragua: primero por la colonia Española, posteriormente Estados Unidos y constantemente por gobiernos nacionales.

Monimbó) participaron activamente en la lucha armada del FSLN en contra de la dictadura somocista.

- La proclamación en base al reconocimiento institucional del carácter multiétnico en la sociedad nicaragüense; el derecho a organizarse como indígenas y tener independencias de los partidos políticos nacionales que han dividido a las comunidades indígenas.
- Adopción del nombre de Abya Yala que en lengua Kuna significa "madre tierra" o "tierra en plena madurez" para referirse al continente americano.
- La apertura a las alianzas con todos aquellos sectores que estén dispuesto a luchar por la dignidad de los pueblos indígenas y por la justicia social; el desarrollo e independencia real de Nicaragua.⁴⁹

También se encuentra a lo interno de las comunidades indígenas a través del Fenacin los objetivos fundamentales de esta misma como:

1. Gestión de espacio indígena tanto nacional e internacional.
2. Luchar por recuperar la plena autonomía de las comunidades indígenas respecto a formas de organización autóctonas y sus respectivos patrimonios culturales.
3. Impulsar unidad y solidaridad de todos los pueblos indígenas del continente americano y de comunidades indígenas de Nicaragua.
4. Defender sus tierras comunales y reivindicar la devolución de todas aquellas tierras que les han sido arrebatadas.
5. Contribuir al desarrollo de un sistema jurídico nacional acorde a intereses de comunidades indígenas.
6. Trabajar para que la sociedad nicaragüense valore y promueva el rescate de la herencia cultural indígena como parte del patrimonio nacional.
7. Promover un sistema educativo que incorpore tradiciones, costumbres indígenas.
8. Promover entre los y las jóvenes de las comunidades indígenas la herencia ancestral.
9. Promover entre las comunidades indígenas la capacitación necesaria para su desarrollo económico.
10. Gestionar que las comunidades indígenas se representen con sus propias autoridades locales y regionales ante el FENACIN y cualquier órgano institucionalizado.

⁴⁹. Escritura Pública de la Constitución de la Federación Nacional de Comunidades Indígenas (FENACIN). Estos principios fueron definidos en el encuentro de pueblos étnicos, texto del FENACIN 1992.

11. Promover el equilibrio ecológico en las regiones habitadas por las comunidades indígenas del país.⁵⁰

Todo esto nos demuestra que en las regiones del Pacífico y Centro Norte del país existen comunidades que se denominan a si misma indígenas y poseen estructuras sociales que se asemejan a las comunidades étnicas de la Costa Atlántica de Nicaragua. Las comunidades étnicas del pacifico poseen una estructura organizativa por ejemplo la Comunidad indígena de Monimbó: Alcalde de Vara, Vice Alcalde de Vara, Secretario del Consejo, Tamborero, Tesorero. En este sentido las homologas estructuras se mantienen en las comunidades indígenas del Pacifico a pesar de que algunas han perdido su lengua materna, vestimenta tradicionales, sus antiguas formas de organización ritual e incluso la perdida de sus tierras comunales.

Las homologas estructuras a las que se hace referencia son fundamentalmente dos: la estructuración y cohesión interna de sus respectiva población clánica y linájicas y la existencia de formas de gobierno tribal. Para así contrarrestar actitudes de desintegración que de una u otra manera los Partidos Políticos, Instituciones del Estado y Gobierno, Iglesias y denominaciones religiosas y el resto de la sociedad civil contribuyen con sus acciones a la desintegración de las comunidades indígenas del Pacifico y Centro Norte del país.⁵¹ A grandes rasgos así es como se hallan las comunidades indígenas del país y han conformado una estructura representativa no solo porque les tocara luchar por las reivindicaciones étnicas de la comunidad y forjar entre ellos una unidad que no este exenta de obstáculos sino porque tienen la posibilidad de construir una verdadera democracia popular en esta sociedad multiétnica y pluricultural.

⁵⁰. Estos objetivos del FENACIN fueron institucionalizados en la Asamblea de Comunidades Indígenas reunidas en la ciudad de Sébaco en Octubre 1992.

⁵¹. La comunidad indígena de Monimbó se encuentra dividida debido a corrientes políticas predominantes, en esta localidad existen sectores sociales fragmentados por indígenas: Liberales, Conservadores, Sandinistas. Esta comunidad étnica a sido denominada por el gobierno local como un barrio mas de la ciudad de Masaya producto de la aceleración urbana de dicha ciudad. Étnicos víctimas del urbanismo.

2.2. Comunicación y radio participativa en comunidades étnicas del pacífico de Nicaragua

Esta demostrado a nivel de la estructura de medios de comunicación social, instituciones gubernamentales y no gubernamentales que no se han dirigido en investigar sobre etnias de Nicaragua. O si se habla acerca de etnias, es únicamente en el campo de la sociología; en el campo de la tecnología comunicacional este sector social esta relegado; la temática de comunicación participativa y radio participativa aplicado a las etnias del pacífico no hay registros que daten algún trabajo exploratorio. Esta demostrado que ningún organismo gubernamental de Nicaragua se ha interesado en otorgar a las comunidades étnicas del pacífico una especie de medio de comunicación alternativo que les permita a este sector social y sus organizaciones étnicas poder reconocer, divulgar, transmitir sus valores culturales a la sociedad urbanizada.

En la agenda de los medios de comunicación de masas en Nicaragua no se encuentra la existencia de las etnias del pacífico dentro del aparato llamado radio no existen formatos de programas específicos ni revistas radiofónicas que estén en pro al desarrollo de la comunidad indígena. Esas actitudes de ignorar a las etnias del pacífico indudablemente ocasionara que esta comunidad poco a poco vaya desapareciendo: sus costumbres, normas de vivir, tipo de organización social. Prácticamente estos conocimientos indígenas irán perdiéndose porque no hay medios o tecnología de comunicación que protejan las raíces culturales de este sector social. Es de considerarse que la labor de los medios de comunicación en esta ultimas décadas no han tenido tacto de percibir que una comunidad indígena es un patrimonio de un pueblo donde se puede explotar, valorar y rescatar toda la herencia ancestral; y que las etnias llaman la atención a otros tipo de culturas foráneas. Los medio de comunicación pierden la visión de valorar lo que puede significar proyectar este sector.

En el resto del país existen otras comunidades étnicas como: Ramas, Zumos (en la Costa Atlántica). La mayoría de estas etnias no tiene acceso a una radioemisora. En Nicaragua comúnmente las radios siempre han trabajado en función del urbanismo. Si nos damos cuenta dentro de la geografía de las comunidades indígenas del pacífico hay una rica producción

artesanal estas se manifiestan como mediana y micro empresa o pequeñas cooperativas asimismo la existencia de improvisados talleres-escuelas que serán el futuro de una economía de desarrollo auto sostenible del país.

Las Comunidades Étnicas que existen en el país no tienen contacto comunicacional con los procesos y cambios de modelo que emergen en la comunicación social. No se halla construido algún lenguaje teórico que haga referencia hacia tal temática. Pues la radio participativa únicamente a quedado en los estadios urbanos y peri urbanos. En Nicaragua la radio con perfil participativo a quien menos es dirigido es a los pueblos étnicos. No existe tal contexto de radio participativa étnica y lo que se conoce de estos pueblos es que ya no tienen identidad propia sobreviven ante los procesos de las culturas dominantes. Estas etnias olvidadas son grandes protagonistas de la resistencia ante aquellos que quieren el control del poder hegemónico; estas étnicas aun persisten en la lucha contra un modelo local.⁵²

La solución en el contexto de radiodifusión con perfil participativo para rescatar este sector olvidado por la sociedad urbanizada es efectuar una ruptura y reestructurar los viejos modelos de comunicación desde sus formatos hasta sus contenidos. La radio debe hacer transformación de mentalidad a lo interno de su organigrama y sobre la misma sociedad nicaragüense. Ese cambio de ideas puede hacer rescatar el lenguaje cultural volver a la propia identidad de sus raíces. La radio participativa es una forma de poder rescatar lo popular, lo cultural, lo folclórica de los y las indígenas; luego estos elementos se integraran a la gran cultura de la sociedad cimentada en el espectro de lo industrial o la tecnología moderna y de esta manera se da la posibilidad de consumir lo nacional.

2.3. Caracterización del modelo comunicación y radio participativa para comunidad indígena

El modelo de comunicación popular participativa para una radio étnica lo deben generar las mismas necesidades básicas que presente el sector social y la misma forma en que la comunidad como tal este organizada o estructurada. Aunque es difícil poder dar un recetario

⁵². Monimbó etnia del Pacífico; ubicada en el Departamento de Masaya es un sector rico en cultura, tradiciones, folclore tal vez es una de las comunidades indígenas con gran riqueza tradicional que no tienen otras etnias.

donde nos demuestre como se puede crear un modelo de radio participativo pero podemos ir estructurando un modelo con elementos sociales de participación siendo sus coautores: el medio como emisor y la comunidad indígena como receptor con doble papel comunicacional; en esta medida se puede descubrir que las y los miembros de la comunidad se sienten sujetos activos dentro de la organización étnica de este tipo.

La clave esta en capacitar técnica y conceptualmente a este sector las y los étnicos serán quienes manipulen, conduzcan o produzcan programas radiofónicos. Puede tener validez que técnicos del periodismo capaciten a cierto grupo de la población para que generen sus propios programas con formatos elaborados desde las necesidades. La clave de este modelo participativo es que ellos y ellas se sientan dueños de su propio espacio en la radio. La clave con este modelo es rescatar liderazgo étnico que se presentan en este sector social y reproducir ese tipo de sujetos que llevan la voz cantante dentro de esas organizaciones.

Al crear una radio de este tipo de comunicación puede que se de un grado de pérdida de identidad cultural étnica o ciertas raíces culturales pero también puede que se de un rescate a esa cultura étnica. Y el problema de las etnias es que no se puede ver al margen de lo que es la sociedad moderna al margen de la penetración tecnológica o de los elementos exógenos que inciden en la producción de modelos, programas o medios de comunicación porque las etnias no tienen capacidad de ubicarse a tal margen peor hoy con los síntomas de la globalización. Y aparece otro problema y es que poco a poco estos grupos sociales se van identificando con esos elementos exógenos y van descartando todo sus patrones culturales que han sido heredados por sus ancestros es decir que lo propio, lo étnico, lo original prácticamente se ira perdiendo.

Las etnias tienen que caminar por los estadios de la sociedad y todos sus derivados sociales para no ir quedándose atrasada y no perder su identidad cultural. Resulta difícil decir que van a desaparecer las identidades en esta organización étnica lo probable con la penetración de tanta tecnología es que estos grupos se irán deformando cuestiones propias de la comunidad: folklore, costumbres, formas de vida, estructuras organización o darán nuevos matices a todo el bagaje cultural indígena. Cuando hablamos de etnias e indígenas se esta hablando de

identidad y una radio auténticamente étnica autóctona pues tendrá que corresponder con su identidad o idiosincrasia. Identidad que debe estar marcada por todo las condicionantes externas que tiene que ver con las y los étnicos. Por ejemplo en Perú, Bolivia, Ecuador; hay una cadena de radios étnicas, todo lo que es la región andina hablan Quechua todo sus transmisiones son en dialecto. Las radios son totalmente étnicas no hablan español no porque huyan al idioma español sino porque ellos pretenden conservar su identidad.

Una radio étnica, popular y participativa

La comunidad étnica debe participar en los procesos de la comunicación social y la radio participativa para que sea verdaderamente popular y no sea una etiqueta o rotulo de calle es necesario definir **indicadores** que puedan **caracterizar** la radio indígena de Monimbó:

- La radio popular participativa debe satisfacer necesidades indígenas y proporcionar elementos ideológicos de creatividad, solidaridad, participación y libertad.
- Una radio popular dinámica en el sentido de incitar a la integración comunitaria entre sus miembros y con el resto de la sociedad hacer sentir la radio misma. Todo las y los miembros de la comunidad étnica deberán tomar y tener parte en este proyecto no sintiéndose una isla en una jungla de cemento.
- En la radio popular participativa las y los miembros étnicos deben participar no solamente en la producción de programas sino también en la planificación y gestión del proceso participativo sobre todo en la distribución justa y equitativa de espacios para toda la comunidad y otros sectores sociales que sienten la necesidad.
- Esta radio étnica deberá ser participe directamente en el manejo político, económico y sociocultural dentro de la comunidad; tener carácter participativo como étnicos en los distintos niveles, locales, regionales, nacional e internacional. Esto demanda una democracia menos formal y más orgánica dentro de la cual las y los ciudadanos étnicos no transfieran su responsabilidad en tomas de decisiones en asuntos políticos, económicos.
- Las estrategias de administración de esta empresa periodística deben ser dinámicas y permitir la presencia de aquellos sectores sociales: grupos políticos y organizaciones económicamente débiles y fuertes.

- Radio popular participativa puede ser equivalente a una fuerte dosis de imparcialidad ideológica; dar atención en el proceso de comunicación a sujetos sociales que desean utilizar el medio para un fin siempre y cuando exista el interés representativo para la comunidad y que contribuya al desarrollo de la sociedad.
- La radio popular participativa indígena no es solamente que las y los miembros de la comuna llamen por teléfono, envíen telegramas o estén diciendo sus problemas a través de la radio eso es participación hasta un nivel.
- La radio participativa étnica tiene que ver con criterios de estructuración de los formatos de producción radiofónica, el contenido a transmitir, el impulsar programas comunitarios, la selección de la música, selección de la noticia, la técnica de la voz; solamente así se puede hablar de un proyecto realmente sólido.
- La radio popular participativa requiere un cambio de mentalidad. Esto solo es posible si algunos de los paradigmas básicos en que se fundamentan las radioemisoras del país sufran cambios significativos. Cambio de mentalidad que va desde los que manipulan el medio en calidad de emisores hasta crear un pacto armónico con los que reciben con el oído abierto los mensajes como: son las y los receptores.

Actualmente la mayoría de estos medios masivos en especial la radiodifusión nicaragüense; son utilizados por mentalidad comercial y su fin es el lucro y no el servicio social. Sus contenidos son apenas marginalmente útil para los y las ciudadanas por ejemplo (las preguntas del millón) ¿Pueden las y los obreros y artesanos de la comunidad étnica conocer sus derechos laborales a través de las radio de hoy en Nicaragua? ¿Pueden las asociaciones de esta comunidad encontrar una actitud receptiva para la difusión de sus noticias y aspiraciones en las radio comerciales de las ciudades urbanizadas? ¿Podrían las mujeres artesanas y los productores agrícolas aprender de las radios comerciales lo que necesitan saber para poder operar mejor en sus pequeñas y micro empresas? ¿Podrían conocer de las radios comerciales estrategias operativas para dirigir sus pequeñas fincas y vender bien sus productos?

Las radioemisoras urbanas están más interesadas en difundir información y anuncios comerciales no les interesa provocar discusión y participación popular. La radio popular participativa dirigida a este sector social viene a generar un modelo grupal. Considerando que

todas y todos los interlocutores son libres y tienen igual acceso a la radio para expresar sus ideas, sentimientos y experiencias. El trabajar con la radio étnica la acción colectiva esta orientada a promover intereses, resolver problemas y transformar modelos de vida en pro a la convivencia humana que permita descubrir nuevas funciones dentro de la comunicación:

- Desarrollar identidad cultural. Una sociedad indígena necesita de un conjunto de valores y fines; esta radio puede contribuir a formular y mantener conjunto de valores culturales. En cambio radios comerciales capitalistas usualmente ejercen influencia de desintegración a la identidad cultural.
- La radio indígena puede ser instrumento de diagnóstico. Cuando un problema esta enraizado en la vida cotidiana de la etnia el resto de la sociedad tienden a ignorar su existencia como tal. En la radio popular participativa indígena se puede dramatizar manifestaciones del problema y ayudar a la comunidad a percatarse de su presencia.
- La radio étnica puede inducir reflexión sobre asuntos gubernamentales para las y los miembros de la comuna y resto de la sociedad. Este medio de comunicación suministra casos de estudios que provocaran la discusión y el cuestionamiento ante el sistema imperante.
- La radio popular indígena facilita la articulación de problemas entre miembros de la comunidad o grupos y personas. Un programa de radio participativa puede hacer que varias comunidades perciban que tiene problemas comunes de modo que la unión de esfuerzos seria deseable.
- La emisora popular étnica aproxima a las autoridades indígenas hacia las autoridades gubernamentales para entablar un diálogo político, religioso, económico y cultural de manera directa.
- Con una emisora de carácter étnico y popular participativo se pueden colocar sistemas de educación a distancia; la capacitación al alcance de grupos que necesitan contenidos específicos.
- La radio popular participativa indígena puede y debe apoyar la comunidad y resto de la sociedad en la celebración de fiestas, apoyar derrotas y victorias en sus esfuerzos por el enriquecimiento cultural de su vida.
- Esta radio debe cumplir la función de relación de protocolo que facilite el incremento de la fraternidad, solidaridad; venciendo barreras de distancia, lengua, rasgos raciales

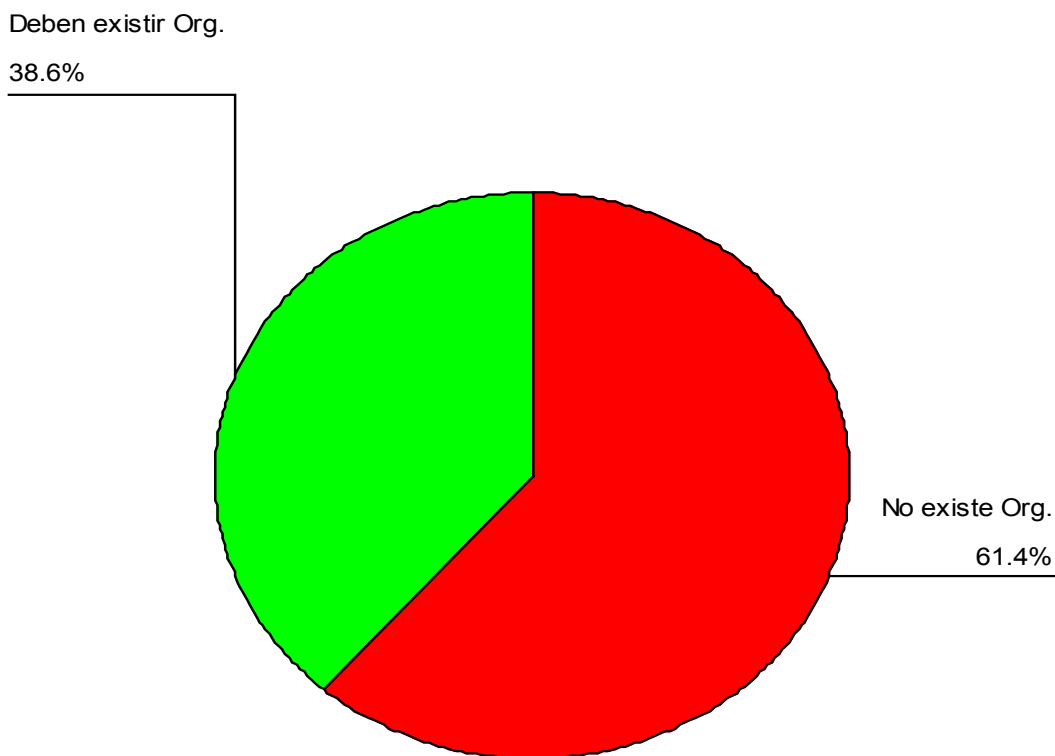
y cultura en general.

2.4.Contexto social de la comunidad indígena de Monimbó en relación a medios de comunicación.

En los siguientes gráficos de pastel están reflejadas algunas de las preguntas que se realizaron en la encuesta a 200 miembros(mujeres y hombres) de esta comunidad.

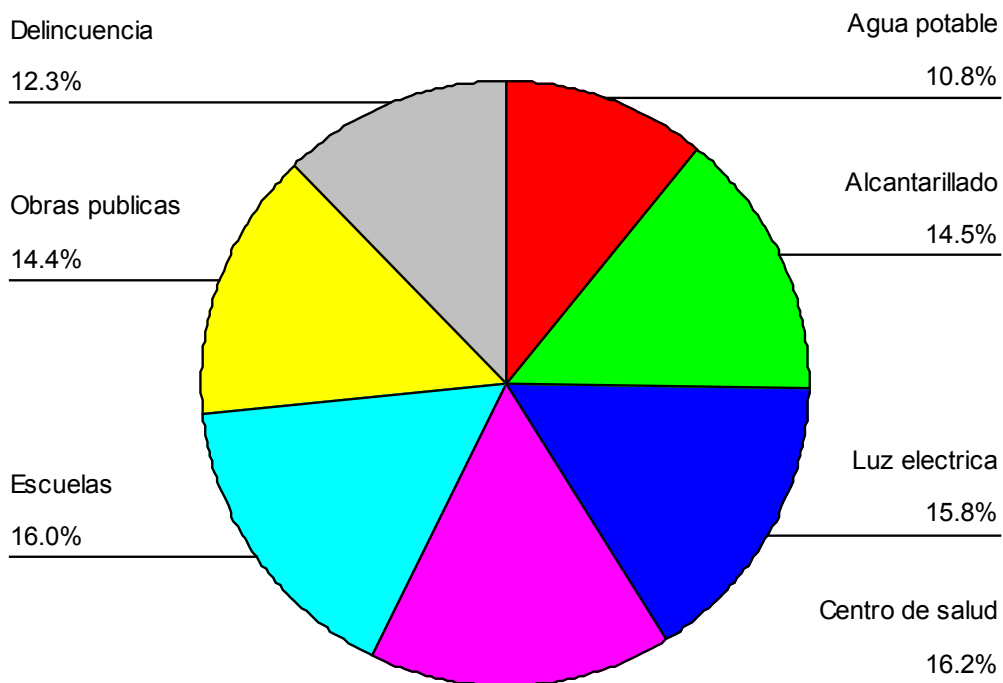
Sección A preguntas 1 y 2:

Saben las y los miembros de Monimbó si existen organizaciones que protegen la identidad de esta comunidad indígena; de las 200 personas encuestadas, el 61.4% desconocen o no saben si existen organizaciones gubernamentales o no gubernamentales que protegen la identidad y el 38% manifiestan que deben existir organizaciones que protejan la identidad de este sector social étnico.



Sección A pregunta 3:

En este grafico se refleja algunos de los principales problemas que se presentan en la vida cotidiana de los habitantes de la comunidad indígena de Monimbó. De los 200 encuestados el porcentaje se desplaza en cada uno de esos problemas y necesidades básicas insatisfechas.



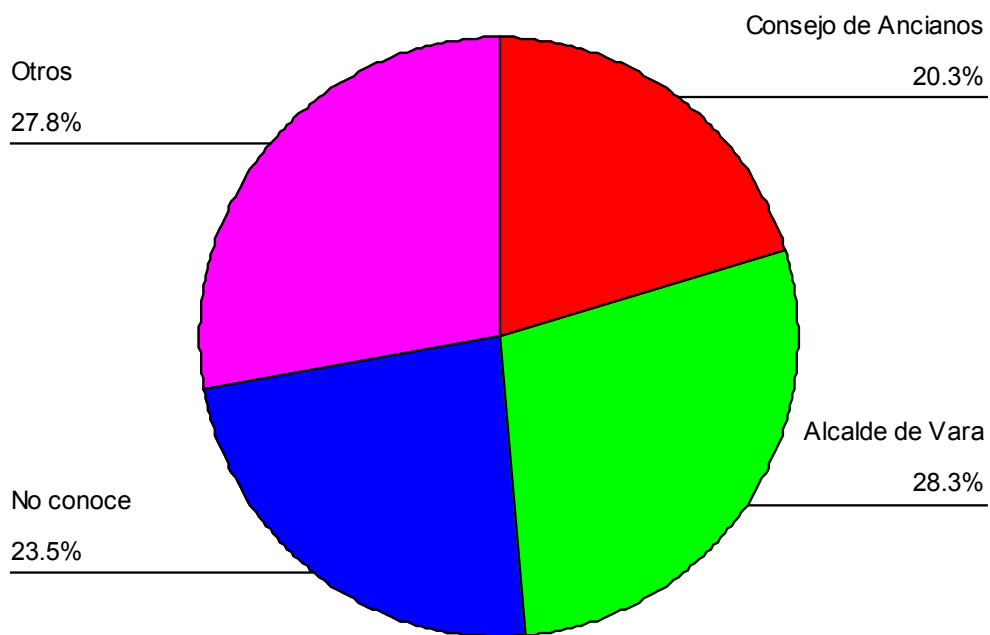
Sección A preguntas 4 y 5:

Las y los habitantes de esta comunidad manifiestan que los medios de comunicación radio de Managua y Masaya divulgan actividades socio culturales con un 45.1% y algunas radios no se interesan por problemática de la comunidad en un 54.9%.



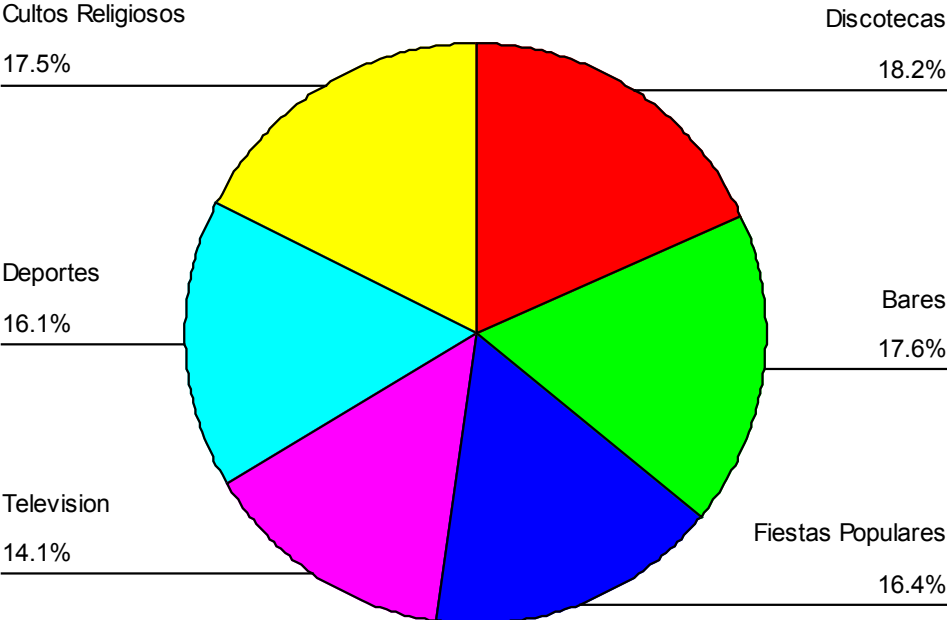
Sección A pregunta 6:

En esta pregunta se midió de los 200 encuestados el nivel de conocimiento que tienen si existen algunas estructura social líder en la comunidad indígena de Monimbó esto fue con el propósito de investigar si el consejo de ancianos como estructura líder y parte de la idiosincrasia del sector étnico es representativo para las y los miembros de esta comunidad.



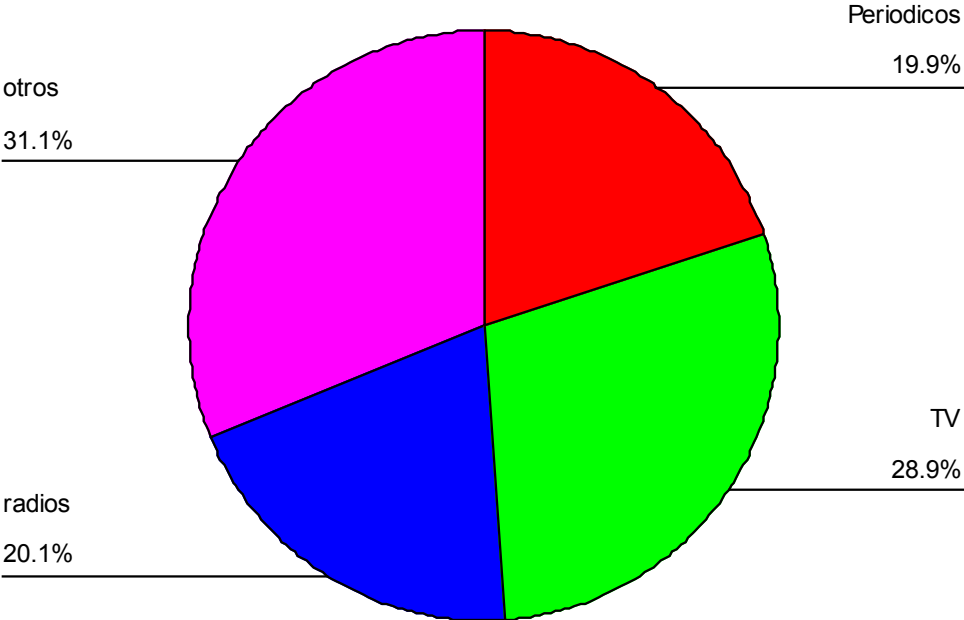
Sección B pregunta 1:

En este grafico se muestran las principales fuentes de distracción de las y los miembros de la comunidad indígena de Monimbó. Esto muestra que la maneras de recreación en este sector es variada y la TV con mayor porcentaje.



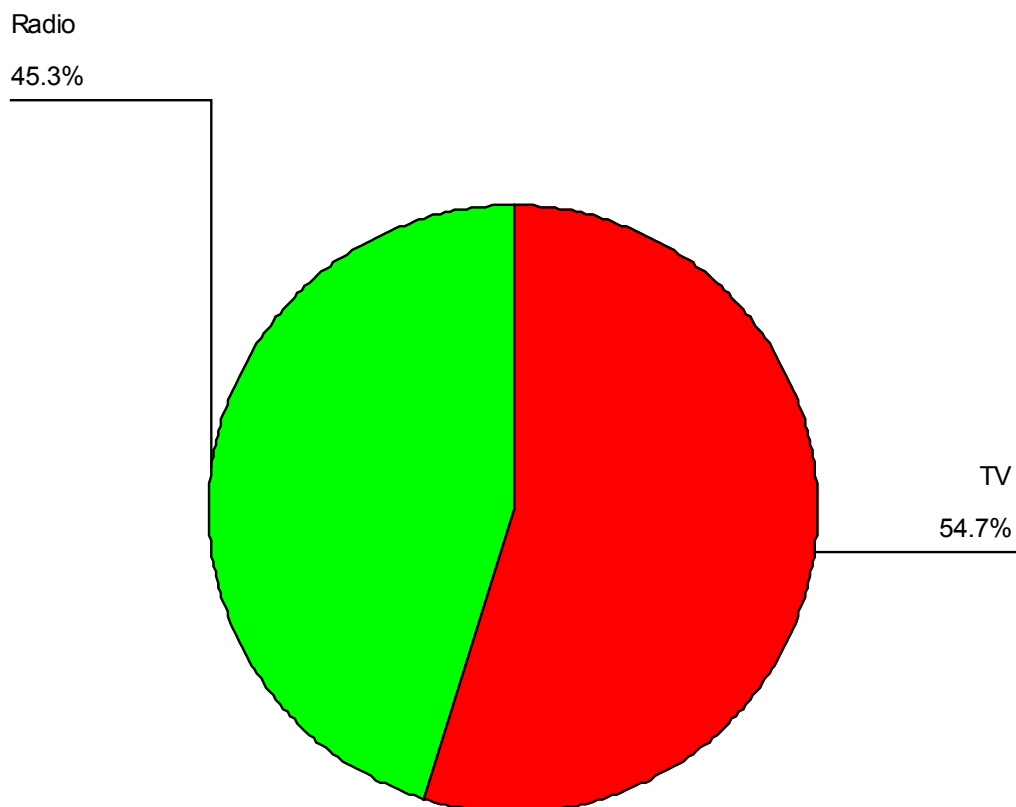
Sección B pregunta 2:

En esta gráfica se refleja los medios masivos de comunicación con mayor demanda en la comunidad indígena de Monimbó.



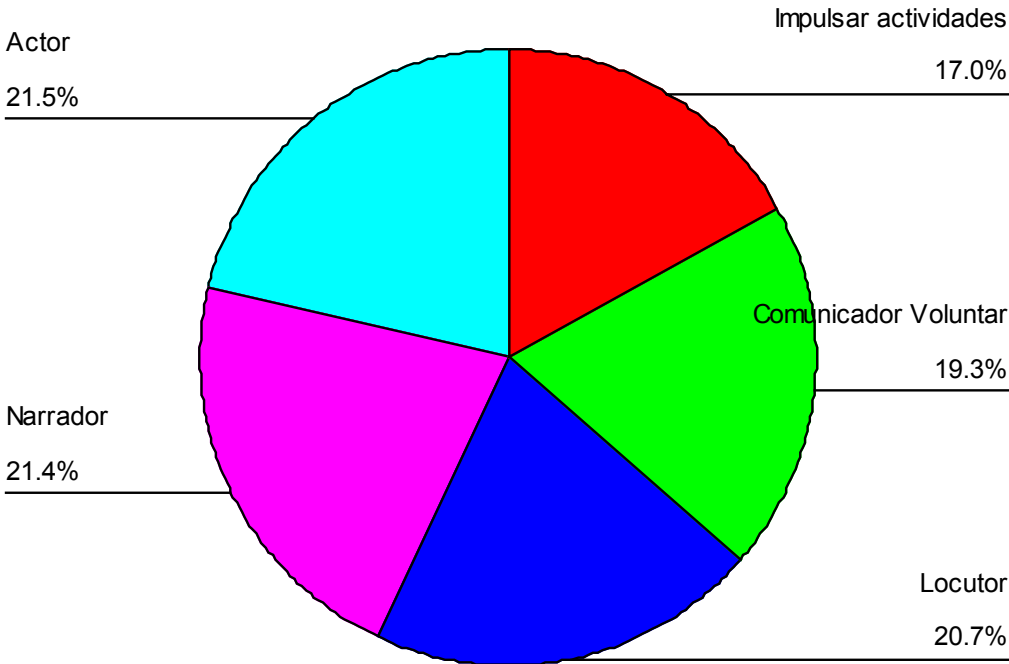
Sección B pregunta 3:

En esta pregunta se plasmaron 5 alternativas de medios de comunicación para abordar los problemas de la comunidad entre ellos: la televisión, la radio, periódico, revistas y semanarios pero de los 200 encuestados consideraron que los medios de comunicación viables para abordar la problemática de Monimbó y promover sus actividades culturales fueron la radio y la televisión.



Sección B pregunta 4:

Las y los encuestados se manifiestan en participar en proyecto de radio experimental en Monimbó en las categorías de Actor, Narrador, Comunicador voluntario, Locutor y activista social en el grafico se refleja de los 200 encuestados el porcentaje dividido de manera dinámica.



PARTE TRES

3. Factibilidad para la radio popular participativa en la comunidad indígena de Monimbó

3.1. Radio popular participativa alternativa factible en procesos de comunicación social

La radio es el medio mas popular en Nicaragua en las áreas rurales del país y en los sectores urbanos de bajo recursos económicos principalmente las y los que no tienen dinero para comprar periódicos todo los días o comprar un aparato de televisión. Ante la crisis económica la radio se convierte en un medio público popular y a menudo se utiliza como medio telefónico, como correo o periódico de la comunidad especialmente en los sectores rurales; viene a ser una alternativa factible que ofrece a los y las campesinas y resto de la sociedad urbanizada, contacto directo y rápido con su destinatario en los procesos de comunicación; la radio popular participativa viene a brindar solidaridad dentro de la naturaleza social de los sectores que sienten la necesidad de emitir sus problemas.

a. Perfil de la radio participativa de Monimbó

- ✓ La radio popular participativa Monimboseña debe tener como característica primordial practicas educativas y comunitarias una emisora que forme parte de un proyecto de desarrollo étnico social con estructura de educación popular para la comunidad étnica.
- ✓ Con el funcionamiento de este modelo de radio-difusión se debe destacar el uso alternativo del modelo de comunicación popular logrando obtener un nuevo producto y nuevos modos de producción radiofónica.
- ✓ El papel protagónico en este proceso de comunicación alternativa deben ser las y los miembros de la comunidad étnica que soliciten formalmente un espacio a este medio de comunicación popular.
- ✓ Los manipuladores del medio deberán fomentar y promover cultura participativa para que la radio popular poco a poco vaya definiendo la dinámica que posee el modelo participativo.
- ✓ A través del modelo popular participativo las organizaciones latentes o emergentes en este sector social logran tener legitimidad y divulgaran sus intereses y necesidades.

- ✓ Asimismo la radio popular deberá tener como clave de apoyo a todas aquellas organizaciones populares con o sin ideología política y religiosa.
- ✓ Esta radio no deberá promover proselitismo, sectarismo ideológico y partidario y tampoco discurso de campañas electorales únicamente como Campos Pagados.
- ✓ Tratará de radicar la discriminación, no polarizará el medio y los hechos noticiosos no deberá promover nepotismo, caudillismo y clientelismo político.
- ✓ El segregacionismo y el clientelismo conlleva a incomodar a mayoría de las y los receptores.
- ✓ Las y los manipuladores del medio deberán de estar sabido que el eje vertebral en este modelo de radio es evitar que las masas receptoras no cambien la frecuencia en su pequeño transmisor.
- ✓ Debe dar cabida a la problemática social de pequeños grupos que por años han vivido relegados por ilógicas políticas de los medios de comunicación comerciales.
- ✓ Deberá concebirse la radio popular Monimboseña el medio de comunicación donde se ofertara espacios a: cooperativas de artesanos y productores, organizaciones con la temática de genero, organización de discapacitados, organización de jóvenes del medio ambiente, movimientos homosexuales y otros en fin brindar espacio a grupos o movimientos que están por conformarse con el único propósito de permitir avances y desarrollo comunal para las y los miembros de esta comunidad étnica.
- ✓ Ofertar-vender espacios a la clase social con poder económico y control hegemónico para generar ganancias a través de propaganda, publicidad y campos pagados.
- ✓ No deberá promover reducción de audiencia, no segregará grupos y no es lógico que un modelo participativo se reduzca a un medio de comunicación grupal; si esto sucediera estuviéramos con el continuismo tradicional de los medios de comunicación capitalista.

La finalidad de la radio participativa es sumar audiencia no restar. La radio deberá ser como "un panal de avispero alborotado y como una colmena de abejas entre más abejas trabajando más grande será el panal y más recolección de polen" este tipo de radio entre más genere participación habrá más consumo por parte de la comunidad y deberá evitar marginación de contenidos evitar concentración de contenidos empalagosos; no se deberá reducir la comunicación popular a unos simples panfletos políticos.

- ✓ La radio deberá dar cobertura a contenidos que se vierten en la comunidad. En las dimensiones de la vida social evolutiva de hombres y mujeres no son solo temáticas y contenidos enajenables del sistema capitalista.
- ✓ Los contenidos están en la vida cotidiana pero esto no quiere decir que el medio va a discriminar contenidos; al contrario entre mas variados y atractivos son los contenidos mas atraerá radios escuchas.
- ✓ Este modelo radiofónico tiene que dar cobertura a las distintas dimensiones de la realidad social en que viven grupos sociales étnicos de esta manera la comunidad étnica y otras verán reflejada su problemática y darán importancia y realce al modelo de comunicación participativa en el medio radiofónico.
- ✓ El perfil de este tipo de radio debe enfocar sus principios y objetivos hacia la cultura popular y entender que lo popular no solo es la dimensión política reivindicativa libertadora que caracteriza las acciones organizadas de los movimientos políticos.

Hoy en día la falsa interpretación sobre radiodifusión popular es lo que esta de moda lo que las y los receptores consumen. Pero verdaderamente lo popular nace de la base de los pueblos para las y los manipuladores. La popularidad que alcance este modelo se logrará recogiendo lo cotidiano de la gente, del pueblo, comunidad, ciudad, barrio, cuadra, anden, cuartearía, casas particulares, colonia, empresa, fabricas, talleres industriales y talleres de artesanía. El desafío de esta radio popular estará en ganarse su cercanía y complicidad con los y las radio escuchas. Un medio de comunicación social radiofónico para ser popular en primera instancia tiene que ser escuchado y para ser consumido debe entrar por los gustos de receptores y servir a las necesidades de los y las mismas. Ser el eco de las voces en las calles cantinas, bares, parques, templos (iglesias), fritangueras, paradas de buses, tortillerías, fiestas patronales.

- ✓ Esta radio no deberá caer en la improvisación, ni en supuestos, ni en hipótesis o tesis sin comprobar acerca de la noticia o hechos sociales.
- ✓ El comunicador popular participativo, el corresponsal voluntario, el famoso periodista están obligados a salir de la oficina, de la cafetera y sala de prensa, de la cabina de transmisión, deben ir a la calle a reportar.

- ✓ El periodismo telefónico deberá controlarse y no muy excesivo; evitar la noticia improvisada porque hacer periodismo radiofónico no es cosa de improvisación sino de investigar la noticia.
- ✓ Hacer radio popular participativa no solo es de sonido y efectos sino es de cubrir el hecho donde sucedió y transmitirlo sin prejuicio academicista.
- ✓ Evitar las tergiversaciones y el terrorismo radiofónico.
- ✓ Lo mas sencillo de hacer radio esta en la objetividad y creatividad del comunicador popular.

1. Gustos e intereses en el proceso del modelo

Los gustos tienen que ir en todo los formatos que se utilicen: noticioso e informativo en la música, en programas de contenido educativo, programas deportivos, programas de desarrollo comunal. Los programas que aspiren ser masivamente aceptados por la comunidad; no deben hacerse desde escritorios sino desde los gustos de la gente que vive la mayor parte de su vida y tiempo en el trabajo, en el campo, en la calle vendiendo, en el cuadro de juegos, en las terminales de buses, en el mercado porque es ahí donde transita la noticia y el gusto de quienes consumen la radio esto significa que hay que conocer primero a la gente a la audiencia de la radio para posteriormente elaborar el mensaje artísticamente y didácticamente para retornar el mensaje hacia esos sitios mencionados.

También el reportero radiofónico o el comunicador popular tomaran en cuenta que los gustos de la gente no van solo, este gusto del público receptor va de la mano con los intereses. Tanto gustos e intereses son un binomio perfecto que deben ir siempre en todo programa. A veces somos testigo de lo que oímos, lo que dice la gente cuando la programación de una radio local atrapa sus estados de ánimos y sus gustos, ellas y ellos dicen: " esa es la música que me gusta, la noticia que me gusta, ese es el programa de los jóvenes que me gusta, esa radio tiene buena onda, en ese programa matizan bien la música, esa emisora es de a verga, esa radio pone de todo, que búfalo ese programa". Todas estas expresiones del público van sintiendo suya cada una de las cosas que salen o se ofertan en la emisora; en esa medida se esta respondiendo a gustos e intereses.

2. Lo que espera el público del medio

El arte mágico de una Radio Popular Participativa está en saber combinar las dos necesidades de la audiencia como son gustos e intereses. Y la estrategia de mercado publicitario de la radio será responder a ese binomio; es lo primordial que deberá proponerse inicialmente esta emisora de corte étnico. A esa necesidad que la radio responda a lo sociocultural en la comunidad se encontrará con un buen porcentaje de gente trabajadora: agricultores, artesanos, mercaderes que tienen intereses y gustos muy particulares. Estos sectores socioeconómicos esperan una radio que les ponga su música, programas divertidos, van a esperar que la noticia de esta radio responda a lo que posiblemente este pasando dentro y fuera de la comunidad étnica. Es vital destacar que la radio no asuma papel de liderazgo (como algunas radios locales de Managua) sino el papel de radio que facilite y oriente a las y los étnicos; esperan una radio que acompañe sus celebraciones, deportes, tradiciones; esperan toda una armonía en sus quehaceres para el desarrollo comunitario.

3. Tópicos que difieren a la radio comercial de la radio participativa

La radio popular participativa tiene que elaborar un buen discurso radiofónico este implica todo aquel simbolismo que posee la radio velocidad de emitir, lenguaje radiofónico, enfoques semánticos de contenidos, enfoques educativos de su programación, respetar la política radiofónica donde está sentada la radio; la manera de transmitir y decir los hechos noticiosos, formatos y guiones de programas que representen con sus discursos el interés del público. El modelo de radio comercial se difiere en su discurso:

- este implica la forma de cómo esta elaborado el mensajes o sea lo que se transmitirá es menos construido,
- mas de consumo que de desarrollo comunitario,
- el lenguaje de ese tipo de radio cumple con una sola función de vender,
- se hacen enfoques en temáticas superficiales existiendo un total desinterés por los contenidos educativos,
- el énfasis en la radio comercial es la moda efimera, lo actual,
- todo lo que se transmite como hecho noticioso será lo que los propietarios y manipuladores del medio creen conveniente para vender a la par del producto comercial(el anuncio)

- a la radio comercial no le interesa el discurso del desarrollo comunitario sencillamente porque su principal objetivo es vender,
- la mayoría de las radios comerciales son programas repetitivos y musicales; por tanto esos programas constantemente se caen. Estos programas se olvidan de los intereses y gustos de un público,
- la radio comercial rompe aquel binomio y se dedica solo a los gustos.

En un periódico local en Nicaragua se publicó un escrito que dice: "Los medios de comunicación de la era electrónica mayoritariamente puesto al servicio de la incomunicación humana están imponiendo la adoración unánime de los valores de la sociedad de consumo y nos están otorgando el derecho de elegir entre lo mismo y lo mismo; en un tiempo que se va de historia y un espacio universal que tiende a negar el derecho a la identidad de sus partes". (Eduardo Galeano)

4. ¿Será un medio participativo Radio Monimbó?

- Una de sus características es promover participación.
- En primer lugar haciendo sentir a la comunidad que la radio es de ellas y ellos.
- Despertar a través de su programación el sentimiento de identificación lo que en teorías de comunicación se conoce como la empatía; un sentimiento de comunicación e identificación.
- Un nivel de participación en donde la gente llega a la radio y se exprese desde la cabina.
- Deben abrir micrófonos con llamadas telefónicas, telegramas y cartas; permitiéndole al oyente pensar su opinión, su queja su canción, su poema.
- Un nivel donde la radio tenga mayor desarrollo y deba impulsar la elaboración de programas con gente de la misma comunidad participen muchachas y muchachos como locutores y logren realizar un programas juvenil o grabar un programa dramatizado (radio novela o corto drama) de hechos que sucedan en la comunidad.
- Involucrar a la comunidad en la elaboración de mensajes y en todo ese proceso de quehaceres radiofónicos la radio ira jugando un papel de comunicación y educación popular.

5. El impacto entino de la radio Monimbó ante las radios comerciales

Este canal puede jugar un papel importante con otras radios alternativas, radios comerciales y otras comunidades esta puede organizar una **red de comunicación departamental de radios**; las radios de Masaya podrían integrarse a una cadena de difusión impulsada por la radio Monimbó en temporadas de fiestas patronales o tradicionales como las fiestas de San Jerónimo o en crisis políticas que pueden afectar a la comunidad. Esta radio puede convertirse en una impulsora de iniciativas exploratorias y aglutinar al resto de las radio alrededor de proyectos que esta impulse; también la radio puede tener corresponsales populares en los barrios de Masaya y restos de departamentos; crear una red de corresponsalia que le permita tener acceso a la información que no tienen otras emisoras de carácter comercial.

Radio Monimbó con la información que recolecte en la comunidad y resto de sectores sociales puede alimentar de información a las radios alternativas y radios comerciales independientemente que estas no participen directamente o no llegue a cubrir los hechos noticiosos. Lo importante en esta forma de hacer periodismo radiofónico seria diseñar la red de colaboradores radiofónicos con otras radios, esto permitirá tener influencia directa de la comunidad con el resto del país. Podríamos llamarle esta experiencia Estrategia Exploratoria de Operación en Comunicaciones Radiofónica entre Emisoras.

b. Radiografía de políticas radiofónicas para la radio Monimbó

- ✓ La Radio Monimbó deberá instaurar un nuevo orden de comunicación social dentro de su medio y en la comunidad donde las implicaciones de este nuevo proceso de comunicación estarán directamente vinculadas al ejercicio eficiente de la democracia y la libertad de prensa.
- ✓ El conocimiento de hechos masivos o problemática social deberá ser parte del ejercicio para así influir al acceso de todo tipo de sectores. Así mismo ir reduciendo antagonismo entre pobres y ricos poderosos y desposeídos del poder.
- ✓ Puesta en escena este tipo de medio radiofónico y sus políticas bien definidas se debe crear nuevos métodos de seguridad y cooperación local.

- ✓ La radio puede facilitar el surgimiento de estilos de pensamiento que ayude al desarrollo tratando de no fomentar el acondicionamiento ideológico de las sociedades de consumo; ni comportamiento social creado a partir de la penetración cultural ejercida por los masivos medios capitalistas contra sectores que viven en estado de vulnerabilidad.
- ✓ La comunicación social con sus nuevas tecnologías ha alcanzado un sofisticado nivel y se convierte ante su público en un arma de imprescindibles consecuencias. Ante esto la radio Monimbó deberá establecer políticas radiofónicas acordes con la cultura étnica para consolidar programas y proyectos de democracia local y nacional que impulse y genere participación consciente y voluntaria de las clases populares.
- ✓ Impulsando políticas radiofónicas se proporciona un modelo de comunicación social superando concepciones basadas en la fórmula tradicional de comunicación: e-m-r. Y para quebrar el vertical modelo comunicativo capitalista es necesario incitar acerca del papel que desempeña la comunicación cuando la radio se dirige a sectores sociales populares.
- ✓ Con la definición de estas políticas radiofónicas se puede garantizar el derecho de las y los receptores a la información. Con el fin de fortalecer la democracia, ampliar canales de expresión para hombres y mujeres en estado de vulnerabilidad.
- ✓ Este proyecto radio popular deberá convertir la información en legítimo instrumento político para consolidar su papel rector de programas, proyectos comunales para institucionalizar el pluralismo ideológico.
- ✓ Las políticas radiofónicas deberán poseer madurez para informar y discernir sobre la situación de la comunidad étnica poseerán capacidad objetiva para que las y los actores del medio puedan formularse sus propios juicios y dar a conocer sus opiniones acerca de cada suceso.⁵³ Tanto el derecho a transmitir información como el derecho a recibirla tienen valor.
- ✓ El ejercicio profesional de la comunicación será verdadero y espontáneo, garantizado con el conocimiento racional de políticas radiofónicas promoviendo una sociedad

⁵³. Las Políticas de Comunicación Radiofónicas para la Radio Popular Participativa de Monimbó son el instrumento que garantizará el verdadero ejercicio de su libertad de expresión y derechos en calidad de etnia de la región del Pacífico. Estas políticas deben escribirse de manera grupal tomando como punto de partida esta parte teórica de la monografía.

democrática y pluralista.

- ✓ El proceso de comunicación de la radio participativa se transforma con fuerza y energía para el desarrollo de la comunidad étnica; se transforma en conciencia que unifica e identifica a las y los étnicos con toda su esencia y cultura auténtica; esto si las políticas radiofónicas están vigentes y latentes durante el proceso de comunicación participativa.
- ✓ Estas posibles políticas radiofónicas no deben olvidar las culturas de origen llenas de valores, ternura y magnificas realizaciones socioculturales que constituyen la cantera fundamental.
- ✓ La radio con sus alternativas políticas radiofónicas debe tratar de propiciar un vínculo entre otras culturas étnicas, un pensamiento de etnocentrismo que se valore la cultura nicaragüense y se fomente el rescate histórico a lo indígena.
- ✓ Incluir la programación y divulgación de una cultura sin violencia social(NO A LA VIOLENCIA). O sea la intención es apuntar al debate sobre cualquier temática que genere violencia social entre sectores organizando y no organizados.
- ✓ Cultivar en las y los indígenas cultura de responsabilidad a la construcción y desarrollo de proyectos comunitarios a través de su programación.
- ✓ Las políticas consideraran que la comunicación social participativa hacia este sector social es un factor sustantivo para el desarrollo de cooperativas y micro empresas de artesanos y así el avance económico de la comunidad indígena esta asegurado.
- ✓ El énfasis de las políticas radiofónicas es formar, educar, animar y entretener, utilizar la comunicación social e información con fines educativos y culturales para reforzar la enseñanza; enriqueciendo un plan de estudio comunal integrado en sus programas radiofónicos.
- ✓ Entre sus políticas el conservar las distintas formas tradicionales de expresión artística, conservar todo el desenvolvimiento laboral de la artesanía en todas sus manifestaciones, cultivar y fomentar el bagaje cultural indígena y propiciar acceso al arte de elementos folclóricos. También suscribir nuevas formas de crear arte y permitir el acceso al conocimiento a las y los étnicos para el desarrollo de nuevos valores y estilos de vida.

- ✓ Este medio de comunicación social(radio) de poderoso impacto cultural deberá regular la erosión de valores no tradicionales y preservar el patrimonio cultural étnico nacional dejando posterior la cultura extranjera; no esquivar sino tomar lo positivo de esta pero no dejarse atragantar de las culturas foráneas.
- ✓ Las políticas radiofónicas deberán controlar la actividad periodística de comunicadores y corresponsales populares voluntarios ante la esfera del sectarismo político; los mensajes pórticos partidarios deberán aportar al desarrollo y sostenimiento de la radio popular participativa de las y los étnicos de Monimbó. La principal función de las políticas radiofónicas se enfocaran en las esferas de:

1. La información en y para la radio Monimbó

La información deberá circular constantemente por los definidos programas radiofónicos con previa responsabilidad; proporcionar datos objetivos y necesarios de la problemática local, regional, nacional para que las y los miembros indígenas tomen decisiones personal, grupal o comunitaria. Los y las miembros indígenas tienen que ser destinatarios pasivos o activos durante el proceso comunicación de la radio; el medio popular debe incitar a la participación con acceso ordenado. El suministro de la información deberá depender de las decisiones definidas en materia de las políticas de comunicación radiofónica. La mayoría de las radios dispone de mucha información que se genera en el sistema social para ello no debe existir, ni permitirse un proceso de selección de noticias o información por ejemplo hay radios capitalinas que ejercen su criterio independiente para determinar lo que es "importante para sus intereses".

En la radio Monimbó debe ser caso contrario todo lo que llegue a la sala de prensa es responsabilidad profesional del jefe de prensa o edición en recibir, visualizar luego estructurar lo mas claro posible y emitir el suceso de tal manera que el público la entienda y la interprete; que comprenda toda lo que esta sucediendo y sea importante a sus intereses. En este medio popular no se debe concebir discriminación de hechos periodísticos; toda noticia es la carne informativa de la radio de esta manera la comunidad étnica se ira dando cuenta de todo lo que pasa aquí y allá en su geografía social. Comunicadores populares no están en el derecho de reprimir, censurar o encarcelar a la información todo lo latente y emergente es

producto informativo para receptores así el medio como emisor debe actuar de conducto o puente con responsabilidad hacia sus oyentes.

A este principal foco del trabajo manufacturado como los talleres de artesanos y artesanas se le deben suministrar sobrecarga informativa para que los causes de la comercialización de este sector laborioso del producto manufacturado estén dotados de información acerca del orbe de la oferta y demanda y costos de insumos para su trabajo. La circulación de la información tiene que ser supervisada por profesionales de la comunicación social para sanar errores gramaticales y corroboración de información.

2. Educando a través de la radio Monimbó

En el proceso de comunicación e información educativa las y los indígenas podrán aprender temas que les sirvan de instrumentos de juicio a posibles soluciones a sus problemas. Todo dependerá de la codificación del mensaje educativo que se le envíe evitando mensajes que promuevan o fomenten violencia, choques políticos ideológicos, conflicto sectorial, evitando estos virus el medio jugará su papel de educador a educando. La radio debe impulsar contactos con el sistema educativo nacional donde se definan métodos de enseñanza escolar, ya sea para enriquecer el plan de estudio regular o bien formar parte integral y vital del plan de estudios de aprendizaje para la comunidad ya que existen personas que no saben leer ni escribir en Monimbó y en otros casos algunos leen y escriben pero con deficiencias. Y en otros casos se da el abandono de la escuela por el trabajo. Educación desde la cabina de la radio con micrófonos en manos de maestras o maestros de primeras enseñanzas o alfabetización.

La radio puede proporcionar un puente de lectura de aprendizaje esta será la forma alternativa de comunicarse y va ejercer un puente diario para la superación técnico personal o grupal. La cultura de educar con la radio también contribuye a la conservación de las tradicionales formas de expresión artísticas y estilos laborales de artesanía, cultivando el aprecio y valor de las culturas indígenas le proporcionara acceso popular a estas manifestaciones. Esta radio tiene que brindar apoyo a las artes de espectáculo tradicional o folclórico o trabajos innovadores. La radio Monimboseña desde su punto de emisor puede abrir el espíritu de la

gente hacia el desarrollo de nuevos valores humanos. Lo anteriormente mencionado se puede lograr con formatos de programas radiofónicos educativos, con programas de desarrollo comunal, programas donde la sencillez del mensaje sea digerible, comprensible.⁵⁴

3. Desarrollo comunal étnico de la radio Monimbó

- ✓ La radio popular participativa Monimbó debe contribuir a crear un ambiente favorable al cambio y suscitar la innovación y el desarrollo comunal.
- ✓ A través de esta radio la pequeña y micro empresa de artesanos y artesanas, cooperativas, talleres de producción manual tienen que hacerse sentir en toda la esfera del mercado comunal y nacional.
- ✓ La oferta y demanda de estos productos deberán ser promocionadas por la emisora con mensajes comerciales contruidos en pro del fomento del trabajo manufacturado; cada promoción deberá ser a costo accesible para las y los artesanos.
- ✓ Tanto artesanías comerciales y artísticas en toda sus expresiones deberán ser promocionadas como componentes de una cultura popular étnica de la región del pacífico. Lo antes mencionado puede ensanchar horizontes a la comunidad étnica; el medio en función de emisor aportara información sobre experiencias ajenas y propias para estimular la pequeña y micro empresa artesanal promoviendo desarrollo auto sostenible.

La radio emisor por excelencia deberá ser la punta de lanza para impulsar un proceso de enseñanza de desarrollo comunal étnica: elevar las aspiraciones y contribuir el deseo de mejorar las prácticas y las condiciones sociales para el desarrollo comunal étnico y toda su pintoresca labor artesanal. Deberán ser parte de nuevas enseñanza y mejores formas de vida y trabajo; para que los talleres de artesanos y artesanas alcancen calidad productiva ya que la producción artesanal o la micro y pequeña empresa artesanal son el péndulo principal de subsistencia étnica y la exportación de estos productos no tradicionales como la artesanía o el trabajo manufacturado pueden ser la alternativa de desarrollo económico auto sostenible de la comunidad.

⁵⁴. Si los medios de comunicación social, organismos públicos, empresas, núcleos familiares, grupos intelectuales y académicos apoyan la idea de una información y comunicación educativa y cultural se habrá producido evidentemente una transformación en los distintos medios de comunicación masivos. La metamorfosis que tendrá la información y la cultura popular y su utilización serán precedentes para establecer un

Para alcanzar niveles de desarrollo comunal en la mediana y pequeña empresa artesanal; la radio con su papel de emisor deberá planificar el uso de los servicios sociales y comerciales del medio; deberá coordinar los canales paralelos de comunicación entre los productores de programas y el movimiento artesanal para lograr que el medio de comunicación promueva con la información la comercialización de los productos para la exportación. También se puede establecer coordinación entre las diversas entidades oficiales del Estado y empresas privadas para estructurar labores y estrategias comerciales con las y los étnicos. Así la función social de este medio emisor en su programación radiofónica diseñara condiciones socioeconómicas para facilitar un desarrollo comunal dando la apertura a la participación y competencia comercial de la pequeña y mediana empresa artesanal del sector urbano, peri urbana y rural de la comunidad étnica de Monimbó.

4. La formula del juego: entretener-informar-educar

La radio debe evitar convertirse en roconola de cantina amanesquera. La concepción de este medio de comunicación social tiene que ser una libre empresa de comunicación que oferte a receptores lo que necesiten. Esto dependerá del énfasis a implementar en los contenidos, materiales informativos y entretenimiento. No se interprete que entretener al público es enviarle solo música eso es pretexto de cajón o recrear al público es enviarle discursos de farándula o de espectáculo artísticos o lecturas ceremoniosas de horóscopos de las revistas Vanidades, Cosmopolita o Buen Hogar; lamentablemente esa no es la fórmula de entretener. Lo que desean oír suelen ser relatos noticiosos verídicos, costumbres folclóricas, cuentos de caminos, relatos novelescos e imaginarios con elementos de interés humano sin perder aquellos elementos de intriga, humor, conflicto, aspiraciones así no se tiene una radio monótona y rutinaria.

Otros elementos populares, para entretener esta la música folclórica y música de la cultura Pop extranjera también información de diferentes disciplinas deportivas no tradicionales y un elemento poco usual los programas escenificados complementados de participación; para lograr la formula del juego radiofónico deberá estructurar su programación con radio revistas,

orden de comunicación equilibrado, respetuoso y objetivo donde todas y todos pueden ser escuchados.

noticiarios cosmopolitas, programas comunales dramatizados, programas musicales descriptivos; esto posee un papel legitimador a efectos causas dentro de la comunidad étnica. Estos tipos de programas de entretenimiento deben ser diferentes a los tradicionales. Ambos conceptos suscitan calidad y un proceso de dinamismo, creatividad radiofónica. Con los guiones de cada programa previamente estructurados⁵⁵ ofertar necesidades informativas, necesidades educativas, necesidades culturales artísticas y deportivas; "la teoría de esta tesis proyecto radio se dirige a este sector étnico pero puede considerarse que trascenderá las barreras de la comunidad étnica y puede llamar la atención a otros tipos culturas étnicas; solo así se harán sentir como indígena ante el resto de la sociedad que los reconoce en cierto momento por las tradiciones culturales que acostumbran proyectar en las fiestas patronales.

En materia de competitividad la radio para sobresalir mas allá de los estadios del entretenimiento sus contenidos informativo tienen que ser el liquido sanguíneo que mantendrá viva y alerta a la emisora es decir que dentro de efectos de comunicación el material informativo con lo recreativo y de entretenimiento periodístico es parte de la formula del juego. De la vitalidad de esa mezcla dependerán los niveles que pueda alcanzar la radio popular participativa; fluirá un proceso de comunicación funcional que en cierto momento las posibles disposiciones y decisiones que fije la radio y sus comunicadores en torno a hechos noticiosos será la gota que derramara el vaso y posiblemente será las voz que ya dejo de gritar en el desierto. Hay que saber que tanto poder se tiene cuando se tiene la información en la mano, "La información es símbolo de poder".

5. Instrumento de movilización político y social de la radio Monimbó

- ✓ La radio Monimbó debe estar abierta a las y los dirigentes políticos, lideres ideológico con participación regulada. Utilizar esta radio como instrumento de movilización política y social siempre y cuando no atrofie el proceso de desarrollo de la radio misma y no cree prejuicio sobre los intereses sociales de la comunidad

⁵⁵. Cada director o coordinador de programas radiofónicos en la Radio Popular Participativa Monimboseña debe asumir plena responsabilidad sobre la emisión de su programa; elaborar un buen menú de temas a abordar la selección minuciosa de mayor importancia jerárquica, exigirse anticipadamente la elaboración de un GUIÓN Radiofónico antes de cada programa a realizar ya sea en vivo o pre grabado, evitar improvisaciones radiofónicas;

étnica. Las-los líderes étnicos pueden utilizar la radio para crear un sentido de unidad comunal y promover apoyo a dirigentes comunales. La población étnica participa en los cauces políticos del país a través de la radio así se le facilitarían la adopción de decisiones y debates. Y la comunidad indígena llegará a tener su propio consenso sobre los problemas más relevantes; para buscar la salida a las confrontaciones políticas, crisis económicas, crisis cultural que se vierta en la superficie de lo comunal y nacional.⁵⁶ No se puede descartar que los anuncios comerciales proporcionan en su totalidad recursos económicos; la concepción publicitaria constituye la base económica.

6. Concepción publicitaria de la radio Monimbó

- ✓ La radio Monimbó es una empresa que ofrece servicios comunales.
- ✓ Entre la función social y comercial no debe darse conflicto; buscar acuerdo en cuanto a la concepciones publicitarias que se vayan a definir en las políticas del medio para evitar la degradación práctica del medio.
- ✓ Los mensajes publicitarios deben ser contruidos de una forma educativa no destructiva.
- ✓ Utilizar el lenguaje o la palabra de manera racional y respetuosa así se evita confrontaciones con sectores sociales que buscan cultura de paz.
- ✓ La publicidad en la radio Monimbó deben tener forma y estilo de comunicación alternativa, educativa y participativa desempeñando un papel positivo y constructor para que incida en sistema de libre mercado.
- ✓ Fomentando una nueva cultura de creatividad publicitaria.⁵⁷

las improvisaciones conllevan a: constante errores, chabacanerías periodísticas, titubeos e inseguridades.

^{56.} En países de corte socialista o de corriente ideológicas moralista los medios de comunicación social se pueden utilizar como instrumento de partido político; según Lenin "la prensa debe ser un organizador, agitador y propagandista colectivo mediante un sistema centralizado de comunicación" y se puede promulgar la línea del partido y dar directrices a todo los niveles de la organización, se puede difundir "revelaciones políticas" e interpretadas para las masas con "el verdadero sentido de los acontecimientos", se puede denunciar y develar a quienes se apartan de la línea oficial tanto quienes dirigen el medio de comunicación social como la población a la que se incitara; los medios de comunicación pueden recurrir para criticar a funcionarios, fallas del sistema; estos tipos de medios de comunicación son canal de expresión, sugerencias o quejas.

^{57.} En la mayoría de medios de comunicación social de países capitalistas la publicidad representa la base económica utilizada en las emisoras también la publicidad representa una elección consiente y deliberada sobre el modo mas eficaz y eficiente de suscitar la oferta y la demanda entre el publico consumidor y siendo posible la apertura y acrecentamiento de un mercado masivo; tratando los manipuladores de reducir los costos de producción radiofónica y distribución; pero obviando la parte de lo social educativo que debería poseer el anuncio comercial. A las y los propietarios del medio solo les interesa acrecentar su capital monetario pero la

- ✓ En la concepción publicitaria del medio los anuncios comerciales deben promover aspiraciones y tradición motivadora.
- ✓ Los anuncios publicitarios alusivos a cigarrillos, bebidas alcohólicas no deberán pautarse. Productos médicos y farmacéuticos no deberán pautarse. Las clínicas de atención médica y naturista pueden pautarse con control riguroso.
- ✓ En los anuncios publicitarios NO debe utilizar la imagen de la mujer para publicidad en donde se expone la imagen de la mujer como símbolo carnal sexual.
- ✓ Por decisiones de un consejo de dirección de la radio pueden estos suspender algunos mensajes comerciales o equilibrar su pautaación y el modo de presentación.
- ✓ Para ofertar una visión de estímulo para satisfacer los deseos insatisfechos de la propia comunidad no se debe prohibir la publicidad pero si exigirse un equilibrio semántico, semiótico y subliminal del bombardeo de mensajes comerciales en relación a la organización de la comunidad.⁵⁸
- ✓ Recibir cualquier contenido comercial y evaluar la totalidad de su lenguaje para decidir si debe transmitirse por la radio popular.
- ✓ No sacrificar mensajes educativos por mensajes comerciales; deberán someterse a juicio y análisis de acuerdo a interés del medio.
- ✓ El mensaje publicitario y su presentación antes de su difusión puede estar sometido a restricciones éticas.
- ✓ Hacer propuestas para elaborar o reeditar anuncios comerciales; puede definirse reglas de códigos publicitario a lo interno de la radio.
- ✓ La emisora puede ofrecer servicios periodísticos públicos y privados como campos pagados y ofertar servicio de beneficencia social.
- ✓ La radio tiene todo el derecho de suspender en determinados días o momentos los mensajes comerciales que no contribuyen en el desarrollo comunal pero que si son un

sociedad necesita instrumento para desarrollar sus formas de vida más humanas.

⁵⁸. Un problema fundamental que puede generar la concepción publicitaria en la RPPM es el de dilucidar si los mensajes o anuncios comerciales pueden ser constructivos o provocar modernización para la comunidad indígena; en tal caso se daría la pérdida de cultura étnica. Es mas los anuncios comerciales de la cultura capitalista pueden generar frustraciones permanentes convirtiendo este sector social en sociedad de consumo publicitario industrializado caso que no se debe permitir y se debe de evitar cualquier forma de actitud violenta que adopte la publicidad de ente gubernamentales, organizaciones independientes u organismos consumidores, empresas con potencial económico que quieran publicidad en el medio.

ingreso económico.

- ✓ Estipular el número máximo de tiempo de publicidad autorizada por cada programa; cada coordinador de programa y la dirección principal pueden hacer énfasis en los anuncios comerciales educativos.
- ✓ El director del medio debe llegar a acuerdo con las y los coordinadores de programas para definir el número de veces que pueden interrumpirse los programas para introducir mensajes publicitarios y campos pagados siempre y cuando generen ingresos económicos a la radio.

c. Comunicación organizacional en la radio Monimbó

En las empresas periodísticas radiofónicas es vital la existencia de una organización desde las perspectivas de la ciencias administrativas; la radio popular participativa tiene que establecer relaciones entre el personal dentro del medio. De la jerarquía administrativa dependerá el desenvolvimiento de la empresa periodística esta jerarquía deberá de dar una amalgama de información, decisiones, órdenes, estrategias para el funcionamiento de la radio. La jerarquía administrativa puede ser cuestionable y definirá modelos de producción radiofónica. La jerarquía será una propiedad del medio para regular, modular o equilibrar y visualizar la funcionalidad de la radio y la división equitativa del trabajo⁵⁹ vertiendo excelentes relaciones humanas.

“El proceso de organización requiere operaciones metodológicas para cumplir propósitos. Entre instrumentos más importantes podemos señalar los organigramas, describen la estructura y las posiciones jerárquicas de las unidades; describen labores y procedimientos respectivamente de la organización.”⁶⁰ En el organigrama se ubicarán comunicadoras/es de acuerdo a capacidad técnica-profesional. La comprensión de una estructura jerárquica dentro del medio popular se define perspectivas de comunicación organizacional y pueden intercambiar mensajes a lo interno del medio. “Estos mensajes se intercambian en varios niveles y de diversas maneras. Pueden transmitirse por canales ínter personales o

⁵⁹. Lange, Oskar. Economía política. p.24 explica que la propiedad de los medios de producción es la relación social sobre la que se basa todo el complicado sistema de relaciones humanas que tienen lugar en el proceso social de las producciones. La propiedad de los medios son utilizados y en consecuencia determinan las formas imperantes de cooperación y de división del trabajo.

⁶⁰. Ramón V. Melinkoff. "La estructura de la organización". Organigramas./ 1986, op.citp. p.29.

memorandos, circulares, avisos, pueden utilizar canales verbales y no verbales”.⁶¹ La probabilidad será un flujo de mensajes con una relación ínter dependiente.

El consejo administrativo, director y administrador de la radio enfocaran la comunicación organizacional en comunicación interna dirigida al personal técnico o profesional y estimulando a la labor eficiente que estos ejercen. La comunicación organizacional a lo interno de la radio debe mantener relaciones entre comunicadores voluntarios, reporteros, corresponsales y administrativos utilizando canal de comunicación: avisos o memorando para mantener informados e integrados y motivados al personal.

1. Fines principales del organigrama de la radio Monimbó

Algunos teóricos dicen que el organigrama es: “Una carta de organización, un cuadro sintético que indica aspectos de una estructura de organización incluyendo principales funciones y relaciones, canales de supervisión y la autoridad relativa de cada empleado encargado de su función respectiva”.⁶² “El organigrama es un gráfico y estructura de una empresa que permite conocer dispositivo complementario de las distintas relaciones, dependencias y conexiones que puedan existir entre los servicios”.⁶³ En la radio étnica el organigrama jugará la función de presentar nombres de personas que ostentan el cargo principal y administrativo. Describir funciones mujer u hombre, proyectar las relaciones entre departamento o unidades creadas dentro de la estructura organizativa, proyectar relaciones laborales particulares. Enfocar las vías de comunicación; expresar canales de supervisión para lograr el trabajo propuesto, especificar en este organigrama étnico previsiones de desarrollo organizacional. Los primordiales fines que tienen la comunicación interna y el organigrama étnico son:

1. Fomentar participación en el personal a las actividades socioculturales de la radio e integrar a las y los trabajadores a las actividades de la radio popular étnica para estrechar vínculos afectivos.
2. Mantener abierta vías de comunicación entre departamentos de tal manera que los

⁶¹. Carlos, Fernández Collado/"Las comunicación en las organizaciones". México, 1991 op.citp. p.30

⁶². Terry, George op.citp. Pág. 385/ Extraído del texto: "La estructura de la organización". Organigramas. Ramón V. MelinkoKoff. p.142

⁶³. Alluson R. Los Organigramas, p.14 Extraído del texto: "La estructura de la organización". Ramón V.

desacuerdos o insatisfacciones no causan conflicto, ni ruido comunicacional en la radio.

3. La comunicación organizacional interna de la radio étnica debe servir de mediador; recepcionar problemas y enviarse a los niveles de trámites que tienen la capacidad de resolverlos.
4. Establecer un estado de comprensión entre la administración de la radio étnica y el personal que labora periodísticamente (el trato humano y personal).
5. Es obligación tratarse como seres humanos personas con plena conciencia e identificación sin sentirse unos mas que otros y aspirar por la colectividad.
6. Crear rotación de cargos y responsabilidades entre el personal permitiendo una excelente integración colectiva en el funcionamiento de la radio.

Esquemáticamente se estructura un organigrama que sea como un patrón de partida para administrar la radio y deberá desarrollarse por tres diferentes tipos de comunicación interna.

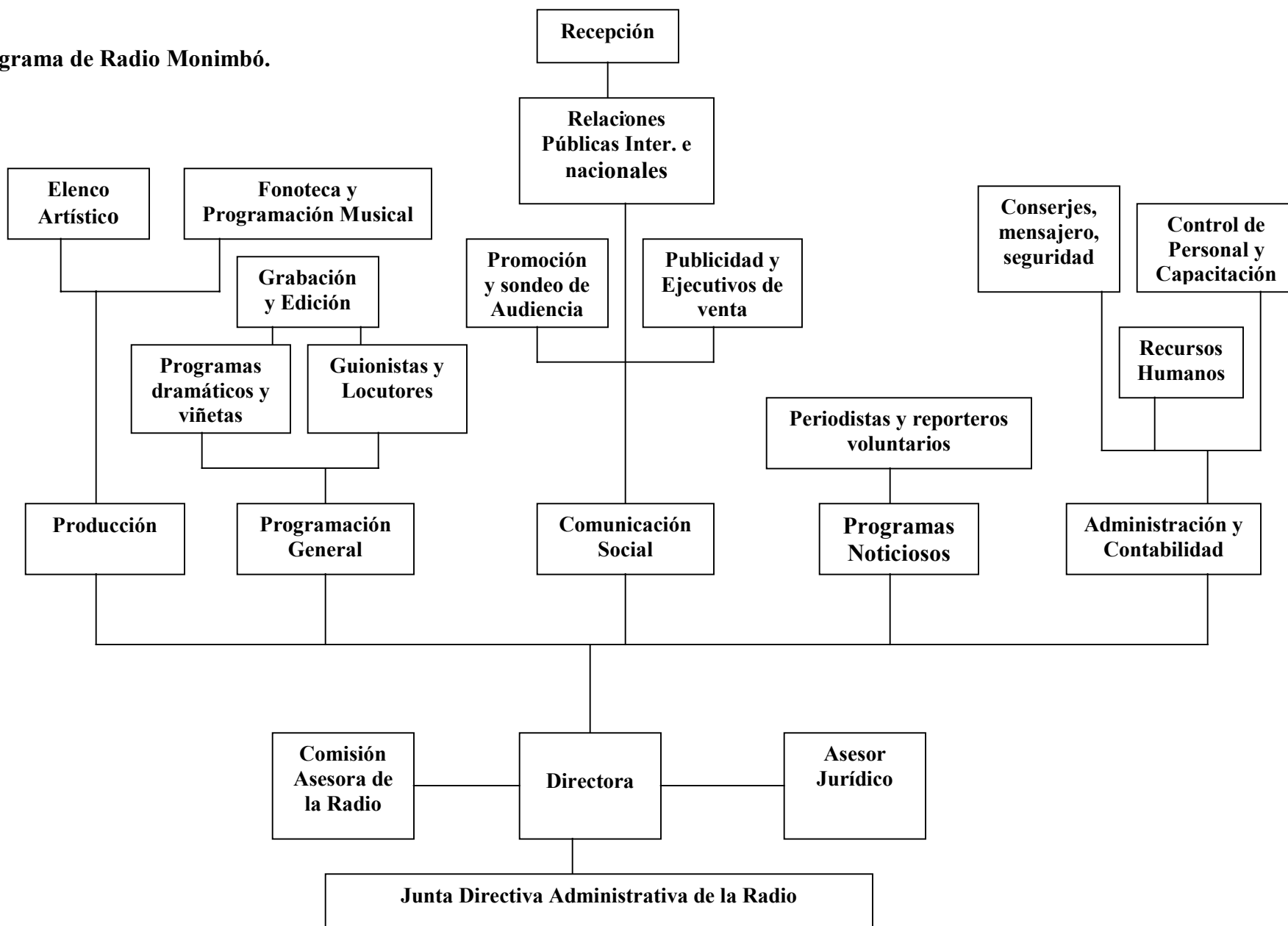
- A. Comunicación interna descendente; mensajes de niveles administrativos hacia las y los trabajadores, estos mensajes son: ordenes, avisos, políticas administrativas, reglas, normas, sugerencias, instrucciones, motivaciones, estímulos.
- B. Comunicación interna ascendente que serán: mensajes que parten del personal que labora para la radio y es dirigida hacia el nivel jerárquico mas alto, comúnmente este va en forma de: quejas, sugerencias, respuestas, encuestas colectivas, peticiones.
- C. Comunicación interna horizontal; probablemente podría ser informal desde que esta surge entre las y los trabajadores y se efectúa en reuniones, asambleas, murales, juntas bien planificadas y dirigidas.

Organigrama de Radio Monimbó.

Escritorios

Dptos.

Directiva



D. Contenidos de programas radiofónicos participativos para la radio Monimbó

Los contenidos son parte de la columna vertebral de una radio. Los comunicadores populares, corresponsales voluntarios, el locutor, periodista de oficio, el director de la radio deberán llevar un equilibrio entre contenidos de los programas noticiosos, educativos, culturales y recreativos. Los contenidos atenderán necesidades de la comunidad étnica por ejemplo:

- ❖ la información sobre el desarrollo comunal con la finalidad de mejorar las prácticas de la pequeña y micro empresa talleres privados artesanales,
- ❖ promover a través de contenidos mejores condiciones económicas y sociales de la mujer y hombre artesano,
- ❖ la radio popular participativa dará cierta tendencia de diversificación de contenidos para buscar esa fragmentación de público u oyente para tener consonancia a sus gustos e intereses,
- ❖ comunicador radiofónico étnico deberán tomar en cuenta algunas normas para los contenido en los programas,
- ❖ proporcionar contenidos de programas que atiendan desarrollo comunal étnico,
- ❖ emitir noticias nacionales, declaraciones gubernamentales de servicios públicos y sociales, programas religiosos, cultura artístico y programas con contenidos infantiles,
- ❖ los contenidos de programas educativos y de desarrollo comunal pueden provenir de instituciones públicas o privados según convenga económicamente a la radio,
- ❖ el contenido debe estimular la preservación de la cultura étnica y contribuir a fomentar la capacidad creadora y artística local,
- ❖ la radio deberá dar cabida a aquellos contenidos que promueven la lucha contra todo tipo de discriminación sexual, racial, económica,
- ❖ el tema de la educación sexual en toda sus opciones sexuales deberá abordarse sin prejuicios y tabúes,
- ❖ los y Las comunicadores sociales pueden imponer condiciones a los contenidos y priorizar aquellos contenidos de persistencia étnica.⁶⁴

⁶⁴. Producción de programas: los contenidos de programas radiofónicos puedan ser propuestos y producidos por las y los miembros de la misma comunidad y organizaciones existentes presentando un buen proyecto de

E. Formatos de programas para la radio Monimbó

Los siguientes formatos para hacer radio popular participativa son instrumento de guía práctico, fácil para la realización de los futuros programas que se elaboren para la comunidad indígena de Monimbó, Masaya.

1. Formatos radiofónicos

La producción radiofónica tiene su base en el conocimiento y dominio de los diferentes formatos que la conforman. Los formatos son las diferentes **formas**, modalidades y técnicas que permiten decidir el **cómo** presentar el mensaje a la audiencia. Para proyectar un programa de radio se puede partir de:

- Los contenidos concretos que nos proponemos comunicar de la temática definida que deseamos abordar. A partir de ella decidimos el formato y la estructura radiofónica más adecuada para dar a conocer esos contenidos.
- Se puede partir de una estructura previamente determinada. Escogeremos un formato que consideramos de ricas y variadas posibilidades que se adecue bien a un mensaje o a una temática general que tenemos en mente. Por ejemplo idear un radio drama con un personaje central.
- Luego seleccionar los mensajes que queremos ir comunicando a través de este personaje en cada uno de los capítulos de una serie. Se podría también realizar una serie de radio reportajes sobre los problemas sociales más sentidos en la comunidad étnica. Cualquiera que sea nuestro punto de partida necesitamos conocer y dominar bien los distintos géneros o formatos radiofónicos dentro de los cuales deberemos elegir el más funcional para nuestro programa.

2. Una eliminación preliminar

Antes de decidir el sacar un programa al aire en la radio Monimbó hay que recordar hacerse la siguiente pregunta: ¿Para qué sirve y para que no sirve el programa XY en la radio Monimbó? Por ejemplo el programa nos sirve para:

programas que represente intereses sociales de la comunidad indígena. También intercambiar con organizaciones contenidos o materiales educativos. Los y las usuarias de la radio pueden incursionar en programas con contenidos de: Educación, Producción Artesanal, Cultura Sanitaria, Planificación Familiar.

- **Difundir conferencias o disertaciones**

Casi nadie está dispuesto a seguir por radio una larga exposición; un kilométrico discurso, un tedioso monólogo. Muy rápido el oyente se aburre o se distrae. Salvo en muy contadas excepciones el formato conferencia está excluido de la comunicación radiofónica.

- **Enseñar técnicas, métodos y procedimientos**

Describir procedimientos por radio no es práctico ni eficaz. También eliminamos entonces los formatos llamados de instrucción en el sentido descriptivo que damos al término. Por otro lado podemos decir que la radio ha mostrado niveles de alta eficacia como medio para: distraer, informar, transmitir conocimientos, promover inquietudes y reflexión sobre valores y actitudes, estimular el raciocinio, favorecer la formación de una conciencia crítica.

Primer aspecto:

Los programas de radio se pueden dividir en dos grandes géneros:

- a) Los musicales que en ellos predomina netamente la música.
- b) Los hablados que en ellos predomina la palabra.

Los programas musicales se pueden abordar en la parte dedicada exclusivamente a la música. Y los programas hablados permiten expresar ideas o transmitir un mensaje. Pueden hacer uso de la música como un elemento complementario a veces muy importante pero su herramienta especial es la palabra.

Segundo aspecto:

De los programas hablados se hace generalmente una clasificación elemental basada en el número de voces que intervienen. De tal manera que se dice que hay tres maneras de escribir un programa de radio:

1. En forma de monólogo.
2. En forma de diálogo.
3. En forma de drama.

Los programas monologados son los más corrientes. Su formato más habitual es la Charla Radiofónica Narrada/Personificada. Son los más sencillos y fáciles de producir pero si no son bien manejados pueden llevar a la monotonía y al desinterés.

Los dialogados implican la intervención de dos o más voces. Son de producción más difícil que los anteriores pero ofrecen más atractivo e interés por la variedad y las posibilidades educativas y por el intercambio de distintas posiciones y opiniones que permiten. Mientras el monólogo tiende a ser unilateral el programa dialogado se abre a muchas facetas, aspectos y posibilidades.

Los dramatizados (drama) tienen en común con los dialogados el uso de varias voces. Pero tienen sus propias y diferentes características que los ubican en una categoría aparte. Su rasgo principal es que desarrollan una historia, una anécdota, una situación concreta. La historia la desarrollan personajes que ejecutan acciones dramáticas. Son considerados los más atractivos por su estructura dramática. Sin embargo son los más difíciles de realizar. Requieren de la escritura de un libreto dramático y un mayor dominio de las técnicas de la composición radiofónica. Necesitan actores, musicalización, montaje sonoro, efectos y otras necesidades técnicas.

Dentro de cada tipo en que se ha elaborado estos aspectos elementales de los programas (monologado, dialogados y dramatizados) se puede encontrar una gran variedad de formatos. Aquí vamos a proponer los modelos más clásicos y usuales en el mundo de la radio. Es decir esta propuesta no se agota ni mucho menos el inventario de formatos Radiofónicos que existe o que puedan llegar a existir. Cada comunicador puede idear programas que mezclen varios de estos formatos clásicos, creando nuevos modelos totalmente distintos a los que aquí describimos. El ingenio y la imaginación del productor radiofónico pueden concebir infinitas variaciones. Con voces, música y efectos sonoros se pueden construir muchos y muy diversos diseños.

F. Géneros periodísticos en formatos para la radio Monimbó

Lo siguiente es un listado de los formatos más conocidos y usados en el mundo de la radio principalmente de la radio de América Latina. Un breve análisis preliminar de cada uno de los formatos y que pueden ser utilizados de manual o guía al realizar programas en la Radio Popular Participativa de Monimbó/Masaya:

1. La Charla

Relato generalmente breve debe respetar las exigencias del medio en materia de tiempo. Su objetivo no es tanto el de exponer sino el de motivar, llamar la atención sobre una cuestión y despertar una inquietud en el oyente. Se le debe imprimir un carácter personal directo y coloquial. Debe ser eminentemente vivencial y establecer con el oyente una comunicación humana. Esto no es sencillo. Es más difícil que escribir un diálogo pues el productor de radio dispone aquí de menos recursos. Todo debe lograrlo a través de una sola voz, hablando. Dentro de este formato podemos distinguir tres variantes:

- a) **La Charla narrada.** Es la más corriente. Es alguien que "habla en radio" con el fin de explicar algo, divulgar conocimientos, compartir temas de interés con la audiencia. Es la forma más sencilla y económica de emplear la radio y por eso es la más usual. Es importante aclarar que aunque la Charla narrada la hemos incluido entre los aspectos de los programas a una sola voz también este formato puede desarrollarse a dos voces. El libreto que se escribe para una o dos voces es igual. El texto se reparte entre dos locutores que se van alternando en su lectura. Con el uso de dos voces se busca aligerar la posible monotonía en que se puede caer y que es el principal peligro de este formato. Pero lo más recomendable es mantener una sola voz que platique con la audiencia en forma coloquial. El uso de dos locutores no implica diálogo no hay interlocución. Es el mismo texto para ser leído por una persona y ahora leído a dos voces. La charla narrada no puede durar más de cinco minutos. Tres minutos es un buen tiempo promedio para este formato. También puede apoyarse con efectos sonoros de fondo.

- b) **La Charla personificada.** Las limitaciones que pueda tener la charla narrada, no deben crearnos la idea de la imposibilidad de atracción y educación de este formato. Existen otras maneras de presentar la Charla en radio además de la charla narrada. En la Charla personificada cobran vida los animales y las cosas. Es decir asumen formas humanas, se personifican. Hablan los animales y las cosas. Esta variante pretende darle más atractivo al formato. Se puede hacer uso de efectos sonoros. Es una variante de la fábula, aunque no necesariamente, como aquella, debe terminar en consejos o

moralejas. También este tipo de charla se maneja a una sola o a dos voces. Al contrario de la charla narrada, cuando se usan dos voces aquí sí hay interlocución, conversación, intercambio verbal entre las cosas o animales personificados. Cinco minutos es un buen tiempo mínimo para este formato.

- c) **La Charla dramatizada.** Esta versión del formato Charla nos permite poder representar en una escena dramática lo que hemos conversado con la audiencia en una charla narrada. O crear un nuevo contenido. El mensaje se puede dialogar entre dos o tres personajes (no más) a lo largo de una sola escena. La escena debe ser breve. Incluyendo una introducción y un cierre se puede extender entre 5 y 8 minutos. Puede ser de producción única o seriada. Es eminentemente un formato educativo pero no se contradice con lo distractivo.

2. La Dramatización.

Se dice con razón que en el drama radiofónico la concentración del oyente se facilita más. Que no hay modo más eficiente de hacer uso de la sugestión del medio radiofónico que la producción de un drama. El diálogo es siempre más atractivo que el discurso porque no dice las cosas directamente sino que las sugiere. El drama activa la fantasía y la inteligencia de los oyentes y constituye una auténtica forma de comunicación.

Entre otras cosas podemos anotar como cualidades de este formato:

- ❖ Atrae vivamente el interés de una mayor y variada audiencia evitando la monotonía y la distracción.
- ❖ Moviliza la imaginación del oyente. La posibilidad de aprovechar los elementos de sugestión de la radio y de ofrecer imágenes auditivas alcanzando niveles óptimos.
- ❖ Utiliza todos los recursos del medio radio- voz, música y efectos sonoros, facilitando la concentración y haciendo más expresivo el mensaje.
- ❖ Establece una comunicación cálida, personal, que llega a los niveles emocionales y afectivos de los oyentes.
- ❖ El mensaje se humaniza, se personaliza. El oyente se siente más directamente tocado por los problemas que afectan a las demás personas y no por las cosas o las ideas por muy hermosas que sean.

- ❖ El oyente puede sentirse identificado con los personajes y situaciones representadas. Se establece una relación de empatía.
- ❖ Atenúa la unidireccionalidad del mensaje. El oyente se encuentra integrado en una acción en la que se siente él mismo participando junto a personajes que son y hablan como él y con los que se siente de igual a igual.
- ❖ Se le da al oyente diversas opciones y se le enfoca un tema determinado a través de personajes con distintas posiciones y criterios.
- ❖ A través de los diálogos y de las situaciones es más fácil reiterar los conceptos fundamentales sin que ello se advierta y sin caer en la monotonía.

Como vemos el drama es el formato más activo y, paradójicamente, siendo la mayoría de las veces una ficción, es el que más se acerca a la vida real. Los personajes se animan y hablan por sí mismos en las voces de los actores que los encarnan. La historia puede ser real o imaginaria. Pero en uno u otro caso el oyente se sentirá involucrado en ella identificado con el problema que el drama desarrolla y con los personajes que la viven. El drama es el formato especialmente indicado para dos fines:

1. para plantear un problema, para mostrar un conflicto y enfrentar al oyente a una opción;
2. para transmitir un mensaje. Sin embargo; este mensaje debe ser sugerido, insinuado. Debe estar implícito en la acción dramática y surgir de la acción misma.

Un drama que culmine con una moraleja explícita en un sermón o una arenga, se desvirtúa y se hecha a perder. Es el oyente quien debe extraer el mensaje sobre el que deseamos que reflexione. Podemos distinguir dos tipos de programas dramáticos:

- a) **la dramatización Unitaria.** La acción comienza y termina en esa única emisión. El programa constituye una unidad en sí, no forma parte de un conjunto. Equivale al cuento del género literario. Sus personajes nacen y mueren en esa única historia. Aunque también existe la posibilidad de hacer varios programas unitarios que mantengan una interrelación de unidad. Por ejemplo manteniendo un mismo escenario con personajes diferentes en cada programa o varias historias relacionadas con un mismo tema.

b) **la dramatización Seriada.** Su principal característica es tener uno o varios personajes centrales que aparecen en todos los capítulos. Son personajes fijos y permanentes que dan continuidad a la historia. La trama puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores. O bien puede desarrollarse, excepcionalmente, con continuidad en dos o tres capítulos. La seriada es la más recomendable entre los dos tipos de dramatizaciones. No exige escuchar todos los capítulos ni impone ataduras al oyente, como en la radionovela. Tiene personajes y elementos permanentes que le dan unidad al conjunto de programas que motivan a la audiencia a seguir escuchándolo sin que se sienta en la obligación de hacerlo. Esto origina una relación radio oyente, más perdurable, más honda y más cálida.

3. **La Radionovela**

Es la clásica novela con muchos capítulos con una historia continuada. Hay que escucharla íntegra o casi íntegra. Si se pierde algún capítulo es difícil reubicarse y seguir el argumento. Si se pierden varios capítulos es casi imposible comprenderla. Se debe mantener el "suspenso" dramático y dejar el interés del oyente pendiente al final de cada capítulo. Esto obliga a veces a forzar situaciones en la historia y se puede caer fácilmente en el efectivismo y hasta en el melodrama. La adaptación radiofónica de buenas novelas de la literatura nacional, latinoamericana o universal o la presentación de biografías noveladas justifica el uso y manejo de este formato.

4. **La Noticia**

La noticia es la unidad de base de la actividad informativa de una emisora. Es lo más importante para la audiencia después de la distracción. Por eso su manejo y la variedad en su presentación son vitales para los hombres y mujeres de radio. Se puede presentar en una infinidad de formas tomando en cuenta el estilo y sus lenguaje. Las tres más usadas:

a) **La Nota simple.** La redacción de un hecho que da respuesta a las preguntas: Qué sucedió, dónde, cuándo, quién o quiénes se involucraron, cómo sucedió, por qué y/o para qué sucede lo que sucede.

b) **La Nota ampliada.** Es la nota simple enriquecida con una profusión de datos

colaterales y complementarios que clarifican a la audiencia sobre un hecho. Testimonios, cifras, relatos, entrevistas, documentos y otro tipo de materiales, permiten **ampliar** la información sobre hechos de importancia o que requieren un tratamiento noticioso más profundo por el interés que les representa a la audiencia.

c) **La Nota dramatizada.** Puede presentarse de dos formas:

c.1. Con música y/o efectos sonoros de fondo: La nota se va leyendo al micrófono, mientras, de acuerdo a su contenido, se van poniendo de fondo en segundo plano, música o efectos alusivos al texto. Disparos y ruidos de aviones, si la nota es sobre una batalla. El sonido de choque de carros y la sirena de una ambulancia, si la noticia es sobre un accidente de tránsito.

c.2. Con personajes dramáticos: Se escribe un pequeño libreto para **dramatizar** en una o dos escenas, el hecho ocurrido en la realidad. Los actores asumen la interpretación de los verdaderos protagonistas del hecho.

4. La Entrevista

Este formato es uno de los más utilizados en Nicaragua. Sin embargo es también, uno de los menos conocidos desde el punto de vista técnico. Algunos autores dividen este formato en diferentes tipos de acuerdo al tema que tratan: "entrevista de fondo, biográfica, de personalidad, económica, científica", Esta división no es la más adecuada. Al final, para todas estas modalidades el comunicador necesita conocer las mismas técnicas. Lo que varía es el tema y no la forma de hacerlas. Por eso aquí hacemos una división de las diferentes modalidades de entrevistas a partir de las técnicas que deben variar para poder ejecutarlas. El formato **entrevista** podemos abordarlo desde la siguiente variedad:

a) **La entrevista individual:** De persona a persona. Una plática entre dos: el entrevistador y el entrevistado. El tema, que debe ser de interés para la audiencia se aborda hasta agotarlo.

b) **La entrevista colectiva:** Una conversación entre un entrevistador y dos o más entrevistados (la directiva de una organización, por ejemplo). Esta modalidad requiere del dominio del balance en las intervenciones de los diferentes entrevistados y del dirigir adecuadamente las preguntas.

c) **La Encuesta:** Uno o varios entrevistadores, indagan la opinión del público sobre un

tema determinado a través de una, dos o, a lo sumo, tres preguntas, que repiten exactamente a cada persona abordada. Las preguntas se hacen a personas de diferentes estratos sociales, diferentes edades, sexos y ocupaciones, en diferentes momentos y en distintas ubicaciones geográficas de la localidad, según sea el tema a tratar.

5. La Rueda de Prensa o Conferencia de Prensa

Varios periodistas preguntan por turno a uno, dos o más entrevistados. Generalmente los periodistas son convocados o invitados a este tipo de actividad en los que se advierte un tema único, casi siempre expuesto por el personaje interesado. Se pueden ampliar los temas en el período de **preguntas y respuestas** que se acostumbra después de la exposición central.

6. La Mesa Redonda

Dos o tres invitados exponen sus opiniones, conocimientos, experiencias o vivencias protagónicas según el caso- sobre un tema determinado y usando el espacio de tiempo establecido para ello.

CONCLUSION DEL ESTUDIO

Las nuevas tecnologías surgidas en el campo de la comunicación social y el ejercicio de la técnica del periodismo pueden contribuir a la evolución de la práctica radiofónica al servicio del desarrollo comunal para comunidades étnicas. Se puede considerar en este tercer milenio que la radiodifusión unida al desarrollo comunal podría jugar un rol preponderante que vaya mas allá de ser un simple canal de transmisión de mensajes o una radio toca disco e igualmente se debe aspirar a la radio digitalizada.

Al impulsarse la posible radio popular participativa Monimbó se hace necesario extender sus micrófonos a las calles, a los talleres de artesanos con el modelo de radio comunitaria, radio participativa y diseñar estratégica ante las radios comerciales⁶⁵ de carácter vertical y autoritario. Su dinámica y creatividad será hacer radio en la producción y realización de programas educativos, culturales, comunitarios aspirando a contribuir la formación constante de su público un rol orientadora para la familia en el plano económico y la salud.

A través de esta teoría sobre factibilidad se puede motivar conciencia del trabajo artesanal en y para la comunidad y grupos populares organizados; la actividad artesanal es una alternativa de desarrollo económico para la comunidad; el producto manufacturado les dará un desarrollo auto sostenible. La radio será una especie de fomentador de la cultura popular del trabajo artesanal para la pequeña y mediana empresa de la comunidad indígena y en los alrededores de Masaya.

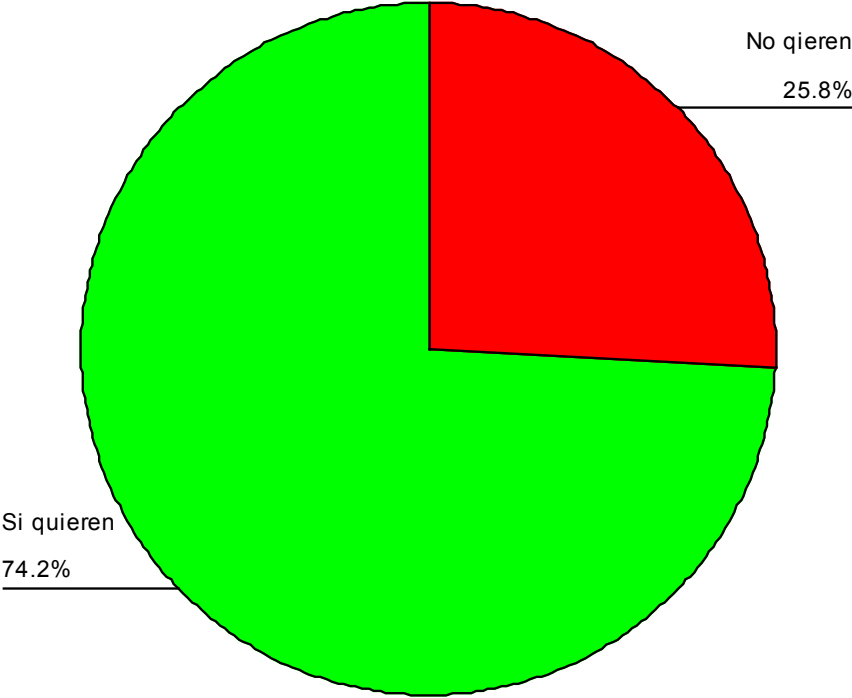
⁶⁵. En el desarrollo de la monografía mencionaba sobre radios comerciales pero considero necesario hacer énfasis para evitar tropiezos futuros con esta tesis-proyecto y es vital la aclaración: La radio comercial constituyen en Nicaragua la mayoría de antenas; estas tienen como fin primordial la ganancia monetaria que le puede generar a la empresa periodística. Desde la visión funcional de la comunicación y la contribución al desarrollo este tipo de radio no propone nada novedoso más que cultura de masas o cultura moderna pre elaborada por la industria de consumo. Este modelo de radio toca cinta, discos o CD únicamente son concurso, farándula, horóscopos, saludos telefónicos con el público. Posee un efecto pasivo y multiplicador hay en su programación una ausencia de la realidad social no profundiza situaciones socioculturales, socioeconómicas de la región, país comunidad u otros; lo único que se siente diferente en su programación son los cambios de voces del locutor que le toca jugar con el micrófono. El modelo de radio comercial se desenvuelve como radio animadora donde se pasa todo el día y parte de la noche haciendo bulla musical y no en busca inquietudes, respuestas a conflictos u otros sentimientos de la audiencia. La radio comercial es un flujo de tiempo de entretenimiento.

Esta radio popular participativa tiene el primordial objetivo educar y evitar el diseño de programas aburridos, faranduleros, o toca discos. Estará permanentemente consultando que quieren: oír, decir o hacer de la radio popular para crear formatos dinámicos con receptividad, y captar oyentes en el dial. La radio popular participativa dará una nueva óptica del desarrollo basado en la participación comunal implicada en una comunicación horizontal entre los y las oyentes de la comunidad étnica donde ellas y ellos discutan, reflexionen, analicen y tomen decisiones sobre proyectos de auto desarrollo comunitario. Este modelo de radio no se basará en la transferencia sino en concentrar sus objetivos en el desarrollo, educación y cultura general de la comunidad con sus retahílas de programas. Surgirá un elemento interesante que es la comunicación comunitaria producto del papel que estará jugando la radio popular participativa dentro y fuera de la comunidad étnica. Los grupos familiares conocerán y se identificarán al descubrir sus propias y principales necesidades.

Con una muestra de doscientos habitantes encuestados en la comunidad indígena de Monimbó como parte de este trabajo investigativo; se describe el nivel de aceptación para desarrollar un proyecto experimental sobre radio popular participativa. Las preguntas de la encuesta se encuentra en anexos de este trabajo investigativo.

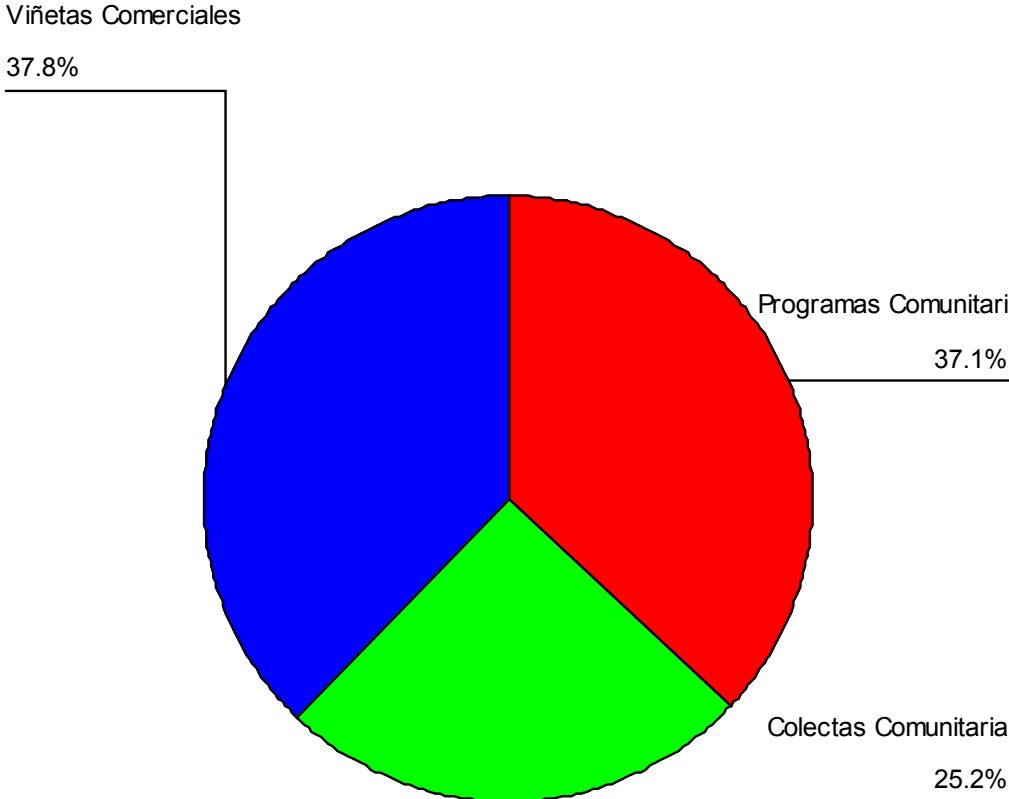
Sección C pregunta 1:

Como parte de esta conclusión; de una pequeña muestra de 200 habitantes encuestados en la gráfica de pastel se refleja que las y los monimboseños consideran necesario una radio que les ayude al desarrollo de la comunidad indígena de Monimbó y la protección étnica de la misma.



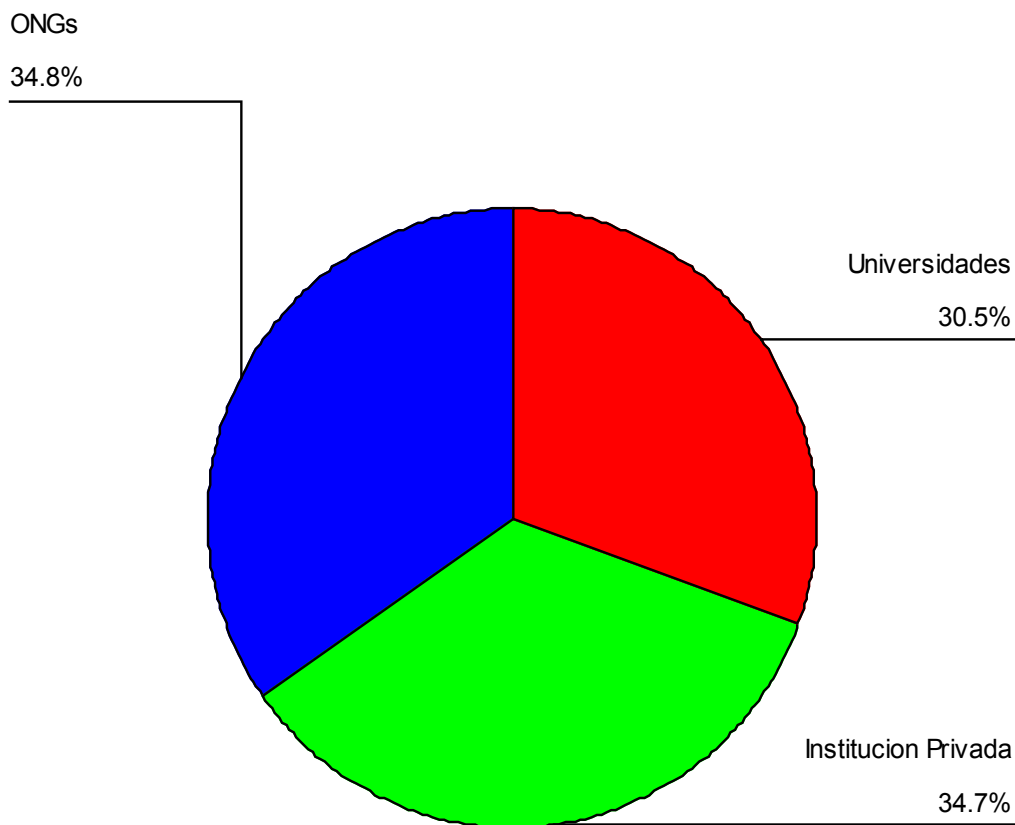
Sección C pregunta 2:

El financiamiento para la Radio Monimbó; en este grafico se refleja las posibles manera de cómo la radio experimental puede obtener financiamiento.



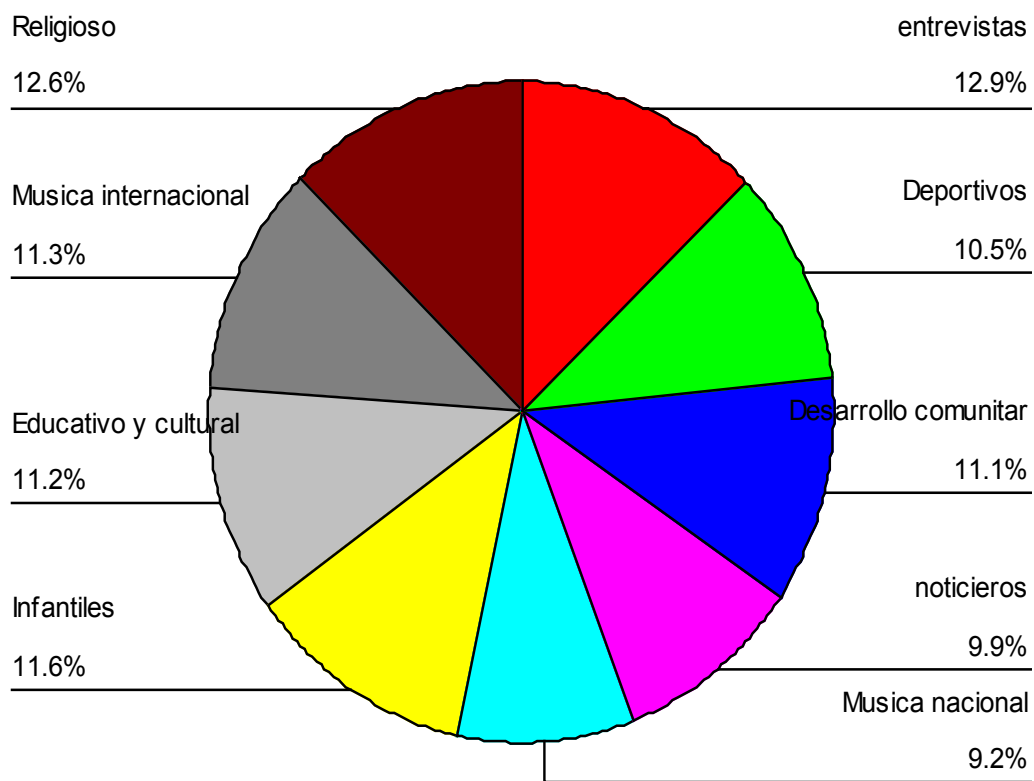
Sección C pregunta 3:

En esta pregunta se les brindó a los 200 encuestados seis alternativas de instituciones que pudiese dirigir la administración de la posible radio Monimbó; entre estas 6 alternativas fueron: ONG, el Estado, Gobierno en función, Institución Privada, Universidades, otros. En el gráfico se refleja que las tres alternativas elegidas por las y los monimboseños. Y la mayoría manifestaron una actitud negativa ante el Estado y el gobierno.



Sección C pregunta 4;

Del 100 % de los encuestados se encontró un gusto variado en la aceptación de una programación para la radio Monimbó.



RECOMENDACIONES

La radio Monimbó en el proceso del quehacer radiofónico es recomendable que:

- La radio popular participativa con sus formatos de hacer comunicación social tiene que fomentar el desarrollo comunitario para las y los Monimbóseños. Está claro que el desarrollo comunal implica el desarrollo de cada núcleo de familia.
- La primera tendencia de la radio popular participativa en su proceso de comunicación "es y son" con las y los pobladores Monimbóseños. Es decir una comunicación de tipo regional con probabilidades a sonar a nivel nacional.
- La radio priorizará el uso del lengua coloquial tanto en sus programas comunales como en sus programas de ambiente musical.
- A como el nombre de la tesis proyecto define la radio participativa: Se tiene que permitir el acceso o integración de las y los oyentes a la programación ya sea que los pobladores necesiten consultar sobre temas a tratar según las necesidades claramente expresadas; difundir la palabra y voz de oyente, ofertarle conocimiento respecto a las problemáticas sociales del país.
- El modelo de esta radio popular participativas tiene que dar un enfoque específico que respete las tradiciones folklóricas o culturales de la comunidad étnica. Tiene que rescatar ese bagaje cultural costumbre y fomentarlas para evitar las pérdida de identidad regional nacional.
- Esta radio no pretenderá ser una emisora aburrida y únicamente bancaria o convertirse en escuela académica sino ser un medio alternativo para la mujer joven, el adolescente, niños, niñas, y para aquellas y aquellos adultos o viejos.

- **La mujer indígena en la radio Monimbó:** La mujer indígena será un punto clave para la radio popular participativa creando programas alternativos donde la mujer se oriente en su vida cotidiana acerca de sus derechos, su salud, preparación académica y el valor objetivo de su mano de obra. La mujer indígena obrera, ama de casa, artesana, académica de Monimbó tiene el acceso libre para hacer el uso correspondiente del medio radiofónico. La radio misma tiene que dar apertura a espacios radiofónicos para que la mujer étnica que por años ha sido marginada se haga sentir en la plataforma de cada institución del Estado y en cada gobierno exigiendo un escaño para poder ser participe de las múltiples actividades de esta sociedad.
- Fomentar a través de los programas radiofónicos la igualdad entre mujeres y hombres y el empoderamiento de la mujer dentro del marco de desarrollo sostenible, en las condiciones económicas, políticas y sociales. El empoderamiento de la mujer en las cooperativas artesanales servirá para aumentar desarrollo y eficacia en los proyectos comunales. El conocimiento de la mujer es necesario para asegurar un desarrollo económico autosostenible.
- Fomentar las practicas de generó a través de los programas radiofónicos. Es recomendable especificar a nivel de políticas radiofónicas en esta empresa de comunicación indicaciones sobre como ejercer el enfoque de generó.
- Fomentar la igualdad entre mujeres y hombres en donde ambos tengan el mismo derecho de los bienes, oportunidades, alcance a los recursos . La igualdad entre ella y el implica en tener las mismas posibilidades y oportunidades en la vida cotidiana.
- La radio tiene que impulsar programas llenos de entretenimiento donde prevalezca la animación lo cual constituye un elemento esencial y positivo para las nuevas prácticas del quehacer radiofónico que implementará la Radio Popular Participativa de Monimbó.

- La radio étnica debe funcionar como soporte de diálogo no un diálogo de teléfonos a teléfono o de cabina a teléfono sino un diálogo normal de emisor (radio popular) a receptores (comunidad indígena) y viceversa como: diálogos fuertemente condicionados, interlocutores separados por distancias o juntos, diálogo que se de al aire libre por la emisora y alguien lo recoja y lo difunda en conversaciones.
- La radio Monimboseña con las exigencias del quehacer periodístico irá convirtiendo una red de comunicación con otras emisoras y otros tipos de medios de comunicación social e institucional.
- Al desarrollarse un proyecto como este e integrar miembros de esta comunidad como corresponsales populares voluntarios; se les debe a estos capacitar para conocer sobre el orbe del periodismo radiofónico; capacitación en redacción básica de la noticia para que luego ellas y ellos alimentaban la emisora con hechos noticiosos de la localidad.
- La radio Monimboseña tiene que ser un puente o canal al servicio de las mayorías desposeídas permitiendo desde su estructura comunicacional que esta concebida.
- La radio popular participativa es para las y los Monimbóseños; es un instrumento para manifestar sus alegrías, tristezas, triunfos, derrotas, costumbres, hábitos.
- Al ejecutarse el proyecto experimental de la radio étnica popular participativa Monimbó es vital la aplicación de los modelos de comunicación que se encuentra definidos en el **Marco teórico referencial** de este trabajo monográfico desde la pagina 12 hasta la pagina 34. Este marco teórico es el péndulo de ejecución y perfil comunicacional de la radio misma.
- Las y los que manipulen este medio tienen que lograr la globalidad de la emisora, participativa para que halla unidad, coherencia, factibilidad comunicacional.

BIBLIOGRAFIA

I. Bibliografía consultada sobre teoría en Comunicación Social

1. Fernández, Collado. Carlos. La comunicación en las organizaciones Comunicación en la administración. México, editorial Trillas, 1991. 368p.
2. Mlinkoff, Ramón V. La estructura de la organización. Organogramas. Venezuela. Contexto Editorial. 1986. 220p.
3. Barbero, Martín Gessos. De los médios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. México, 3ra. ed. 1993/ Editorial Gustavo Gilí, S.A. Barcelona. 300p.
4. Moragas, M. de. Sociología de la Comunicación de masas. Escuelas y autores (mas-medios). Barcelona.1985. Editorial Gustavo Gilí, s.a. 207p.
5. Pasquali, Antonio. Comunicación y culturas de masas, Venezuela, 1980. 1a. ed. en M.A. 1972. (6ta. Ed. 1990) editorial: Monte Ávila Editores. 611p.
6. Fontcuberta, Mar de. J.L. Gómez Mompart. Alternativas en comunicación (criticas de experiencia y teorías).España, 1983. ed. Mitre, 141p.
7. Festa, Regina. Otros. Comunicación Popular y Alternativa. Argentina; 1986. Ediciones Paulinas. 191p.
8. Kaplun, Mario, El comunicador popular. Quito, 1a. ed. 1985, (2da. Ed. 1987). Editorial Humanista (Buenos Aires). 263p.
9. Thayer, Lee. Comunicación y sistemas de comunicación: en las organizaciones, en la gestión directa y en las relaciones interpersonales. Barcelona, 1a. ed. 1975, ediciones Península. 447p.
10. Enzensberger, Hansa Magnus. Elementos para una teoría de los medios de comunicación, Barcelona, 1984. (1a. ed. 1972, 4ta.ed.1984). Editorial Anagrama. 75p.
11. Barbero, Martín J, Comunicación masiva: discurso y poder. Quito Ecuador, 1978. Editorial Época. 249p.
12. Prieto, Daniel. Elementos para el analisis de mensajes. Costa Rica, 1987; Editorial Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa. 189p.
13. Robín, Stephen P. Comportamiento Organizacional. Conceptos, controversias y aplicaciones. México, 1993. 3ra. ed. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, s.a. 56p. Autores varios, Políticas nacionales de comunicación. Ecuador. 1a. Ed. 1981. Editorial Época. 603p.
15. Granados, Chapa, Miguel Angel. Comunicación y Política. México 1a. ed. 1986;

Editorial Océano. 187p.

16. Margah, Mario. Ensayo: La cultura popular. México, editado 1992, ed. Premia. 44p.

II. Bibliografía consultada sobre teoría de radiodifusión

1. Curiel, Fernando. La estructura radiofónica. Manuales para guiones. 1a. ed. México, 1990. 123p.
2. Emilio, Prado. Estructura de la información radiofónica.(texto de periodismo)/. España, ed. Mitre. 1985. 106p.
3. Collin, Claude. La radio como instrumento de participación social y política. Radio Poder. México. 1983; 1a.ed. Folios Editorial. S.A.
4. Barba Montalvillo, Roberto. Radio: Redacción y guiones. Bilbao, Universidad del país vasco; servicio editorial; 1992. 194p.
5. Kaplun, Mario. /Producción de programas de radio/. El guión, la redacción. 1a. ed.1978; Colección Intiyan; ediciones CIESPAL.
6. Mayo, Nuñez. Oscar. La radio sin frontera: radiodifusión exterior y comunicación de masas/. España, 1990. ed. universidad de Navarra S. A. Pamplona; 468p.
7. López, Vigil. José Ignacio. Las mil unas histroias de radio venceremos. El Salvador, 1993. 1a. ed. 1991(5a.ed. 1993); UCA. Editores 546p.
8. Bassets, Luís. De las ondas rojas a las radios libres/. Barcelona, 1981. Editorial Gustavo Gilí, s.a.; 277p.
9. Michel, Guillermo. Para leer los medios: prensa, radio, cine y televisión/. México, ed. Trillas, 1995. 2da. Ed. (reimp1997); 248p.
10. Guevara, Frank. La locución técnica y practica/. Santiago de Cuba; 1984. Editorial Oriental; 247p.
11. Doelker, Christian. La realidad manipulada/. Radio, Televisión, Cine, Prensa. Barcelona, 1982. Editorial Gustavo Gilí, s.a. 212p.
12. Ruiz, Martinez Gilberto. Manuales de producción radiofónica. Manual: funcionamiento técnico de la radio; Manual: formatos radiofónicos. Nicaragua, Managua. 1996.
13. Abadía, José Martín. Introducción a la tecnología audiovisual/ televisión, vídeo, radio. Editorial Paidós. 1a. ed. 1988. 233p.

III. Bibliografía consultada sobre manuales de investigación

1. Waanders, Markus. Guía para los trabajos de monografía en periodismo. Nicaragua, Mngu. 1990. Ed. UCA. Escuela de Periodismo 72p.
2. Hernández, Cazares Laura, Técnicas Actuales de Investigación documental. México: ed, Trillas UAM. 1990. 194P.s

3. Ramírez, Méndez, Ignacio y Otros. EL Protocolo de Investigación: lineamientos para su elaboración y análisis. México: Ed. Trillas. 1990(riem. 1997), 2da. Ed., 210p.
4. Briones, Guillermo./ Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales . 2da. ed., México: editorial Trillas. 1990(riem 1992). 291p.
5. Eco, Umberto. Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura. España, 1977. Ed., Gedisa, S.A. (1a. ed.) 265p.
6. Membreño, Marcos; Martínez, Telma. Censo a Monimbó, Masaya Centro de Investigación Nitlapan. Mngua. Nicaragua 1994 UCA.

IV. Bibliografía consultada de Monografías

1. Guerreño Soriano. Lola. Masaya Monografía. Mng. Nicaragua. 1965, 182p.
2. Jarquin, Sáenz. Alberto. La comunicación participativa en radio venceremos. Nicaragua, UCA. 1991 56p.
3. Medina, Fabián. Historia y diagnostico actual de la infraestructura de los medios masivos de comunicación en Nicaragua (1930-1992). Universidad Centroamericana; 1993, 50P.
4. Olivas, Olivas, Adolfo. Los corresponsales populares como práctica de la comunicación popular. Nicaragua, Mnga. 1991. UCA.
5. Montana, Ligia Ivette. El reflejó de la ética periodística en "Sin Frontera". Nicaragua, Mnga. 1992, UCA.
6. Tero, Gutiérrez, Francisco. Radio 13 de octubre: la participación activa dentro del proceso de desarrollo de la zona especial III Río San Juan (1987- 1988). Nicaragua, Menga. 1988. UCA.

V. Bibliografía consultada sobre otras fuentes

1. Wheelock, Román. Jaime. Raíces Indígenas de la Lucha Anticolonialista en Nicaragua (1523- 1881). España. Siglo XXI editores, 1974. 119p.
2. Lange, Oscar. Economía Política II. México, 1982. (1ra. Ed. 1968), editorial Fondo Cultural Económico. 262p.
3. Arancibia, Ortega Francisco. Cuarenta anos (1838-1887) de historia de Nicaragua. La Prensa Literaria; Diario La Prensa. Nicaragua 11 de Marzo 1987.
4. Salvatierra, Sofonías. Alzamiento de Masaya. La Prensa Literaria; Diario La Prensa. 11 de Marzo 1978.
5. Hernández, Peña Enrique. Panorama Masayense. Nicaragua; ed. San José. 1957.

ANEXOS

Hoja de encuesta
UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Objetivos:

1. Investigar las posibilidades socioeconómicas para fundar una radio popular participativa dentro de la Comunidad Étnica de Monimbó - Masaya.
2. Investigar las características sociales y culturales de la Comunidad Étnica las cuales serán la base para crear el proyecto Radio.
3. Describir un estudio teórico para saber la factibilidad de una radio popular participativa para las y los Monimboseños.

1. Datos generales.

1. Edad: 16- 20 ___ 21-24 ___ 25-29 ___ 6-40 ___ 41-50 ___
2. Sexo: Mujer ___ Hombre ___
3. Ocupación actual ___
4. Donde trabaja _____

Sección A:

2. Problemas económicos y sociales en la comunidad Indígena de Monimbó

1. ¿Sabe usted si existen organizaciones que protejan la identidad étnica e intereses sociales, políticos y económicos de la Comunidad Monimboseña? 1. Si ___ 2. No ___

2. Considera usted que deben existir organizaciones u otros entes que protejan y ayuden a esta comunidad. 1. Si ___ 2. No ___

¿Por qué?

3. ¿Cuáles son los principales problemas que tiene la comunidad étnica de Monimbó?

1. Agua potable ___
2. Alcantarillado ___
3. Luz eléctrica ___
4. Centro de Salud ___
5. Escuelas ___
6. Obras públicas ___
7. Delincuencia _____

4. ¿Sabe usted si los medios de comunicación nacionales y los gobiernos se han interesado en la problemática cultural y social de la Comunidad Monimboseña? 1. Si ___ 2. No ___

¿Por qué?

5. ¿Considera usted que las radios de la ciudad de Masaya y Managua tienen en su agenda de divulgación de actividades socio-culturales de la comunidad étnica de Monimbó?

1. Si ___ 2. No ___

¿Porque?

6. ¿Sabe usted si existe una estructura social un tipo de organización líder a lo interno de la comunidad étnica, como: consejo de ancianos, comité étnico, grupo de amigas/os, club?

Sección B

3. Principales fuentes de entretenimiento para las y los Monimboseños

1. ¿Cuales son las maneras de distracción en la comunidad étnica Monimbó?

1. Discoteca ____
2. Bares y restaurantes ____
3. Fiestas populares ____
4. Televisión ____
5. Deportes ____
6. Cultos religiosos ____
7. Cybercafé ____

2. ¿Cuales son los medios de comunicación que usted hace uso en sus tiempos libres?

1. Televisión ____
2. Periódicos ____
3. Semanarios ____
4. Revista ____
5. Radios ____
6. Boletines ____
7. Libros ____
8. Internet ____

¿Por qué?

3. ¿Qué medio de comunicación considera usted factible para abordar las necesidades, problemáticas y promover las actividades culturales de la comunidad; y que pueda impulsar el desarrollo comunitario para las y los monimboseños?

1. Televisión ____
2. Radio ____
3. Periódicos ____
5. Revistas ____
6. Periódico Semanario ____

¿Porque?

4. Al impulsarse un proyecto de Radio en la comunicad de Monimbó. ¿De que manera le gustaría participar para el montaje y desarrollo de este medio de comunicación social?

1. Impulsar actividades sociales para recaudar fondos ____
2. Participar como comunicador popular voluntario ____
3. Participar como locutor voluntario ____
4. Participar como narrador ____
5. Participar como actor y escritor ____

Sección C

4. Interpretación de radio en la comunidad étnica de Monimbó

1. ¿Considera usted necesario una radio en Monimbó? 1. Si ____ 2. No ____

¿Porque?

2. Podría sugerir Usted ¿como puede LA Radio Monimbó obtener financiamiento?

1. Venta de espacios para programas comunitarios ____
2. Venta de espacio para viñetas comerciales ____
3. Colectas monetarias periódicas en la comunidad ____

3. Considera Usted que una vez fundada la radio Monimbó fuese administrada por:
1. Organismo No Gubernamentales _____
 2. El Estado _____
 3. Gobierno en función _____
 4. Institución Privada _____
 5. Universidades _____
- ¿Por qué? _____

4. ¿Qué tipos de programas le gustaría escuchar en la Radio Monimboseña?

1. Entrevistas _____
2. Programas Deportivos _____
3. Programas de desarrollo Comunitario _____
4. Noticieros _____
5. Programa de Música Nacional _____
6. Programa infantiles _____
7. Programa Educativo y Culturales _____
8. Programa de Música Internacional _____
9. Programa Religioso _____