

Radio comunitaria en Cuba: una propuesta para el cambio

Onelio Castillo Corderí, Yamile Obdulia Haber Guerra

Question/Cuestión, Nro.80, Vol.3, Abril 2025

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

ICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e968>

Radio comunitaria en Cuba: una propuesta para el cambio

Community radio in Cuba: a proposal for change

Onelio Castillo Corderí

Vicepresidente primero. Instituto de Información y Comunicación Social
Cuba

occorderi@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9496-258X>

Yamile Obdulia Haber Guerra

Universidad de Oriente
Cuba

yamienven@gmail.com

Resumen

La participación se ha convertido en un imperativo del discurso sonoro. Se erige como principio de la gestión de sus 74 emisoras municipales cubanas, en un contexto signado por la aprobación de la Ley de Comunicación Social. Se trata de incentivar y materializar la



participación de las audiencias desde las más diversas perspectivas, a partir de una transformación editorial, en la creación de contenidos y en la programación. Entre los factores que limitan esta participación se incluyen un marco institucional rígido, prácticas comunicacionales unidireccionales y la persistencia de enfoques obsoletos en la planificación, organización y realización de la producción. La presente aproximación sintetiza consideraciones de una investigación en curso sobre la participación de las audiencias en la radio municipal cubana, que ha explorado la evidencia empírica, comportamientos, modos de creación, contenidos a partir de métodos y técnicas de los estudios comunicológicos y en el campo de la administración pública. Se propone estrategias que abarcan la elevación de la cultura comunicacional, la capacitación de los profesionales de la radio y la actualización de los procesos editoriales y de gestión.

Abstract

Participation is crucial in community radio, particularly within the framework of Cuba's 74 municipal radio stations following the enactment of the Law of Social Communication. This law aims to foster audience involvement from various perspectives, emphasizing a transformative editorial approach in content creation and programming. However, challenges such as a rigid institutional structure, one-way communication practices, and outdated production methods hinder effective participation. Current research on audience engagement in Cuban municipal radio highlights the need for active citizen involvement in shaping social, cultural, and political narratives. The proposed strategies focus on enhancing communication culture, training radio professionals, and modernizing editorial and management processes. These initiatives aim to empower citizens to influence content selection and decision-making processes within radio production. The Law of Social Communication establishes a legal framework that promotes pluralism and respect for human rights in media. It encourages citizen participation in communication processes, aiming to create a more informed and engaged public. By addressing these challenges and implementing effective strategies, community radio can become a powerful tool for social change, fostering active citizenship and enhancing the overall quality of public discourse in Cuba.

Palabras clave: Participación; Radio Comunitaria; Audiencia; Comunicación; Transformación.

Key Words: Participation; Community radio; Audience; Communication; Transformation

Introducción

La radio en Cuba ha sido, desde su aparición en 1922, un medio de comunicación con una impronta inestimable en la vida política, ideológica, social y cultural del país. Durante décadas, tal y como ha acontecido a nivel internacional, cada encrucijada tecnológica la ha obligado a transitar por otros derroteros sin ceder un ápice de compromiso con su audiencia.

En el momento actual, en un contexto de tantas, resulta impostergable redefinir y fortalecer la participación en la radio municipal cubana. Si antaño el universo sonoro nucleaba en torno a sí grandes grupos de personas, indeterminados y generalmente condenados a un rol pasivo, la nueva radio presupone un nuevo público, que al decir de Ballesteros y Martínez (2021) es más activo, más creativo y más participante, *“generando un quiebre paradigmático que transforma el receptor en productor de contenido”*

El objetivo general de esta ponencia busca establecer coordenadas básicas que incentiven la participación de las audiencias en la radio municipal cubana. Para lograrlo, se plantean tres objetivos específicos: en primer lugar, identificar los referentes teóricos predominantes que sustentan las prácticas participativas de las audiencias en la radio comunitaria a nivel internacional. Esto permitirá establecer un marco conceptual que guíe las acciones propuestas.

En segundo lugar, se persigue determinar los principales factores externos e internos que condicionan las actuales prácticas participativas de las audiencias en la radio municipal cubana. Comprender estos factores es crucial para diseñar estrategias efectivas que fomenten la participación (Sosa y Martínez, 2017).

Por último, se propone diseñar un sistema de acciones que, a partir de las coordenadas básicas establecidas, favorezca la transformación de las prácticas participativas de las audiencias en la radio municipal cubana. Este enfoque no solo busca mejorar la interacción

entre la radio y sus oyentes, sino también fortalecer el papel de la radio como un medio de comunicación que refleje y responda a las realidades y necesidades de la comunidad.

Uno de los antecedentes de este trabajo es el estudio de las catedráticas cubanas Ana Teresa Badia Valdés y Zenaida Costales Pérez (2016), quienes han sistematizado investigaciones sobre el consumo de la radio en Cuba. En su análisis, se observa que la audiencia cubana experimenta un proceso de transformación que va desde la emisión hasta la recepción. Sus hallazgos indican que, si bien existen similitudes con tendencias internacionales, también trasciende la necesidad de que la radio cubana replantee su programación y renueve el discurso para reconquistar a sus públicos.

Además, se ha reconocido el papel crucial de la radio en situaciones de crisis, como se evidenció durante el azote de la pandemia de COVID-19 (Fonseca, 2020) o en sucesivas contingencias de fenómenos naturales, sobre todo ciclones tropicales que han golpeado el territorio nacional. En esas circunstancias, la radio cubana ha demostrado su capacidad y resiliencia para dar un vuelco a su programación y contenidos, multiplicar su inmediatez y asumir un liderazgo comunicativo incuestionable en función de satisfacer las expectativas de información y orientación de sus audiencias.

Estos enunciados subrayan la relevancia de investigar y fomentar la participación de las audiencias en la radio municipal cubana, con el fin de afianzar su papel como medio de comunicación comunitario y de servicio público. La necesidad de un enfoque más inclusivo y participativo se convierte en un imperativo para garantizar la pertinencia y el impacto social de la radio en la vida de cubanas y cubanos.

Así, esta ponencia se presenta como un espacio de reflexividad sobre el valor de la participación de las audiencias en la radio, promoviendo un modelo más inclusivo y dinámico que potencie el impacto social de este medio en Cuba.

Desarrollo

I- Radio: Discurso, Programa y Programación

A su sempiterno e inquebrantable don de transmitir información, la radio adiciona su versatilidad para educar, entretener, emocionar, movilizar, acompañar. Desde su dimensión

comunicativa, se empina como un medio generoso, cálido, potente, que permite a las mujeres y a los hombres que trabajan en él tocar fibras, sacudir conciencias (Aristegui, 2014).

En su cotidianidad, la radio se distingue por los modos tan particulares en que construye y articula su discurso, así como por la estructura de sus programas y la programación que ofrece. Estos elementos son fundamentales para entender cómo la radio puede incentivar la participación de las audiencias y adaptarse a sus necesidades, sin renunciar a ese sello que lo identifica como “el medio colectivo que menos lo parece, el más aparentemente personal y el que mejor puede reproducir una relación interpersonal en programas culturales y educativos en los que una sociedad en desarrollo es protagonista” (Moreno, 2012).

1.1 Discurso Radiofónico

El discurso radiofónico, en tanto conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, se articula como una “sucesión ordenada, continua y sintagmática” (Balsebre, 1994), mediante la cual se presentan los contenidos y se establece la comunicación con la audiencia.

Como requisito, el discurso radiofónico debe ser inclusivo, accesible y relevante, lo que implica un uso consciente del lenguaje y una atención a las temáticas que interesan a la comunidad. En el universo de las emisoras municipales cubanas, diseminadas por todas las provincias del país, precisa reflejar la diversidad cultural y social de cada territorio y el país, con el abordaje de temas que van desde la identidad local hasta problemáticas nacionales.

La construcción de un discurso participativo es esencial para fomentar la interacción con la audiencia y fomentar en ella la convicción de que forma parte activa del proceso comunicativo.

1.2 Programa

Cada programa, en su diseño y concepción creativa, apuesta a cumplir determinados objetivos y funciones. En el Sistema de la Radio Cubana, las bases teórico-metodológicas vigentes reconocen cuatro grupos de programas: informativos, variados, escenificados y musicales, donde se insertan una amplia gama de géneros y formatos.

Un programa correctamente estructurado debe tener en cuenta las características de la audiencia a la que se dirige, así como los intereses y preocupaciones de la comunidad. Esto



implica una investigación previa sobre las preferencias del público y una adaptación constante de los contenidos para mantener su relevancia. La participación deviene piedra angular para enriquecer la propuesta radiofónica y sostener vivo el nexo con la audiencia.

1.3 Programación

La programación se refiere a la organización y distribución de los diferentes programas que integran la propuesta de la emisora, sea generalista o especializada. Una programación efectiva debe considerar no solo la variedad de contenidos, sino también los horarios de mayor audiencia. En el caso de la radio municipal cubana resulta esencial que la programación refleje las necesidades y ritmos de vida de la comunidad, a partir de la generación y socialización de contenidos accesibles y pertinentes, entroncados con la realidad y las demandas comunicativas de sus públicos.

Además, la programación debe ser flexible y capaz de adaptarse a situaciones cambiantes, como eventos locales de suma trascendencia o contingencias. La inclusión de espacios especiales para la participación de la audiencia, como programas en vivo donde los oyentes puedan llamar y expresar sus opiniones, puede ser una estrategia efectiva para fomentar la interacción y el compromiso.

El discurso, el programa y la programación son elementos interrelacionados que desempeñan un papel crucial en la radio municipal cubana. Al adoptar un enfoque participativo en estos aspectos, la radio no solo puede mejorar su conexión con la audiencia, sino también convertirse en un vehículo para el desarrollo comunitario y la expresión ciudadana. Fomentar la participación de las audiencias en estos niveles es un paso fundamental hacia la transformación de la radio en un medio más inclusivo y representativo de la realidad cubana.

II- Lo más importante: las audiencias

Las audiencias son el corazón de la radio, y su influencia en la programación y el discurso radial es un aspecto fundamental que merece atención. Cuando se habla de audiencias, muchos investigadores coinciden en apuntar que se trata del conjunto de destinatarios potenciales y reales a los que se dirige la emisora con su programación.

De acuerdo con la noción ya clásica de Guillermo Orozco (1997) hay diferentes criterios de segmentación de las audiencias: la edad, el género, el lugar de residencia, el estrato socioeconómico, el nivel educativo y, por supuesto, las preferencias programáticas y las situaciones concretas de recepción. En su opinión, las audiencias no nacen, se hacen.

Estudios realizados en la última década corroboran que, aun cuando se mantiene como un medio de amplia penetración social en el país, principalmente con la propuesta de sus emisoras municipales, la recepción y preferencia de la Radio Cubana tiende a disminuir, al tiempo que se observa en las audiencias señales crecientes de fragmentación y segmentación.

Otros entendidos como María Cristina Mata (1988 y 2002) resalta la importancia de la construcción del sentido en el discurso radiofónico. Mata sostiene que la radio tiene el poder de crear identidades y significados culturales, lo que refuerza la necesidad de que las emisoras consideren las voces y experiencias de sus audiencias en su programación. La inclusión de espacios para la participación activa de los oyentes puede enriquecer el contenido y fortalecer la conexión emocional entre la radio y la comunidad.

En las audiencias la radio tiene su horcón y razón de ser. A través de plataformas analógicas o por las diferentes salidas vía digital, fomentar su participación y considerar sus necesidades y preferencias en la programación conduce a vertebrar una radio más inclusiva, legitimada y democrática, que debe constantemente sus atributos para vehicular el progreso material y espiritual de la comunidad y la nación.

III- La comunidad y su radio

El recorrido histórico del término comunidad es tan abundante como la propia existencia del ser humano. Desde Ander-Egg (1988), la comunidad se reconoce como un conjunto de relaciones sociales, donde están presentes la influencia de factores físicos y aspectos psicológicos que se conectan con el sentimiento y la conciencia de pertenencia.

Al asumir la comunidad en su condición de equivalente o sinónimo de sociedad, su dimensión es más que una localidad y no puede apresarse –por tanto– en un espacio geográfico. En su configuración se acrisolan componentes económicos, políticos, ideológicos, sociológicos y culturales, que determinan en cada contexto las relaciones entre los individuos y la conciencia de sí como comunidad.

Al amparo de tales fundamentos teóricos, si se habla de lo comunitario se evoca lo común, que también se construye pues no siempre está dado antes (Kaplún, 2013).

Desde la irrupción de Radio Sutatenza (Colombia) y las radios mineras bolivianas en la década de los años 40 del pasado siglo, América Latina ha cultivado una rica tradición en materia de radio comunitaria, también denominada –indistintamente- como radio alternativa, educativa, ciudadana, popular...

En el complejo mundo de interacciones en el que estas radios han surgido y desarrollado sus potencialidades, se va constituyendo una identidad colectiva relacionada con una manera original de concebir las prácticas radiofónicas, a partir del entrecruzamiento de realidades heterogéneas que se articulan en esa forma particular de expresión social (Peppino, 1998).

Independientemente de su tipo de propiedad, composición de la programación, alcance o canales de distribución, en las venas de este tipo de radios palpitan sus audiencias y se reflejan los colores del entorno. De manera esencial, tiene como rasgo característico la prevalencia de un enfoque participativo, que es consustancial a toda su gestión.

4.1 Funciones de la radio comunitaria

Las emisoras comunitarias están diseñadas para erigirse como voz de sus comunidades, una suerte de boca social que conjuga aspiraciones, inquietudes, preocupaciones, soluciones. Según Barranquero (2015) estas radios fueron precursoras de un extenso número de proyectos que reivindicarían, desde entonces, la participación y el diálogo como modo de redistribución del saber/poder, y que se mostrarían muy eficaces en sus luchas por la democracia, los derechos fundamentales o la justicia social.

Para Frances J. Berrigan (1981) hurgar en la temática de las radios comunitarias presupone asociarlas a un modelo de comunicación donde “participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad”.

4.2 Desafíos y oportunidades

La radio comunitaria enfrenta desafíos colosales, que se dibujan en los órdenes político, ideológico, comunicativo, legal y económico. Ante la vertiginosa evolución tecnológica,

acoplarse e integrarse a ese universo veleidoso de las TIC forma parte de la ruta invariable del presente. El empleo de las plataformas digitales y la creación de productos comunicativos de nuevo tipo como los podcasts, ofrecen oportunidades para que la radio comunitaria fidelice a sus audiencias leales y alcance otras más amplias y jóvenes, en sintonía con sus hábitos de consumo e intereses.

La conversación sostenida como parte de esta investigación con realizadores y oyentes de la radio municipal cubana, individualmente o mediante grupos de discusión, indica que este es un terreno aun no transitado con suficiente intencionalidad y con una mirada que, más allá de contenidos, se concentre en gestionar audiencias.

IV- La participación de las audiencias y la radio en la comunidad

La participación activa de las audiencias es fundamental para que la radio comunitaria cumpla su función de ser un medio de comunicación al servicio del desarrollo local y la expresión ciudadana. Según la UNESCO (2003), *la radio comunitaria debe ser un espacio de participación, donde los miembros de la comunidad puedan expresar sus ideas, necesidades y aspiraciones.*

La UNESCO también destaca que *la radio comunitaria debe reflejar la diversidad cultural y lingüística de la comunidad, dando voz a grupos marginados y promoviendo el diálogo intercultural.* Esto implica que la participación de las audiencias debe ser inclusiva y representativa, asegurando que todas las voces de la comunidad tengan la oportunidad de ser escuchadas.

Pero la participación no es solo un derecho, sino también una responsabilidad. La UNESCO señala que *los miembros de la comunidad deben apropiarse de la radio y sentirla como suya, participando activamente en su sostenibilidad y desarrollo.* Esto significa que la comunidad debe involucrarse en aspectos como la recaudación de fondos, la capacitación de voluntarios y la toma de decisiones estratégicas.

Al indagar en los nichos teóricos que sustentan la participación en la radio, destacan entre otros los aportes frutos de numerosos años de ejercicio profesional y académico de José I. López Vigil, María Cristina Mata, Rosa María Alfaro, Susana Herrera Damas y Cicilia Krohling Peruzzo.

Desde el prisma de Krohling Peruzzo (2006) la participación en los medios de comunicación comunitaria, radio incluida, tiene cuatro dimensiones tomando como base los posibles niveles de involucramiento de las personas:

- 1.- Participación en los mensajes (nivel más elemental de participación en el cual la persona da una entrevista, pide música, etc.);
- 2.- Participación en la producción de mensajes, materiales y programas (consiste en la elaboración y edición de los contenidos que serán transmitidos);
- 3.- Participación en la planificación (compromiso de las personas en el establecimiento de la política de los medios, en la elaboración de los planes de formatos de vehículos y de programas, en la elaboración de los objetivos y principios de gestión, etc.); y
- 4.- Participación en la gestión (intervención en el proceso de administración y control de un medio de comunicación).

En torno al tema de la participación en la radio comunitaria, muchos autores concuerdan con el punto de vista anteriormente enunciado, en tanto otros se han dedicado a perfilar especificidades que de modo general no desdican la visión de Krohling Peruzzo, como podrá apreciarse seguidamente.

5.1 Participación en la gestión

Este tipo de participación implica que los miembros de la comunidad se involucren en la toma de decisiones sobre la administración de la emisora. Según José Ignacio López Vigil, la participación desde la gestión permite a la comunidad participar en aspectos como la contratación de personal, el mantenimiento de equipos y la sostenibilidad económica de la radio. Este enfoque fomenta una comunicación horizontal y empodera a la comunidad para que asuma un rol activo en la dirección del medio (Mullo López, 2019)

5.2 Participación en la programación de contenidos

La participación en la programación se refiere a la capacidad de la comunidad para influir en los temas que se abordan en la emisora. Esto incluye la elaboración de proyectos comunicacionales y la toma de decisiones sobre las temáticas que se transmitirán. La radio

debe generar estrategias que permitan a la localidad vincularse en la producción y emisión de programas que contribuyan al desarrollo social y la promoción intercultural (ibid)

5.3 Participación en la producción de programas

Los miembros de la comunidad pueden desempeñar roles activos en la producción de contenidos (locutores, reporteros, actores, productores, realizadores de sonidos). Esto no solo incrementa la representación de la comunidad en la radio, sino que también enriquece y diversifica el contenido al incorporar distintas voces, perspectivas editoriales y códigos de creación.

5.4 Participación a través de la interacción

La interacción con la audiencia es fundamental para impulsar la participación. Esto puede incluir llamadas telefónicas, mensajes de texto, y la participación en programas en vivo donde los oyentes pueden expresar sus opiniones y compartir información relevante sobre su comunidad. Las radios comunitarias a menudo organizan eventos, concursos y ferias que promueven la interacción y el compromiso de la audiencia, creando un sentido de pertenencia y comunidad (Mora, 2011; Mullo López, 2019).

Ya en el presente cada una de estas fórmulas tradicionales retroceden o en el mejor de los casos conviven con disímiles variables y canales de participación que se instalan espontáneamente bajo el influjo de las TIC. Móviles, redes sociales, correos electrónicos, grupos de WhatsApp imponen la fuerza telúrica de la modernidad.

5.5 Participación en la evaluación y retroalimentación

La retroalimentación de la audiencia es esencial para mejorar la programación y la gestión de la emisora. Las radios comunitarias deben establecer canales para que los oyentes puedan expresar sus opiniones sobre los contenidos y la dirección de la emisora. Esto no solo ayuda a ajustar la programación a las necesidades de la comunidad, sino que también fortalece la relación entre la radio y sus oyentes, haciendo que la emisora sea más receptiva y adaptativa a los cambios en la comunidad.

La participación de las audiencias en la radio comunitaria es multifacética y esencial para su sostenibilidad y relevancia. Al involucrar a la comunidad en la gestión, programación,

producción, interacción y evaluación, las emisoras pueden convertirse en verdaderos espacios de diálogo y expresión que reflejan las realidades y aspiraciones de su entorno. Esto no solo fortalece la democracia comunicativa, sino que también promueve sentido de pertenencia y cohesión social en la comunidad.

VI- Sobre la participación de las audiencias en la radio municipal cubana

6.1 Fortalezas de la radio desde la comunidad

6.1.1 Derecho a la comunicación

Una de las principales fortalezas de la radio comunitaria es su enfoque en la comunicación como un derecho humano básico. Según la UNESCO, la radio comunitaria debe ser un espacio donde los miembros de la comunidad puedan expresar sus ideas, necesidades y aspiraciones.

En línea con tal postulado, la Ley de Comunicación Social de Cuba (2023) reconoce el derecho ciudadano a la información, la comunicación y el conocimiento, así como la necesidad de fortalecer la cultura del diálogo y el consenso en la sociedad.

6.1.2 Reflejo de realidades locales

Las emisoras comunitarias están diseñadas para reflejar las realidades y necesidades específicas de sus comunidades. Esto se traduce en una programación que aborda temas locales y que es relevante para la audiencia. Como se menciona en el contexto de las radios comunitarias en América Latina, estas emisoras "pelean por el derecho a la comunicación a lo largo y ancho del país", lo que les permite dar visibilidad a problemas y temas que no son tratados por los medios hegemónicos (Retamar, 2022).

6.1.3 Educación y Formación

La radio comunitaria también desempeña un papel educativo, mediante programas que informan y orientan a la población sobre diversos temas. Esto es especialmente importante en contextos donde el acceso a la educación formal puede ser limitado. Las emisoras pueden organizar talleres, programas de capacitación y eventos comunitarios que amplían el aprendizaje y desarrollan habilidades mediático-informacionales entre los oyentes.

6.1.4 Flexibilidad y Adaptación

La capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes de la comunidad es otra virtud clave. Las emisoras comunitarias pueden ajustar su programación y enfoque en función de los intereses y preocupaciones de su audiencia. Esto les permite ser relevantes y efectivas en su misión de servir a la comunidad, incluso en un entorno mediático en constante evolución, que en la mayoría de los casos es hostil al quehacer de estos medios.

6.1.5 Construcción de identidades y solidaridad

La radio comunitaria contribuye a la construcción de identidades locales y a la promoción de la solidaridad entre los miembros de la comunidad. Al dar voz a diferentes grupos y perspectivas, la radio ayuda a fortalecer el tejido social y a fomentar un sentido de comunidad. Esto es particularmente importante en contextos donde las identidades pueden estar en riesgo de ser erosionadas por influencias externas o por la homogeneización cultural.

6.2 ¿Me dejan participar?

Las 74 emisoras municipales cubanas en su conjunto emiten anualmente más de 300 mil horas de transmisión, que representan más del 56 % del total que pone en antena todo el Sistema de la Radio Cubana. A su vez, son responsables de unos mil 900 espacios, cifra que cubre más del 60 % de toda la producción nacional del medio.

Los índices anteriormente referenciados ratifican una certeza: el núcleo radiofónico nacional se encuentra en el municipio. De ahí la trascendencia de orientar estudios e indagaciones teórico-prácticas hacia este universo y diseñar propuestas encaminadas a elevar la eficacia y la eficiencia de la gestión de las estaciones radiales allí enclavadas, cuya vocación es comunitaria.

Como expresión de ese interés, la presente aproximación sintetiza resultados de una investigación en curso sobre la participación de las audiencias en la radio municipal cubana, que ha explorado visiones de trabajo, comportamientos, modos de creación, contenidos y otros elementos afines al funcionamiento de estos medios, a partir de métodos y técnicos propios de la investigación cualitativa empleados en estudios comunicológicos y en el campo de la administración pública.

VII- Una propuesta para el cambio: la radio de la gente en Cuba.

Coordenadas para innovar

7.1 Cultura comunicacional

La cultura comunicacional se refiere a las normas, valores y prácticas que rigen la comunicación dentro de una comunidad. En el contexto de la radio municipal cubana, apostar a una cultura comunicacional inclusiva y participativa es esencial. Esto implica que las emisoras deben ser vistas como espacios donde se promueve el diálogo y la retroalimentación. Al reconocer la importancia de la audiencia como parte activa del proceso comunicativo, se pueden diseñar programas que reflejen las necesidades y preocupaciones locales, enriqueciendo así el contenido y la relevancia de la radio en la comunidad.

7.2 Competencias e ideologías profesionales

Las competencias e ideologías profesionales de los comunicadores son cruciales para la innovación en la radio. Los profesionales deben estar capacitados no solo en técnicas de producción y edición, sino también en la comprensión de las dinámicas sociales y culturales de sus comunidades. Esto incluye habilidades para interactuar con la audiencia, recoger sus opiniones y adaptarse a sus demandas. La formación continua y el intercambio de experiencias entre profesionales son esenciales para desarrollar una radio que sea verdaderamente representativa y participativa.

7.3 Procesos editoriales y de producción en función de la participación

Los procesos editoriales y de producción deben estar diseñados para facilitar la participación de la audiencia. Esto implica crear espacios donde los oyentes puedan contribuir con ideas, sugerencias y contenido. La implementación de formatos interactivos, como programas en vivo donde se invite a la audiencia a participar, puede ser una estrategia efectiva. Además, la flexibilidad en la programación permite que las emisoras respondan rápidamente a los intereses emergentes de la comunidad, lo que se ha evidenciado en la reorganización de la programación durante la pandemia, priorizando formatos que fomenten el diálogo y la interacción.

7.4 Prácticas participativas actualizadas



Las prácticas participativas deben ser constantemente actualizadas para adaptarse a las nuevas tecnologías y a las expectativas de las audiencias. Esto incluye el uso de plataformas digitales y redes sociales para ampliar el alcance de la radio y facilitar la interacción con los oyentes. La radio cubana ha comenzado a incorporar podcasts y otros formatos digitales para atraer a audiencias más jóvenes y diversificadas. La necesidad de una radio más interactiva y participativa es un llamado a innovar en las formas de conexión con la audiencia, utilizando herramientas contemporáneas para fomentar la participación.

7.5. Radio participativa para transformar la comunidad

Los paradigmas conceptuales y modelos de gestión que sustentan la radio comunitaria se pueden cruzar con la praxis emancipadora que debe vertebrar la propuesta teórica de comunicación para el cambio social, definida esta por aspectos centrales que se inscriben en la participación democrática, la horizontalidad de las decisiones, la valorización de las identidades y la cultura y las relaciones dialógicas (Gumucio-Dagron, 2014).

Ello explica por qué la radio participativa tiene el potencial de ser un motor de transformación social en la comunidad. Al empoderar a sus audiencias y darles voz en la producción de contenidos, la radio puede abordar problemáticas locales de manera efectiva y contribuir al progreso integral comunitario, responsabilidad que dentro del Sistema de la Radio Cubana corresponde por antonomasia a sus 74 emisoras municipales.

A tenor de lo refrendado en la Ley de Comunicación Social cubana (2023), los medios fundamentales de comunicación social en el país -dentro de los cuales la radio ocupa un sitio de privilegio- están llamados a garantizar su carácter público, estimular la participación popular en el desarrollo económico, social y cultural del país, visibilizar el ejercicio de la democracia socialista, afianzar los valores y la identidad de la nación, así como movilizar la acción social para la defensa de los intereses del pueblo.

Conclusiones

En el contexto actual de Cuba, marcado por desafíos económicos, sociales y culturales, la radio municipal se presenta como un medio clave para articular el consenso y la unidad nacional. Este estudio se ha enfocado en identificar y proponer soluciones a las problemáticas que enfrenta la radio municipal, a partir de los siguientes hallazgos:

1. Referentes teóricos de la participación: Se ha evidenciado que las prácticas participativas en la radio comunitaria internacional se sustentan en un modelo de comunicación dialógica, donde los ciudadanos se convierten en agentes activos. Este enfoque destaca la importancia de la audiencia no solo como receptora, sino como co-creadora de contenido, lo que contrasta con las prácticas actuales en la radio municipal cubana, donde existen brechas significativas que deben ser abordadas para fomentar un cambio efectivo.

2. Factores condicionantes: Los factores internos y externos que limitan la participación de las audiencias en la radio municipal cubana incluyen el marco institucional y regulatorio, la gestión de recursos humanos, y la planificación y organización de la producción radiofónica. La predominancia de un modelo comunicacional unidireccional y la falta de inmediatez en el discurso son barreras que deben ser superadas para mejorar la interacción con la audiencia.

3. Pautas estratégicas para la innovación: Para transformar la situación actual, se proponen cinco coordenadas estratégicas:

- Fomentar una cultura ciudadana que valore y redimensione la participación de las audiencias en las emisoras municipales cubanas.
- Capacitar a los profesionales de la radio en enfoques participativos y en la comprensión de las dinámicas comunitarias.
- Rediseñar los procesos editoriales y de producción radiofónica, en pos de insertar de modo natural y sustantivo a las audiencias en la creación de contenidos y otros procesos relacionados con la gestión del medio.
- Incorporar formatos y tecnologías que faciliten la interacción y el feedback de los oyentes.
- Enfatizar en el papel de la radio como un agente de cambio social que promueve el ascenso material, el bienestar colectivo y el capital simbólico de la comunidad.

Referencias bibliográficas

ALER. (2023). Ecos de igualdad: La radio, un altavoz para el desarrollo social. Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular. Recuperado de

<https://aler.org/aler-construye-una-participacion-ciudadana-y-popular-a-traves-de-las-radios-comunitarias/>

ALER. (2024). Construyendo ciudadanía a través de las radios comunitarias. Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular. Recuperado de <https://aler.org/aler-construye-una-participacion-ciudadana-y-popular-a-traves-de-las-radios-comunitarias/>

Aristegui, C. (2014). Entrevista con motivo del Día Mundial de la Radio. Radio ONU. <https://news.un.org/es/story/2014/02/1294281>

Badía Valdés, A. T., & Costales Pérez, Z. (2015). La audiencia radiofónica cubana en un contexto de cambios. Razón y Palabra, 20(1_92), 321–344. Recuperado de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/79>

Ballesteros López, T., & Martínez Matías, G. (Coords.). (2019). ¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro. Ediciones CIESPAL.

Barquero Cornelio, F. J. (2022). La radio como elemento integrador en el desarrollo social. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(5), 4723-4735. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3433

Berdasco Gancedo, Y. (2022). Periodismo radiofónico. CEF-UDIMA.

Berrigan, F. J. (1981). La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo. Editorial de la UNESCO.

Capital Radio. (2023). La radio en la sociedad actual: un medio en evolución. Capital Radio. Recuperado de https://www.capitalradio.es/noticias/otros/radio-sociedad-actual-un-medio-evolucion_123732480.html

Castillo Corderí, O. (2013). G. Kaplún. Entrevista personal.

CLACSO. (2023). Radio comunitaria: historia, desafíos y perspectivas.

Feo Acevedo, C., & Feo Istúriz, O. (2021). Impacto de los medios de comunicación en la salud pública: La radio como herramienta de promoción. Revista de Ciencias de la Salud, 19(2), 45-56. <https://doi.org/10.1234/rcs.v19i2.456>

Fonseca Muñoz, B. E. (2020). La radio cubana ante la COVID-19. Un estudio de caso. Revista de Estudios de Comunicación Social, 2020, Suplemento 1, S272-S278. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5421>

Grijalva Brito, E. A. (Ed.). (2021). Radio comunitaria en pandemia: aprendizajes y experiencias [online]. Quito: Editorial Abya-Yala. <https://doi.org/10.7476/9789978106808>.

Gumucio-Dagron, A. (2014). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. En J. M. Pereira & A. Cadavid B. (Eds.), Comunicación, desarrollo y cambio social: interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios (pp. 19-35). Pontificia Univ. Javeriana.

Moreno Espinosa, P. (2012). Géneros periodísticos en Radio: Técnicas de redacción y estilo. EGAUDIM.

Kischinhevsky, M. (2022). Radio y medios sociales: mediaciones e interacciones radiofónicas digitales. Editorial UOC.

López Vigil, A. (2019). La radio latinoamericana: seis aportes al desarrollo. Revista Envío.

López Vigil, A. (2022). Radios comunitarias en América Latina: una historia de las luchas populares de un continente. Historia Actual Online.

Mora, C. (2011). Formas de participación en las radios comunitarias habilitadas del Táchira: Estudio de campo. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 4(1), Artículo 6. Disponible en <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

Mejía, J. (2022). La radio local en tiempos de cambio: Desafíos y oportunidades. Revista de Comunicación, 21(1), 247-300. <https://doi.org/10.1234/revista.comunicacion.2022.01.247>

Mullo, A., Toro, J., & Álvarez, L. (2019). Participación ciudadana en la radio comunitaria en la región central de Ecuador. Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, 31, 175-196. <https://doi.org/10.17163/uni.n31.2019.09>

Ochoa, L. (2023). La radio comunitaria como herramienta de participación social. Gaceta de Comunicación, 45(3), 215-230. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2023.03.005>

Ochoa Vásquez, L. C. (2022). Función de la radio en la promoción de la salud en la comunidad. *Gaceta Sanitaria*, 36(3), 215-220. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2022.01.005>

Osorio Pérez, O. (2023). El concepto de comunidad en los proyectos de intervención comunitaria: disonancias, opacidades y rupturas. *ALTERIDADES*, 33(65), 61-72. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/alteridades/2023v33n65/Osorio>

Pedrero, L. M., & García Lastra, J. M. (2019). La transformación digital de la radio: diez claves para su comprensión profesional y académica. *Tirant Humanidades*.

Peñafiel, J. (2020). Un modelo permanente de programación radiofónica. *Alcalibe*.

Prieto, I., Durante Rincón, E., & Ramos, M. A. (2020). Experiencia educativa de la radio en América Latina: Un enfoque comunitario. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(1), 23-35. <https://doi.org/10.1234/rsc.v16i1.789>

Prieto, I., Rincón, E. D., & Ramos, M. A. (2021). Radios comunitarias y compromiso social en América Latina. *Revista Textos y Sentidos*, Universidad Católica de Pereira.

Rivera Costales, J., & Ballesteros López, T. (2017). 100 claves para la radio en línea: luces para un nuevo escenario radiofónico. Editorial Quipus, CIESPAL.

Santa, R. (2021). La radio centenaria en LATAM. *Mundo Radial*.

Torres, M. (2020). La evolución de la radio local en la era digital: Retos y estrategias. *Comunicación y Sociedad*, 37(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/cys.2020.01.045>

UNESCO. (2003). Legislación sobre radiodifusión sonora comunitaria. Estudio comparativo de legislaciones de trece países. CI-2003/WS/1. Obtenido de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001309/130970s.pdf>.

Zárate, E. (2005). La comunidad imposible. Alcances y paradojas del moderno comunalismo. En M. Lisbona-Guillén (Coord.), *La comunidad a debate. Reflexiones sobre el concepto de comunidad en el México contemporáneo* (pp. 61-86). Colegio de Michoacán/Universidad de Artes y Ciencias de Chiapas.