

#RadioComunitaria

Participación ciudadana sin límites

Patricia Ortega Ramírez y Jerónimo Repoll
(coordinadores)



Pública cultura

A través de esta colección se ofrece un canal de difusión para las investigaciones que se elaboran al interior de las universidades e instituciones públicas del país, partiendo de la convicción de que dicho quehacer intelectual sólo está completo y tiene razón de ser cuando se comparten sus resultados con la comunidad. El conocimiento como fin último no tiene sentido, su razón es hacer mejor la vida de las comunidades y del país en general, contribuyendo a que haya un intercambio de ideas que ayude a construir una sociedad informada y madura, mediante la discusión de las ideas en la que tengan cabida todos los ciudadanos, es decir utilizando los espacios públicos.

Con la colección Pública cultura se presentan textos relacionados con los medios de comunicación masiva –principalmente los visuales– y su apropiación, creación o recreación de las distintas “realidades” culturales, tanto históricas como actuales.

#RadioComunitaria



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Rector general: Eduardo Abel Peñalosa Castro

Secretario general: José Antonio de los Reyes Heredia

Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

Rector de Unidad: Fernando de León González

Secretaria de Unidad: Claudia Mónica Salazar Villava

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Directora: Dolly Espínola Frausto

Secretaria académica: Silvia Pomar Fernández

Jefe de la sección de publicaciones: Miguel Ángel Hinojosa Carranza

Consejo Editorial

José Alberto Sánchez Martínez (presidente)

Aleida Azamar Alonso / Alejandro Cerda García

Gabriela Dutrénit Bielous / Álvaro Fernando López Lara

Jerónimo Luis Repoll / Gerardo G. Zamora Fernández de Lara

Asesores del Consejo Editorial: Rafael Reygadas Robles Gil

Miguel Ángel Hinojosa Carranza

Comité Editorial

René David Benítez Rivera (presidente)

Germán A. de la Reza Guardia / Roberto García Jurado

Abigail Rodríguez Nava / Araceli Margarita Reyna Ruiz

Gonzalo Varela Petito

Asistente editorial: Varinia Cortés Rodríguez

Patricia Ortega Ramírez

Jerónimo Repoll

Coordinadores

#RadioComunitaria
Participación ciudadana
sin límites



**BONILLA
ARTIGAS**
EDITORES



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias Sociales y Humanidades

#Radio comunitaria: participación ciudadana sin límites / Jerónimo Repoll, Patricia Ortega Ramírez, coordinadores. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana: Bonilla Artigas Editores, 2020

172 pp. ; 15 x 23 cm (Pública cultura núm. 9)

ISBN: 978-607-8636-58-7 (Bonilla Artigas Editores)

ISBN: 978-607-28-1781-4 (Universidad Autónoma Metropolitana)

1. Radiodifusión – México. 2. Comunicación – México.

I Repoll Jerónimo, coordinador. II. Ortega Ramírez Patricia, coordinadora.

LC: HE8697.2 R

DEWEY: 384.54 R

Esta obra fue dictaminada favorablemente por pares académicos mediante el sistema doble ciego, cada capítulo de forma individual y el libro en su conjunto, y evaluada para su publicación por los consejos editoriales de la Universidad Autónoma Metropolitana y Bonilla Artigas Editores.

Los derechos exclusivos de la edición quedan reservados para todos los países de habla hispana. Prohibida la reproducción parcial o total, por cualquier medio conocido o por conocerse, sin el consentimiento por escrito de los legítimos titulares de los derechos.

Primera edición: marzo de 2020

De la presente edición:

© 2020, Bonilla Artigas Editores, S.A. de C.V.

C. Hermenegildo Galeana 111

Col. Barrio del Niño Jesús

C. P. 14080, Tlalpan

Ciudad de México

Tel.: 55 44 73 40 / Fax 55 44 72 91

procesoseditoriales@bonillaartigaseditores.com.mx

www.bonillaartigaseditores.com

D.R. © 2020, Universidad Autónoma Metropolitana

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco

Calzada del Hueso 1100, Colonia Villa Quietud,

Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México. C.P. 04960

Sección de Publicaciones de la División de Ciencias Sociales y Humanidades.

Edificio A, 3er piso. Teléfono 54 83 70 60

pubcsh@gmail.com / pubcsh@correo.xoc.uam.mx

http://dcsh.xoc.uam.mx/repdig

http://www.casadelibrosabiertos.uam.mx/index.php/libroelectronico

ISBN: 978-607-8636-58-7 (Bonilla Artigas Editores)

ISBN: 978-607-28-1781-4 (Universidad Autónoma Metropolitana)

Bonilla Artigas Editores:

Cuidado de la edición: Priscila Pacheco Castillo

Diseño de portada: Jocelyn G. Medina

Impreso y hecho en México

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	
<i>Patricia Ortega Ramírez y Jerónimo Repoll</i>	9
VISIBILIDAD Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN. RADIO COMUNITARIA Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN MÉXICO	
<i>Patricia Ortega Ramírez</i>	15
DERECHO A LA COMUNICACIÓN Y RADIO COMUNITARIA EN MÉXICO: POLÍTICA & ROCK'N ROLL RADIO, UN ESTUDIO DE CASO	
<i>Juan Daniel Montaña Rico</i>	41
LA MEDIACIÓN SOCIAL EN JUEGO. REDOBLAR LA APUESTA POR LA RADIO COMUNITARIA	
<i>Jerónimo Repoll</i>	89
CUANDO EL RECEPTOR DEVIENE EMISOR: LAS APROPIACIONES CAMPESINAS DE RADIO SUTATENZA	
<i>Carlos Eduardo Villalba Gómez</i>	123

PRESENTACIÓN

Patricia Ortega Ramírez y Jerónimo Repoll

Este es un libro atípico, a contracorriente. Los estudios de comunicación suelen acompañar la emergencia de un nuevo medio de comunicación con un desplazamiento de la agenda de investigación. No se trata de modas o fascinación por lo nuevo, sino de la necesidad de concentrar las energías para entender lo que está pasando.

La investigación sobre la radio, primero, fue desplazada por la televisión y ambas, hoy, por Internet y los procesos de convergencia. Y si el estudio de la radio fue marginado, aún más lo fue el de la radio comunitaria, salvo significativas excepciones. No hay una historia lineal sobre este medio, por el contrario, hablar de la radio-difusión comunitaria es construir relatos disconformes, diversos y, a veces, disruptivos. Su estudio es multidisciplinario y su conceptualización multiforme o multimodal.

Sin licencia o con ella, sin permiso o con él, la radio comunitaria se ha impuesto a la realidad latinoamericana. Su presencia, utilidad social, cultural y política ha significado –para comunidades rurales, indígenas y urbanas– la única posibilidad de dar visibilidad a las contradicciones, injusticias y diferencias de su contexto social; ha sido también espacio de expresión cultural, de cohesión y lucha por el derecho a la comunicación, la información y la cultura.

Su gestión no ha sido fácil. La precariedad económica y tecnológica que ha acompañado históricamente a esta radiodifusión ha sido, en ocasiones, una de las causas de su vida discontinua, pero no ha logrado su erradicación. Algunas radios emergen y desaparecen o se transforman y renuevan. Pero otras permanecen y se constituyen en eje simbólico de la confirmación de su trascendencia.

Desde la década de los ochenta, la apuesta por desarrollar medios alternativos a los hegemónicos medios comerciales fue paulatinamente reemplazada por la alfabetización crítica de las audiencias y la insistencia por cambiar las reglas del juego e impulsar nuevos marcos regulatorios. A partir de esos años, los estudios de recepción reconocieron la posibilidad de las audiencias de resignificar, resistir y cuestionar los contenidos mediáticos, lo cual llevó a relativizar el poder de los medios. Por otro lado, los estudios de agenda, de *framing* o encuadre, aunados a la constatación de la profundización en la concentración y su correspondiente condicionamiento al ejercicio de la libertad de expresión, permitieron llegar a un punto de equilibrio en el que los procesos de producción de sentido debían comprenderse en relación con las estructuras y relaciones de poder.

Al mismo tiempo, las radios comunitarias, alternativas, ciudadanas y populares, que estaban agrupadas de manera general bajo el concepto legal de medios sin fines de lucro, para ser reconocidas legalmente en su esencia social, cultural y política tuvieron que esperar a que hubiera alguna reforma en los marcos regulatorios. El proceso de reforma a las leyes de radiodifusión en América Latina comenzó a mediados de la primera década del siglo XXI y se intensificó en la segunda. En la mayoría de las nuevas leyes, se reconoce a los medios sin fines de lucro como potenciales prestadores de servicio. Sin embargo, la legalización de las radios que operan sin la licencia del Estado no ha sido automática, y la licitación de nuevas frecuencias tampoco ha significado un cambio drástico. Este proceso de reconocimiento jurídico no ha sido lineal, sino que ha tenido diferentes acentos y momentos en cada país. Las políticas de comunicación han sido inconstantes y siempre dependientes de los intereses políticos de los gobiernos en turno y permeadas por el

poder económico. No obstante lo anterior, podemos visualizar un panorama favorable para la radio comunitaria como nunca antes en su historia. Una historia caracterizada por la fragilidad institucional, las carencias económicas y deficiencias técnicas, cuando no por la persecución sistemática.

Esta nueva coyuntura para los medios sociales debe ser entendida, también, a partir de la digitalización de los procesos de producción, circulación y consumo. Mientras los marcos legales habilitan el uso de las frecuencias sin persecuciones, la digitalización abarata los procesos de producción, amplifica el alcance y, especialmente, afianza la interacción de los medios con la comunidad a la que sirven.

Las empresas mediáticas con fines comerciales han resentido estas transformaciones, especialmente el alejamiento de las audiencias y la fragmentación de un consumo a la carta, que han puesto en jaque el modelo del negocio de la radiodifusión. Por el contrario, los medios sin fines de lucro se hacen fuertes en torno a públicos específicos, a los cuales atienden en su carácter de ciudadanos y no de consumidores que conectan con anunciantes.

Los capítulos que integran el libro *#RadioComunitaria. Participación ciudadana sin límites*, siguen líneas conductoras en torno al derecho humano a la comunicación, el señalamiento a la concentración de la propiedad mediática como limitante de la diversidad, la necesidad de medios alternativos, así como la articulación de objetivos políticos, sociales y culturales entre sociedad y medios sin fines de lucro. Esta obra emerge de un trabajo conjunto entre profesores y estudiantes de la Maestría en Comunicación y Política de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. Los capítulos de Juan Daniel Montaña Rico y Carlos Eduardo Villalba Gómez, se derivan de sus trabajos de tesis, asesoradas por los otros dos autores del libro, Patricia Ortega Ramírez y Jerónimo Repoll, respectivamente.

No obstante lo anterior, cada capítulo es autónomo, es decir, para su comprensión no es necesario remitirse a los demás. En el primer capítulo, Patricia Ortega reconstruye el contexto histórico en el que

se dio la lucha por el reconocimiento legal de la radio comunitaria en México. Hace un recuento de los problemas que acompañaron la legalización de estos medios y las primeras consecuencias que la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, de 2013, y la expedición de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, de 2014, han traído al desarrollo de los medios de comunicación comunitaria. La autora destaca los principales ejes de la lucha política de los grupos sociales en la defensa de su derecho a la libertad de expresión, y la situación de criminalización de la que históricamente han sido objeto. En ese sentido, aquí se muestran los avances de la legalización para las radios comunitarias en México, así como sus limitaciones y contradicciones. El texto encamina la reflexión sobre la importancia que tienen los medios que ahora operan con la figura jurídica de uso social en la ampliación del espacio público para la expresión de la diversidad ideológica, cultural y étnica, y concluye que su consolidación garantiza el derecho de los ciudadanos a la comunicación.

En el segundo capítulo, Daniel Montaña revisa la trayectoria que tuvo Radio Bemba, desde sus orígenes, su lucha por la obtención de la licencia y su ocaso, fruto de una profunda crisis de la que devino la salida de la mayoría de sus colaboradores; la escisión del noticiero *Política & Rock'n Roll (P&RR)* y, finalmente, su desaparición. El noticiero tuvo un apoyo significativo de su audiencia y, tras un recorrido itinerante por diversos espacios solidarios en otras emisoras, se formó una nueva radio, siguiendo el espíritu original de Radio Bemba. A partir de aquí, el autor se concentra en el análisis de la propuesta de Política & Rock'n Roll Radio (P&RRR), contrastando la propuesta asentada en los documentos fundacionales, con la puesta en práctica del modelo de radio comunitaria que se pretendía constituir y para ello entrevista a los fundadores de la emisora. Con este telón de fondo, procura comprender cómo las prácticas comunicativas comunitarias pueden incidir en la participación social, en el espacio público. En ese camino, el artículo aporta un modelo de análisis capaz de ser replicado en el estudio de otras experiencias radiofónicas comunitarias.

Jerónimo Repoll, en el tercer capítulo, se enfoca en la disputa social que tuvo lugar en la arena de la comunicación, en Argentina, a partir de la discusión y aprobación de la Ley de Servicios Audiovisuales 26.522. Ésta tuvo su implementación parcial entre 2009 y 2015 y, desde entonces, la administración de Mauricio Macri ha desplegado una serie de contrarreformas para desmantelarla. Para llegar a comprender esta disputa el autor se enfoca, primero, desde una perspectiva ecológica, en la supervivencia de la radio en el nuevo ecosistema comunicacional definido por la digitalización, la convergencia y la interactividad. En segundo lugar, reconoce la brecha digital y la concentración mediática como procesos que condicionan el escenario comunicacional. Y para dar lugar al análisis del impacto del debate acerca de la ley y las políticas de comunicación en Argentina, establece las coordenadas de la radio comunitaria, a través de una breve reconstrucción de la historia y características que ésta fue adquiriendo en la región, desde su irrupción en la década de 1940.

En el último capítulo, Carlos Villalba parte de la afirmación de que Radio Sutatenza no sólo es una radio, en torno a ella se anudan una serie de medios, que conforman un sistema en pro del desarrollo de las comunidades rurales, en Colombia. En tal sentido, Acción Cultural Popular (ACPO), la organización que ampara el proyecto en su conjunto, busca la transformación de las condiciones de vida del campesinado, al mismo tiempo que instruye en clave cristiana y anticomunista. No obstante, al alfabetizar a los campesinos no sólo les enseñaron a leer la Biblia sino que les enseñaron a leer. Así, progresivamente, los campesinos fueron logrando mayor autonomía. Partiendo de estas tensiones, el autor concentra su mirada en el proceso de apropiación y usos sociales de la radio por parte de las y los campesinos colombianos. Y esto lo puede realizar gracias a la recuperación de la voz de los campesinos contenida en las cartas que enviaban a la emisora, que constituyen un archivo de más de 30 000 epístolas al que accedió el autor y que le permitió concluir que, en el proceso de comunicación de Radio Sutatenza, el receptor devino constantemente en productor y, a partir de esto, entre

muchos otros resultados, los campesinos desarrollaron habilidades de liderazgo y gestión comunitaria para el cambio social.

En *#RadioComunitaria. Participación ciudadana sin límites*, el lector encontrará la discusión actual sobre los principales ejes conceptuales que motivaron los cambios en el marco jurídico que regula a los medios de comunicación y en políticas públicas que se originaron en las primeras décadas del siglo XXI. Conocerá, también, las limitaciones y los alcances de las nuevas reglas para la radio comunitaria. Por otro lado, el texto se nutre con el análisis de dos estudios de caso que le permiten al lector un acercamiento a dos realidades muy distintas, pero en las que reconocerá las estrategias políticas y culturales desarrolladas por los ciudadanos para ejercer su derecho a la comunicación.

VISIBILIDAD Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN. RADIO COMUNITARIA Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN MÉXICO

Patricia Ortega Ramírez¹

A la noción de radio comunitaria se han asociado distintas denominaciones que tienen su origen en una amplia diversidad de experiencias sociales, culturales y políticas. Radios libres, populares, ciudadanas, indígenas y alternativas son algunos de los nombres que adquieren estos medios, cuya identidad también está relacionada con el significado que le otorgan los distintos grupos sociales que los fundan y con la función que desempeñan en el contexto social y político en el que se desarrollan. Por ello, es difícil establecer una definición genérica que englobe las distintas experiencias que constituyen este tipo de radios.

Alfonso Gumucio explica que la falta de definición es uno de los principales problemas que enfrentan las radios comunitarias en todo el mundo y advierte que la identidad de estos medios está en riesgo debido a que cualquier forma de radio local se llega a identificar como radio comunitaria. En sus palabras:

Son consideradas, erróneamente, como comunitarias miles de radios privadas, locales, confesionales de organizaciones de la sociedad civil,

¹ Profesora investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

públicas, municipales, universitarias... e incluso las radios a través de las cuales se promueven algunos políticos que han obtenido las licencias (2011, p. 46).

Más allá de la definición, es importante reconocer que existen elementos constitutivos de la identidad de un medio comunitario que permiten, de inicio, diferenciarlo de otros usos de la radiodifusión. Es decir, la radio comunitaria suele distinguirse por su proyecto colectivo de comunicación, por generar una real y efectiva participación social, tanto en la gestión como en la producción de contenidos, y por su proyecto político y social. Son diversas las demandas y tareas que impulsan el desempeño de la radio comunitaria, para Aleida Calleja y Beatriz Solís:

Informar sobre lo que sucede en la propia comunidad, cuestionar las acciones del poder cuando éstas son en detrimento de la mayoría, ofrecer espacios para la opinión y el ejercicio del derecho al disenso, poner en la esfera de lo público los intereses que afectan la vida social y propiciar el diálogo igualitario entre las personas como formas de contrapesos ante abusos y excesos del poder político y administrativo, es hacer radio comunitaria (2005, p. 27).

Gumucio considera que hay tres principios que permiten distinguir a las radios comunitarias de otras formas de radiodifusión. Éstos son: la participación y apropiación; la pertinencia lingüística y cultural, y el desarrollo de contenidos locales (2011, p. 47). Sin embargo, este medio no siempre está relacionado con lo territorial o lo local, hay también radiodifusoras cuyo eje de identidad está en una acción o problemática más global, como es el caso de las radios feministas y ambientalistas, entre otras. Por ejemplo, por primera vez en la historia de la radiodifusión en México, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) aprobó, en agosto de 2017, la primera concesión de uso social comunitaria en la Ciudad de México. Ésta fue otorgada a la asociación civil Alianza por el Derecho Humano de las Mujeres a Comunicar, AC; se trata de la

primera radiodifusora comunitaria feminista denominada Radio Violeta que, con la frecuencia 106.1 XHCDMX-FM, inició sus primeras transmisiones en agosto de 2019. La identidad de esta radiodifusora no se construye sólo desde la problemática nacional o local, ésta es un asunto global.

La reflexión académica y política sobre la radio comunitaria se ha desarrollado desde distintos enfoques disciplinarios y ha centrado el papel de estos medios en un campo de conocimiento más amplio, como es el de la comunicación social. Así, a lo largo de su historia, la radio comunitaria ha sido concebida de distintas maneras: como elemento fundamental para el desarrollo y el cambio social, como condición esencial para la democratización de la comunicación y como derecho humano fundamental para el ejercicio de la libertad de expresión.

En palabras de Luis Ramiro Beltrán:²

Comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la idea de que al extender y equilibrar el acceso y la participación de las personas en el proceso de comunicación –tanto a nivel de los medios masivos como a nivel popular– el desarrollo debe asegurar no sólo las mejoras materiales, sino también la justicia social, la libertad para todos y el dominio de las mayorías (2008, p. 614).

Otros enfoques de estudio generaron distintas reflexiones en torno a los alcances y limitaciones de los medios masivos, en un contexto de desigualdad social, en el que predomina el acaparamiento de la propiedad de las estructuras de la comunicación por unos cuantos grupos del poder económico y político. Se desarrollaron, entonces, conceptos como los de comunicación alternativa, comunicación educativa y comunicación popular, entre otros. Sin embargo, ha sido el tema de los derechos humanos y su relación

² En opinión de Beltrán, en América Latina han predominado tres concepciones que relacionan la comunicación social y el desarrollo nacional: a) comunicación para el desarrollo; b) comunicación de apoyo al desarrollo, y c) comunicación alternativa para el desarrollo democrático (2008).

con la comunicación el que más ha orientado la lucha política en el reclamo ciudadano por condiciones reales para el ejercicio de la libertad de expresión.

En este camino de reflexión, el estudio de los medios comunitarios requiere entender la relación entre Estado, medios y sociedad, así como analizar las acciones que el propio Estado ha llevado a cabo para reconocer la existencia de la radio comunitaria y garantizar su sustentabilidad en contextos cada vez más globalizados y de acelerados cambios tecnológicos.

La radio comunitaria, un derecho de libertad de expresión en México

Durante décadas, los poderes legislativo y ejecutivo del Estado mexicano se preocuparon más por cuidar los intereses de la radiodifusión comercial que por generar condiciones para el reconocimiento y consolidación de una diversidad de medios que, sin fines de lucro, realizan una función social y cultural que no es asumida por los medios comerciales.

El contexto mediático nacional se ha caracterizado por el predominio del modelo de radiodifusión comercial, la desigual distribución del espectro radioeléctrico y la alta concentración de la propiedad de las concesiones entre pocos empresarios de la industria, hechos que han constituido un entorno difícil para la expresión de la diversidad social y étnica en los medios de comunicación masiva en México.

Durante más de cinco décadas, el Estado mexicano fue omiso para garantizar las condiciones jurídicas y políticas que permitieran el desarrollo y sustentabilidad de una diversidad de radiodifusoras, como las comunitarias e indígenas. En la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 no existía la radiodifusión comunitaria ni social y no había un marco normativo que regulara las funciones de estos medios ni que definiera los procedimientos para que las comunidades accedieran al espectro radioeléctrico.

A pesar de las adversas circunstancias, distintos grupos sociales, sobre todo en las regiones del país con mayor rezago económico y social, buscaron la forma de construir espacios mediáticos que resolvieran distintas necesidades culturales, de información y comunicación. Distintos hechos motivaron la creación de estas radios, tales como la necesidad de los grupos sociales de acceder a información más cercana a su realidad social, la defensa del territorio, el cuidado del medio ambiente, la exigencia de justicia social y diversas reivindicaciones políticas y de derechos humanos. Para Calleja y Solís, estas radios son comunitarias y ciudadanas porque su misión está vinculada con el ejercicio de derechos ciudadanos y con la construcción de democracia (2005, p. 23).

Las primeras radios comunitarias de las que se tiene conocimiento en México surgieron en la segunda mitad del siglo xx. Radio Teocelo, fundada en 1965 en el estado de Veracruz, fue de las pioneras. También en ese año y en el mismo estado de la República, Radio Huayacocotla inició sus transmisiones a través de una frecuencia de onda corta. A este par de experiencias le siguieron muchas otras radiodifusoras de las que es difícil tener una estadística certera, se trata de radios que surgieron sin el aval del Estado y cuya permanencia ha sido incierta.

La instalación de las radios comunitarias ha significado, para muchas de las comunidades, una manera de reivindicar su derecho a la información y a la libertad de expresión. Esa exigencia ha sido la principal demanda que ha abanderado la lucha política y social de estos grupos para apremiar al Estado a que garantice su derecho a tener sus propios medios de comunicación. Pero, aun cuando algunas de estas radios han buscado la manera de legalizar su actividad, el Estado no siempre ha respondido afirmativamente a los requerimientos de estos medios o ha dificultado y dilatado su reconocimiento.

Varios ejemplos ilustran esta situación, entre ellos, la ya mencionada Radio Huayacocotla que, a pesar de haber sido una de las primeras radios comunitarias en nuestro país, obtuvo su permiso hasta 2005. Lo mismo sucedió con la emisora Tierra y Libertad, fundada

en la ciudad de Monterrey, Nuevo León: solicitó su licencia para transmitir en 2002 y la obtuvo hasta 2009. Mientras que la solicitud estaba en trámite, en 2008 la radiodifusora fue clausurada por la autoridad federal y su fundador fue juzgado penalmente en 2010 por transmitir sin permiso (Méndez, 2011, p.17). Entre otros casos, están también las comunidades a las que simplemente la autoridad federal no les otorgó el permiso y sus emisoras fueron cerradas de manera violenta. Ésta fue la situación de Radio Grafía, de Tolimán, Jalisco; la entonces Secretaría de Comunicaciones y Transportes clausuró la estación en diciembre de 2003 sin concederle el permiso correspondiente.

Las radios comunitarias han padecido una situación de gran vulnerabilidad. Al no existir condiciones jurídicas, los grupos sociales que querían acceder a una licencia para operar sus propias radiodifusoras dependían de la buena voluntad de las autoridades en turno; prevaleció entonces una gran discrecionalidad en los procedimientos y en los requisitos que exigía el Estado para la autorización de dichas licencias. Instituciones promotoras de la comunicación comunitaria han identificado al movimiento zapatista como el detonador de un período en el que se instalaron más radios comunitarias indígenas (*Cultural Survival*, 2019, p. 25).

Esa situación de inestabilidad en la que durante muchos años han vivido las radiodifusoras sociales, no ha impedido su proliferación pero, en ocasiones, sí ha dificultado su permanencia. La determinación que han mostrado comunidades y grupos sociales para tener sus propios medios se ha visto reflejada en la constante aparición de medios comunitarios, algunos de ellos incluso se han iniciado en el ejercicio radiofónico con transmisores de manufactura casera. En 2010, la Asociación Mexicana de Derecho a la Información identificó, tan solo en el estado de Oaxaca, 110 radios comunitarias e indígenas sin legalizar (López, 2008, p. 141). Sin embargo, no todas lograron consolidarse o mantenerse activas, muchas de ellas desaparecieron ya sea por dificultades económicas, diferencias entre los miembros de una misma comunidad o como resultado de la persecución ejercida por las autoridades.

Criminalización para las radios comunitarias

Discriminadas por el propio Estado, estas radios han tenido que sobrevivir al acoso que el poder político ha ejercido sobre ellas y al ensañamiento de los radiodifusores del sector comercial que han emprendido amplias campañas de desprestigio contra la comunicación comunitaria acusando a estas radios de piratas e ilegales. A través de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), los empresarios han ejercido una constante presión con el propósito de evitar que el Estado legalice a estos medios e impedir así su proliferación.

Por su parte, el Estado mexicano ha hecho uso de su fuerza para dismantelar instalaciones e incautar equipos de las radios comunitarias que carecen de estatus legal en distintas regiones del país, incluso se ha llegado a castigar penalmente a quienes operan estos medios.

Algunos casos ilustran esta alevosa persecución:

En diciembre de 2003, tres radiodifusoras de Jalisco fueron cerradas: Radio Santa María, de Zapotitlán de Vadillo; Radio Grafía, de Tolimán; y Emisora Zona Cero, de Tonaya.

En junio de 2008, fueron asaltadas las instalaciones de la radiodifusora Tierra y Libertad, que un año después recibió su licencia. Esta emisora había iniciado las gestiones para obtener el permiso desde 2002 (2011, p. 53).

En 2009, Radio Diversidad 94.5 de FM, situada en Paso del Macho, Veracruz, fue clausurada por autoridades federales, a pesar de que ya había iniciado sus trámites para obtener el permiso correspondiente para transmitir. Uno de sus fundadores, José Maza, así como varios de sus colaboradores fueron encarcelados y obligados a pagar una alta cantidad de dinero, que oscilaba entre los 70 y 80 mil pesos, como fianza para seguir su proceso penal en libertad (Trejo, diciembre 9, 2011).

Otras tres radiodifusoras fueron clausuradas y dismanteladas en 2014 en la región del Istmo de Tehuantepec en Oaxaca: Órbita digital, Radio Bolalari y Estéreo Ranchu Gudiña.

En 2015, fueron desmanteladas al menos cuatro radiodifusoras; tres en Salina Cruz, Oaxaca: La Explosiva, 93.7 FM; Stéreo, 99.9 FM y La Joya, 106.1 FM. Una más, en Santo Domingo Tehuantepec, La Joya, 107.5 FM. Fueron detenidos colaboradores de esos medios, a quienes se les exigió una elevada fianza para liberarlos y que pudieran continuar su proceso en libertad (*La Jornada*, 20 de mayo de 2015).

El uso de la fuerza del Estado contra las radiodifusoras que han operado sin licencia oficial ha sido desproporcionado. Ha habido una criminalización hacia los operadores de estos medios, a quienes no sólo les han incautado sus equipos y transmisores, sino que los han encarcelado. En ese contexto de inequidad, falta de reconocimiento jurídico y criminalización de la radio comunitaria, los dirigentes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, México (AMARC), junto con otras organizaciones sociales y de la mano de las radios comunitarias interesadas en legalizar su situación, emprendieron una lucha sin precedentes para exigir al Estado que otorgara licencias para la operación de radios comunitarias. Fue una gran lucha por el reconocimiento a su derecho a la libertad de expresión y derecho a la información, y por el reconocimiento legal de operación y transmisión. Pero no a todas las radiodifusoras les interesaba regularizar su situación jurídica. Muchas de las comunidades y pueblos indígenas consideraban que tendrían más independencia si no buscaban el permiso del Estado y, otras, simplemente no confiaban en las autoridades, pensaban que si llevaban a cabo el trámite serían ubicadas con mayor facilidad y clausuradas.

En estas circunstancias, sólo diez radiodifusoras, integrantes de AMARC, decidieron armar los expedientes y solicitar sus permisos con la orientación legal de la Asociación. Entre 2003 y 2005, once radiodifusoras lograron sus licencias para transmitir, una de ellas fue Radio Huayacocotla que decidió llevar a cabo el trámite por su cuenta, aunque siempre cercana a AMARC, de la cual es miembro (Trejo, 2005). Hubo otras emisoras que también realizaron sendas solicitudes ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, pero no han sido incluidas entre las primeras once porque lo hicieron por su cuenta y sin el acompañamiento de esa organización.

Cuadro 1

Radiodifusoras legalizadas entre 2004 y 2005, miembros de AMARC

Radiodifusora	Frecuencia	Población	Año*	Obtención del permiso
Radio Jën Poj	XHJP 107.9 FM	Santa María Tlahuitoltepec Mixe, Oaxaca	2001	6 de diciembre de 2004
Radio Uandárhi	XHRHI 107.9 FM	Uruapán, Michoacán	2002	6 de diciembre de 2004
Radio Nandía	94.1 FM XHTFM 107.9 FM	Mazatlán Villa de las Flores, Oaxaca	2004	20 de diciembre de 2004
Radio Ecos de Manantlán	XHZV 107.9 FM	Zapotitlán de Vadillo, Jalisco	1999	20 de diciembre de 2004
Radio Cultural	XHTM 107.9 FM	Tepalcatepec, Michoacán	2003	22 de diciembre de 2004
Radio Huayacocotla	XHFCE 105.5 FM	Huayacocotla, Veracruz	1965	14 de febrero de 2005
Radio Erandi	XHTGAN 106.1 FM	Tangancicuaro, Michoacán	2001	20 de marzo de 2005
La Voladora	XHECA 97.3 FM	Amecameca, estado de México	2000	9 de mayo de 2005
Radio Calenda la Voz del Valle	XHRCV 107.9 FM	San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca	2000	22 de abril de 2005
Radio Bemba	XHCD 95.5 FM	Hermosillo, Sonora	2000	31 de mayo de 2005
Omega Experimental	XHOEX 83.3 FM	Texcoco, estado de México	2004	9 de agosto de 2005

Elaboración propia, a partir de las siguientes fuentes: Aleida y Solís, 2005; Trejo, 2005. * Se refiere al año de fundación.

Al obtener el permiso, estas radios establecieron un importante precedente para avanzar en el establecimiento de las condiciones que garantizaran la expresión de la pluralidad tanto social como étnica e ideológica de nuestra sociedad. No se trató sólo de un alegato legal; el hecho de que estas radios tuvieran el respaldo jurídico para acceder al espectro radioeléctrico fue, sin duda, políticamente muy significativo, debido a que se trató del reconocimiento por parte del Estado al derecho de las comunidades a la comunicación. Sin embargo, esa batalla jurídica y política también dejó en claro que una gran diversidad de grupos y organizaciones sociales ya no estaba dispuesta a seguir tolerando que el Estado ignorara sus derechos a la comunicación y a la información. El Estado mexicano no podía permanecer más tiempo indiferente ante la demanda que, décadas atrás, venían impulsando organizaciones sociales y académicas para exigir la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. Sin embargo, todavía tuvieron que transcurrir nueve años más para que esto ocurriera.

Nuevo marco jurídico y legalización de la radiodifusión social

La reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión promulgada en junio de 2013 reconoció, por primera vez, la existencia de medios comunitarios a partir de la creación de la figura jurídica de concesión de uso social y se incluye en ésta a la radiodifusión comunitaria e indígena.

Este hecho, así como la posterior emisión, casi un año después, de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión generaron la posibilidad de poner fin a la situación de vulnerabilidad en la que se encontraban los grupos sociales e indígenas interesados en instalar sus propias radiodifusoras y obtener una licencia para ello. Si bien antes de que se llevara a cabo la reforma constitucional por lo menos veinte radiodifusoras comunitarias habían recibido, por parte de la entonces Secretaría de Comunicaciones y

Transportes, sus permisos para transmitir; fue hasta que hubo un nuevo marco normativo para las telecomunicaciones y la radiodifusión que estos medios tuvieron mayor certidumbre. A partir de 2014, quedaron establecidos en la ley los procedimientos para que los ciudadanos pudieran gestionar una licencia de uso social para poder operar sus propios medios, ahora éstos gozan de herramientas para exigir que se cumplan los mecanismos establecidos en la ley, a fin de garantizar la expresión de la diversidad social y étnica en los medios de comunicación y para asegurar la operación de sus radiodifusoras.

Sin duda, esos mecanismos no son suficientes pero, al menos, los medios comunitarios cuentan ya con un piso jurídico desde el cual se puede reclamar que se modifiquen las políticas públicas o que se creen otras, las que sean necesarias, para apuntalar el desarrollo de la comunicación comunitaria y social. Antes, en la ley ni siquiera se mencionaba la figura de radio comunitaria. La resolución de la reforma constitucional y de la propia ley reglamentaria no estuvo exenta de presiones y pugnas generadas, sobre todo, por los empresarios de la radiodifusión comercial que durante décadas han acaparado las estructuras de la comunicación y el entretenimiento y han buscado relegar cualquier otra forma de expresión en los medios que, a su juicio, constituya una competencia desleal. Estas presiones hicieron que las fuentes de financiamiento para los medios comunitarios fueran limitadas.

El nuevo marco jurídico no contempló todas las demandas que, durante más de tres décadas, sectores de la sociedad, de la academia, lo mismo que algunos políticos habían exigido para avanzar en la democratización de las estructuras de la comunicación.

Sin embargo, hubo ciertos avances que no debemos soslayar. La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, emitida en julio de 2014, define, en su artículo 76, cuatro tipos diferentes de concesiones. De acuerdo con sus fines éstas son: a) de uso comercial; b) de uso público; c) de uso privado; d) de uso social. En el mismo artículo, el inciso IV establece que, para las concesiones de uso social, la ley:

Confiere el derecho de usar y aprovechar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico de uso determinado o recursos orbitales para prestar servicios de telecomunicaciones o radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. Quedan comprendidos en esta categoría los medios comunitarios e indígenas referidos en el artículo 67, fracción IV, así como las instituciones de educación superior de carácter privado (*Diario Oficial de la Federación*, 2014).

La denominación de uso social resulta acertada, pues este tipo de licencia abarca a una diversidad de radiodifusoras cuyo proyecto social, político, cultural, educativo o alternativo, cualquiera que éste sea, tiene su raíz en la sociedad misma. Se trata de medios que no tienen como finalidad el lucro ni se rigen por el interés comercial; responden a necesidades y problemáticas específicas de distintos grupos sociales en contextos diversos.

Como la ley indica, en la definición de concesión de uso social se incluye a los medios social comunitarios y social indígenas. En este sentido, el artículo 67, fracción IV de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, considera que:

Las concesiones para uso social comunitaria, se podrán otorgar a organizaciones de la sociedad civil que no persigan ni operen con fines de lucro y que estén constituidas bajo los principios de participación ciudadana directa, convivencia social, equidad, igualdad de género y pluralidad.

Las concesiones para uso social indígena, se podrán otorgar a los pueblos y comunidades indígenas del país de conformidad con los lineamientos que emita el Instituto y tendrán como fin la promoción, desarrollo y preservación de sus lenguas, su cultura, sus conocimientos, promoviendo sus tradiciones, normas internas y bajo principios que respeten la igualdad de género, permitan la integración de mujeres indígenas en la participación de los objetivos para los que se solicita la concesión y demás elementos que constituyen las culturas e identidades indígenas (*Diario Oficial de la Federación*, 2014).

El nuevo marco jurídico no ha erradicado algunas prácticas del poder mediático, como su constante resistencia para aceptar la existencia legal de los medios comunitarios, ni la presión que ejercen los empresarios sobre el Estado para que persiga a las radios que operan sin licencia oficial. Tampoco se ha eliminado la negativa de los industriales de la radiodifusión para admitir que los medios comunitarios accedan al mercado publicitario. Los empresarios han sido reacios en su postura, argumentando que el hecho de que estos medios vendan espacios a la publicidad significaría una competencia desleal. Ésta ha sido una situación injusta para los medios sociales, pues el Estado ha limitado sus posibilidades de sostenibilidad económica negándoles el acceso a otras fuentes de ingresos, ni siquiera se les ha permitido la venta de espacios para anuncios de los pequeños comercios de su localidad.

Es cierto que la nueva ley no ha resuelto del todo la preponderancia del modelo comercial de la radio y la televisión ni las tendencias a la concentración de la propiedad de las estructuras de la radiodifusión y las telecomunicaciones; sin embargo, el hecho de que el Estado haya definido atribuciones para la radiodifusión comunitaria, tanto en la Constitución como en la ley secundaria, representa un avance en el reconocimiento al derecho de los grupos sociales a tener sus propios medios de comunicación. Significa también la aceptación política y social de que en nuestro país existe una gran diversidad de voces que quiere ser escuchada desde su propia identidad. En este sentido son significativas las palabras de Jesús Martín Barbero cuando afirma:

Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías –las etnias y las razas, las mujeres, los jóvenes o los homosexuales– demandan no es tanto ser representados sino reconocidos: hacerse visibles socialmente, en su diferencia, y esto da lugar a un modo nuevo de ejercer en la política sus derechos (2001, p. 46).

Por ello, sin dejar de admitir las limitaciones e inconsistencias en la regulación de algunos temas, ocasionadas sobre todo por la

manera como la ley secundaria retomó ciertos ordenamientos constitucionales, se puede afirmar que la normatividad actual ha generado cambios importantes para transitar a una estructura más diversa de medios de comunicación.

¿Qué ganaron los medios sociales comunitarios e indígenas con el nuevo marco jurídico y cuáles son sus vacíos o inconsistencias?

1. *Asistencia técnica.* El Instituto Federal de Telecomunicaciones tiene la obligación de ayudar y asesorar técnicamente a las comunidades sociales e indígenas para que puedan cumplir los requisitos que exige la ley a las organizaciones que pretenden una concesión de uso social. El Instituto deberá cuidar que el cumplimiento de estos requerimientos sea adecuado a las costumbres, formas de organización y derechos de los pueblos y comunidades indígenas³ (DOF, 2014).

2. *Donación de equipos de transmisión.* Los radiodifusores comunitarios e indígenas podrán obtener del IFT equipos de transmisión, por donación. Se trata de bienes que han pasado a ser propiedad de la nación debido a que han sido incautados a otros radiodifusores por usar el espectro radioeléctrico sin tener la licencia legal para ello.⁴ Algunos concesionarios se rehúsan a acceder a estos bienes, porque son producto de la persecución y criminalización que la autoridad ha llevado a cabo en contra de las radios que no están legalizadas.

3. *Recursos para su financiamiento mediante la venta de publicidad a las instituciones públicas de carácter federal.* La sostenibilidad económica es uno de los principales problemas que enfrentan los medios comunitarios e indígenas. Generalmente, estos medios se

³ Artículo 85, “en el caso de concesiones comunitarias e indígenas, estará obligado a prestar asistencia técnica para facilitarles el cumplimiento de dichos requisitos, los cuales serán acorde a las formas de organización y los derechos de los pueblos y comunidades indígenas”.

⁴ “El Instituto podrá donar a los concesionarios de uso social que presten servicios de radiodifusión, equipos transmisores que hayan pasado a propiedad de la nación como consecuencia de los procedimientos y supuestos previstos de pérdida de bienes por uso del espectro radioeléctrico sin contar con concesión”.

sostienen con aportaciones que proporcionan los miembros de la comunidad y con lo que obtienen de actividades alternas como sorteos, fiestas, venta de servicios y otras labores. Los medios comerciales históricamente han acaparado el mercado publicitario y se han opuesto rotundamente a que el Estado permita a los medios sin fines de lucro, como los públicos y los comunitarios, participar en dicha actividad. Los grandes consorcios de medios audiovisuales, representados en la CIRT, han exigido que a los medios sociales comunitarios y sociales indígenas no se les permita comercializar espacio alguno. Sin embargo, con la reforma constitucional y la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, se abrió una posibilidad de que estos medios obtengan algunos recursos financieros a través de:

Venta de publicidad a los entes públicos federales, los cuales destinarán el 1% del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país (*Diario Oficial de la Federación*, 2014).

Este uno por ciento será distribuido de manera equitativa entre todas las concesiones comunitarias e indígenas; es decir, no participen en esa distribución otros medios con concesión de uso social como las universidades e instituciones educativas de carácter privado, ni las personas físicas con fines culturales, entre otros.⁵ Sin em-

⁵ Artículo 89: “Los concesionarios de uso social, acorde con sus fines, podrán obtener ingresos de las siguientes fuentes: I. Donativos en dinero o en especie; II. Aportaciones y cuotas o cooperación de la comunidad a la que prestan servicio; III. Venta de productos, contenidos propios previamente transmitidos de conformidad con su fin y objeto o servicios, acordes con su capacidad tanto legal como operativa sin que se encuentre comprendida la emisión de mensajes comerciales y venta de publicidad, con excepción de lo dispuesto en la fracción VII del presente artículo; IV. Recursos provenientes de entidades públicas para la generación de contenidos programáticos distintos a la comercialización; V. Arrendamiento de estudios y servicios de edición, audio y grabación; VI. Convenios de coinversión con otros medios sociales para el mejor cumplimiento de sus fines de servicio público, y VII. Venta de publicidad a los entes públicos federales, los cuales destinarán el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado

bargo, cinco años después de aprobada la ley han sido muy pocas las radios que se han visto beneficiadas con ese porcentaje. Una razón, entre otras, ha sido que no se estableció un mecanismo que facilitara el acceso de las comunidades a estos recursos. Para los miembros de las radios es complicado desplazarse desde su lugar de origen a cada una de las dependencias federales para solicitar el porcentaje que les corresponde.

Resulta necesario que el Estado cree una instancia que reúna y distribuya el dinero correspondiente a ese uno por ciento, de tal manera que se facilite el acceso de los medios comunitarios a dichos recursos. El artículo 89 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión también establece otras formas de financiamiento para los medios comunitarios e indígenas, tales como las donaciones, venta de servicios y arrendamiento de sus cabinas, así como venta de productos (Chávez, 2017).

4. *Reserva de espectro radioeléctrico para las concesiones de uso social comunitario y uso social indígena.* El órgano regulador tiene la obligación de reservar el diez por ciento de la banda de FM y de AM para concesiones de uso social comunitaria e indígena.⁶ La medida parece limitada ya que la reserva se hizo sólo para radio; no se contempló a la televisión ni a los servicios digitales. Otros países de Latinoamérica han hecho una reserva del 30 por ciento.

El artículo 90 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece los distintos puntos que el Instituto Federal

en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes. Las Entidades Federativas y Municipios podrán autorizar hasta el uno por ciento para dicho fin de conformidad con sus respectivos presupuestos.

Lo dispuesto en esta fracción sólo será aplicable para las concesiones de uso social comunitario e indígenas”.

⁶ Artículo 90: “El Instituto deberá reservar para estaciones de radio FM comunitarias e indígenas el diez por ciento de la banda de radiodifusión sonora de FM, que va de los 88 a los 108 MHz. Dicho porcentaje se concesionará en la parte alta de la referida Banda.

El Instituto podrá otorgar concesiones para estaciones de radio AM, comunitarias e indígenas, en el segmento de la banda del espectro radioeléctrico ampliada que va de los 1605 a los 1705 KHz. Lo anterior, sin perjuicio de que el Instituto pueda otorgar concesiones de uso público, comercial o social, que no sean comunitarias o indígenas, en el resto del segmento de AM”.

de Telecomunicaciones deberá tomar en consideración para otorgar las concesiones de radiodifusión de uso público y social. En lo que respecta a las concesiones de uso social, ese artículo establece: “En el otorgamiento de concesiones el Instituto favorecerá la diversidad y evitará la concentración nacional y regional de frecuencias”. Sin embargo, se mantienen inconsistencias en la distribución del espectro radioeléctrico pues, de las 2022 frecuencias de radio AM y FM que el IFT registraba hasta enero de 2019, sólo el 11.6 por ciento había sido designado para uso social; es decir, 234 frecuencias. El resto corresponde a licencias de uso comercial y público. De acuerdo con los datos oficiales del Instituto Federal de Telecomunicaciones, publicados en su sitio *web*, entre las 234 concesiones para uso social que se habían otorgado hasta enero de 2019, se incluían 64 comunitarias y siete indígenas. Los estados de la República mexicana que concentran el mayor número de las frecuencias de radio legalizadas son Michoacán, con 31 y Oaxaca, con 30; les siguen Jalisco, con 18; Veracruz, 17; Chiapas, 14; Sonora, 14; Quintana Roo, 13, y Estado de México, 11.

De las 234 licencias de uso social, ocho están destinadas a universidades privadas, siete a comunidades indígenas y 64 a social comunitarias. El resto, es decir 155, están clasificadas sólo como de uso social.

Cuadro 2
Concesiones sociales a enero de 2019

Concesiones de uso social	Cantidad
Indígenas	7
Comunitarias	64
Universitarias (privadas)	8
Otras (fines culturales, educativos, etcétera, y a personas físicas)	155
Total	234

De acuerdo con el análisis de la información sobre infraestructura de radio publicada por el IFT en su sitio *web*, consultada en febrero de 2019, de las 155 estaciones identificadas sólo con el rubro de uso social, no todas han sido otorgadas a organizaciones de la sociedad civil o a instituciones con fines científicos y culturales. Existen 29 concesiones que han sido entregadas a personas físicas; algunas de éstas tiene más de una concesión de uso social. Pero lo que más llama la atención es que, entre estos 29 concesionarios, hay al menos dos que además de las emisoras de uso social, tienen radiodifusoras de uso comercial, como se muestra en el cuadro número 3. Ése es el caso de Arnoldo Rodríguez Zermeño, a quien le fueron otorgadas tres concesiones de uso social y nueve de uso comercial. Esta situación parecer ser contradictoria con los fines que debe tener una emisora de tipo social. Los lineamientos generales para el otorgamiento de las concesiones, elaborados por el propio IFT, en su artículo 2, fracción VII, indican que las concesiones de uso social también se podrán otorgar a personas físicas, cuando haya propósitos culturales, científicos y educativos, sin que se persigan fines de lucro. Sin embargo, el órgano regulador deberá ser más cauto en el otorgamiento de los bienes de la nación y llevar a cabo una supervisión estricta con las concesiones que se otorgan a personas físicas, para no contradecir los principios constitucionales.

Cuadro 3
Concesiones de uso social a enero de 2019

Núm.	Concesionario	Lugar	Frecuencia	Tipo de concesión	Núm. total de concesiones
1	Arnoldo Rodríguez Zermeño	Aguascalientes, Aguascalientes	XHARZ 100.1 FM	Social	Tres sociales
		Cdmx, Cdmx	XEARZ 1650 AM	Social	
		Jerez, Zacatecas	XHJRZ 90.7 FM	Social	
		San Juan de los Lagos, Jalisco	XHPSJL 96.1 FM	Comercial	Nueve comerciales
		Tamazula de Gordiana, Jalisco	XHPTAM 88.9 FM	Comercial	
		Agua Prieta, Sonora	XHSAP 98.5 FM	Comercial	
		Naco, Sonora	99.9 FM	Comercial	
		El Sifón, Sonora	1) XESOS 730 AM	Comercial	
			2) XHSOS 97.3 FM	Comercial	
		Sonoita, Sonora	XHITA 96.5 FM	Comercial	
		Jerez de García Salinas, Zacatecas	XHXM 89.1 FM	Comercial	
Zacatecas, Zacatecas	XHZER 96.5 FM	Comercial			

(continuación)

Núm.	Concesionario	Lugar	Frecuencia	Tipo de concesión	Núm. total de concesiones
2	Luis Roberto Márquez Pizano	San José del Cabo, Baja California Sur	XHMPJ 91.5 FM	Social	Dos sociales
		La Paz, Baja California Sur	XHBCPZ 95.1 FM	Social	
3	Martha Margarita Barra de la Torre	Tijuana, Baja California	XHLNC 104.9 FM	Social	
4	Jorge Luis Salazar Mandujano	Bochil, Chiapas	XHBOCH 95.7 FM	Social	
5	Juana Patricia Ruiz Sánchez	Cacahoatán, Chiapas	XHVDR 100.3 FM	Social	
6	Erasmus Ángel Ruiz	Cintalapa, Chiapas	XHPEBX 95.7 FM	Social	
7	Amadeo Coutiño Aguilar	Jiquipilas, Chiapas	XHPEAQ 100.5 FM	Social	
8	Consuelo Valle Hernández	Mapastepec, Chiapas	XHVHC 98.3 FM	Social	
9	Simón Valanci Buzali	Tapachula, Chiapas	XHTPC 106.7 FM	Social	Tres sociales
		Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	XHREZ 93.1 FM	Social	
		Veracruz, Veracruz	XHVER 90.9 FM	Social	
10	Felipe de Jesús de los Santos Cigarroa	Tonalá, Chiapas	XHFJSC 102.5 FM	Social	

(continuación)

Núm.	Concesionario	Lugar	Frecuencia	Tipo de concesión	Núm. total de concesiones
12	José Rodolfo Calvo Fonseca	Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	XHRCF 94.7 FM	Social	
12	Armando Sergio Fuentes Aguirre	Saltillo, Coahuila	XHAAL 97.7 FM	Social	
13	José de Jesús Navarro Franco	Capilla de Guadalupe, Jalisco	XHCAG 94.3 FM	Social	
14	Rodrigo Rodríguez Reyes	Encarnación de Díaz, Jalisco	XHRRR 89.5 FM	Social	
15	Julián Orozco González	Tala, Jalisco	XHRGO 104.7 FM	Social	
16	Belisario Virgilio Alvarado Alvarado	Tepatitlán de Morelos, Jalisco	XHTMJ 99.1 FM	Social	
17	Roberto Rodríguez Gómez	Tejupilco de Hidalgo, México	XHTEJ 88.3 FM	Social	
18	Blanca Estela Castañeda Terán	Cd. Hidalgo, Michoacán	XHCHM 97.7 FM	Social	
19	Flavio René Acevedo	Morelia, Michoacán	XHMOM 99.1 FM	Social	} Dos sociales
		Pátzcuaro, Michoacán	XHPAT 106.5 FM	Social	
20	Alfonso Ibarra Valdés	Zitácuaro, Michoacán	XHZTM 89.1 FM	Social	
21	Delia Rodríguez Arreola	San Nicolás de los Garza, Nuevo León	XHPEDX 96.9 FM	Social	

(continuación)

Núm.	Concesionario	Lugar	Frecuencia	Tipo de concesión	Núm. total de concesiones
22	Abel Santiago Miguel	Asunción Nochixtlán, Oaxaca	XHASU 98.1 FM	Social	
23	Rutilio Carlos Méndez Martínez	Santiago Juchitahuaca, Oaxaca	XHJUX 94.7 FM	Social	
24	José Luis Chavero Reséndiz	San Juan del Río, Querétaro	XHSJR 104.1 FM	Social	
25	Sebastián Uc Yam	Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo	1) XHRTO 100.5 FM	Social	Dos sociales y una comercial
			2) XHECPQ 102.1 FM	Comercial	
	José Ma. Morelos, Quintana Roo	XHYAM 88.1 FM	Social		
26	Gastón Alegre López	Sta. Martha, Quintana Roo	XHCANQ 102.7 FM	Social	
27	Ma. de Lourdes Robeson Chávez	Agua Prieta, Sonora	XHAGP 92.7 FM	Social	
28	Ageo Hernández Hernández	Álamo Temapache, Veracruz	XHATV 104.3 FM	Social	
29	Josefina Reyes Sahagún	Fresnillo, Zacatecas	XHRRRA 106.1 FM	Social	Dos sociales
		Jalpa, Zacatecas	XHJRS 95.1 FM	Social	

Elaboración propia a partir de la información sobre infraestructura de concesiones de AM y FM consultada en el sitio *web* del IFT, en febrero de 2019.

Conclusión

Frente a las condiciones que genera el contexto digital, la radio comunitaria no puede ser otra que el espacio de la expresión, la deliberación y la comunicación. La radio comunitaria concebida desde la pluralidad, es aquella en la que se expresan complejos entramados sociales con necesidades e intereses lingüísticos, étnicos, políticos y culturales en el amplio entramado de la diversidad.

Como hemos dicho, en México se han desarrollado distintas experiencias radiofónicas en el campo de lo comunitario, aunque con identidades distintas. En opinión de Calleja, es necesario que las radios comunitarias regularicen su situación jurídica, aprovechen los mecanismos que la ley les otorga y que, a partir de ahí, exijan los cambios necesarios.

Iniciar el proceso es un mecanismo de protección, no se puede iniciar una lucha de resistencia por el territorio si no generas también las condiciones de protección para la gente, porque lo que haces es ponerla más vulnerable. Ahora hay ciertos mecanismos de exigibilidad, antes no había nada. Tú tienes que iniciar el proceso, tienes que decirle al IFT que te ayude a hacer el expediente y que además tienes que decirle que te done el transmisor (Calleja, 2018).

Aún está por evaluarse la incidencia que las nuevas atribuciones legales han tenido en el desarrollo y consolidación de los medios comunitarios. Sobre todo, será necesario explicar de qué manera se beneficia la expresión de la diversidad ideológica, cultural y étnica con las nuevas políticas de comunicación del Estado, para avanzar en la democratización de la sociedad. También hacen falta estudios más minuciosos de los medios comunitarios, el acceso a la tecnología, su influencia en el desarrollo de sus comunidades y de la calidad de la participación social. Para ello tendríamos que tomar en cuenta ejes de análisis como los siguientes: a) objetivos del proyecto político, social o cultural; b) bases sociales de las radios comunitarias; c) formas de organización; d) estructuras y órganos de gobierno;

e) mecanismos de participación social; f) calidad y utilidad social de los contenidos; g) estrategias de financiamiento; h) relación con la comunidad/audiencias; i) relación o ubicación con respecto al poder local, regional y nacional. Algunos de estos puntos los veremos desarrollados en los estudios de caso que contiene este libro y forman parte de un proyecto de investigación en desarrollo.

Bibliografía

- BELTRÁN, Luis Ramiro. Trabajo presentado en la inauguración de la Cuarta Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL), en Lima, Perú, el 23 de febrero de 1993, citado en Alfonso Gumucio Dragón y Thomas Tufte, *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de comunicación para el cambio social / Plural editores, 2008, p. 614.
- CALLEJA, Aleida y Beatriz Solís. *Con permiso. La radio comunitaria en México*. México: Asociación Mundial de Radios Comunitarias / Asociación Mexicana de Derecho a la Información / Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos, AC, 2005.
- CALLEJA, Aleida. Entrevista realizada para este trabajo en agosto de 2018.
- CULTURAL SURVIVAL (compilador). *Situación de la radiodifusión indígena en México 2018*.
- CHÁVEZ FONSECA, María Eugenia. “Los entes federales están obligados a comprar publicidad con medios comunitarios e indígenas”. *Revista Zócalo*, núm. 209, julio, 2017, p. 48.
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN. *Reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión*. México, Secretaría de Gobernación, 11 de junio de 2013.
- GUMUCIO DRAGÓN, Alfonso. “La identidad de las radios comunitarias en riesgo”. *Defensor. Revista de derechos humanos*, núm. 10, octubre, 2011, p. 46.

- LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN. Disponible en la página electrónica de la Cámara de Diputados, del H. Congreso de la Unión.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. “Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público”. *Metapolítica*, vol. 5, núm. 17, 2001, p. 46.
- LÓPEZ ROCHA, Ma. Magdalena. “Panorama de los medios de comunicación en Oaxaca: Opciones para la diversidad”. En Elvira Hernández Carballido (compiladora), *Cruces identitarios. Investigadores, estudiantes y medios definen las nuevas caras de la comunicación*. México: Elementum, 2018, pp. 141-155.
- MÉNDEZ SILVA, Sergio. “El empleo abusivo del derecho penal en México contra las radios comunitarias”. *Defensor. Revista de derechos humanos*, núm. 10, octubre, 2011, p. 53.
- TREJO DELARBRE, Raúl. “Comunitarias: de once, diez”. *La Crónica*, 14 de junio de 2005.

DERECHO A LA COMUNICACIÓN Y RADIO COMUNITARIA EN MÉXICO: POLÍTICA & ROCK´N ROLL RADIO, UN ESTUDIO DE CASO

Juan Daniel Montaña Rico¹

El derecho a la comunicación es un derecho humano que tiene como centro y fundamento la libertad de expresión, principio necesario para la democracia. Los medios masivos y tecnologías de la comunicación son centrales para materializar el ejercicio de la libertad de expresión en las sociedades democráticas contemporáneas. Sin embargo, en países donde existe una gran concentración de la propiedad mediática, ésta representa un serio obstáculo para la expresión de la diversidad y pluralidad social, cultural y política. En México, la concentración de las estructuras de comunicación, en particular la radio y la televisión, en manos de unos pocos consorcios empresariales ha propiciado que durante décadas éstos acaparen el poder de decidir sobre el ejercicio de la comunicación y el acceso de los ciudadanos a los medios, imponiendo la explotación comercial del espectro radioeléctrico sobre su uso cultural, social o educativo.

Ante la falta de acceso a los medios de comunicación electrónicos, las radios comunitarias han surgido como una posibilidad para que

¹ Maestro en Comunicación y Política por la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

diversos grupos sociales, culturales y étnicos se expresen e involucren en la discusión sobre los asuntos públicos que les atañen e interesan. No obstante, hasta junio del 2013, México no tenía un marco legal que reconociera las características de la radiodifusión comunitaria ni existían procedimientos accesibles para obtener frecuencias radioeléctricas para este uso. Por el contrario, las radios comunitarias históricamente han sido objeto de una campaña constante de desprestigio y de una política de criminalización y persecución, perpetradas por el gobierno y las empresas mediáticas. A esto se suman los actuales ataques por parte del crimen organizado, sin que la autoridad intervenga para detener a los agresores, por lo que, en la mayoría de los casos, estos hechos han quedado impunes.

El presente trabajo busca exponer las posibilidades de incidencia que las prácticas de comunicación comunitaria pueden tener para ampliar la participación social en el espacio público mediático, así como para gestar mejores condiciones para el ejercicio del derecho a la comunicación de grupos sociales y comunidades. Del universo de radios comunitarias en México, se seleccionó para su estudio el caso de la emisora Política & Rock'n Roll Radio (P&RR), la cual transmitió por la señal del 97.7 FM, desde el centro de la ciudad de Hermosillo, Sonora, de 2012 a 2014.

¿Existe coherencia entre la propuesta comunitaria del proyecto político-comunicacional de la emisora y su puesta en práctica? ¿Cuáles son las formas de participación social que inciden en el espacio público y que fomentan la mediación entre la radio y la comunidad? ¿Cuál ha sido la incidencia de la emisora en los asuntos públicos de la localidad? ¿Contribuye la emisora a ampliar la expresión de la pluralidad social, ideológica y cultural en el espacio público mediático local? ¿Qué factores sociales, económicos, políticos y grupales amenazan el ejercicio comunicativo de la emisora y de los diferentes actores sociales que participan en ella? ¿Política & Rock'n Roll ha contribuido a crear condiciones que garanticen el derecho a la comunicación de aquellos ciudadanos que históricamente no han tenido voz en los medios comerciales ni gubernamentales? Estas son algunas de las interrogantes que orientan esta reflexión.

Derecho a la comunicación, ciudadanía y democracia

La primera formulación profunda y argumentada sobre la comunicación como un derecho se presentó en el Informe MacBride,² publicado en 1980 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), documento que lo definió como un derecho humano integral, individual y colectivo, compuesto por derechos de comunicación específicos, como el de ser informado e informar; de participar en la comunicación pública, de reunión, de discusión, de participación, a la cultura, a la elección, a la privacidad, a la libertad de expresión y prensa, entre otros derechos vitales en la realización de los derechos humanos (MacBride, 1987, p. 150). El derecho a la comunicación es amplio y no se limita a los medios de comunicación; sin embargo, en la sociedad contemporánea, como afirma la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH): “son los medios de comunicación los que sirven para materializar el ejercicio de la libertad de expresión” (1985, p. 10), por tal razón, este derecho requiere la disponibilidad de los recursos técnicos y tecnológicos para facilitar los procesos de comunicación social (MacBride, 1987, p. 150).

En la actualidad, el derecho a la comunicación es entendido por Damian Loreti y Luis Lozano como “el derecho a existir en un mundo cada vez más interrelacionado por las comunicaciones, en el que la pelea por la visibilidad va de la mano de la lucha por la supervivencia” (2014, p. 55). La anterior definición se refuerza con la afirmación de Martín-Barbero acerca de que uno de los modos más evidentes de exclusión ciudadana en la actualidad es: “la desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/ contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, tanto en el de las mayorías como en el de las minorías” (2001, p. 49). El derecho a la comunicación se fundamenta en la libertad de

² Este informe fue producto de una década de tensas discusiones internacionales en el seno de la ONU, a raíz de que los países periféricos empezaron a cuestionar la dependencia económica y el flujo dominante de información proveniente de las grandes potencias.

expresión, principio que es requisito absoluto para la democracia. Dicho principio es resumido por Loreti y Lozano como “el derecho de las personas a tomar la voz pública y hacer conocer a los demás lo que piensan o la información que poseen” (2014, p. 26). Se configura como profundamente individual y un bien público; por un lado, promueve que todo individuo puede expresar su propio pensamiento y utilizar cualquier medio apropiado para difundirlo al mayor número de destinatarios; por otro lado, fomenta el intercambio de ideas e informaciones entre las personas, por lo cual implica también el derecho de todos a conocer diversas informaciones y opiniones (CIDH, 1985, p. 10). La problemática en torno a esta libertad en la sociedad contemporánea es la existencia de enormes niveles de desigualdad en el control y acceso a los medios, debido a la gran concentración de la propiedad de las estructuras mediáticas que se fomenta desde el mercado.

Enrique Sánchez Ruiz (2009, p. 195) observa que los consorcios que controlan los medios suelen adquirir un vasto poder de mercado y poder para ejercer influencia en el plano cultural. Por consiguiente, como afirma Patricia Ortega (2010, p. 149), tienen la capacidad de generar consensos, determinar la agenda pública, así como acaparar el espacio público para orientar la opinión en los asuntos que les conviene, con lo cual restringen el acceso a la mayoría de los ciudadanos.

Las consecuencias son bastas, apuntamos algunas: limitación de la expresión de la diversidad social, ideológica y étnica; estandarización de la oferta cultural; mercantilización de la información (Ramonet, 2005, p. 196); fomento de la homogeneización de la expresión identitaria y cultural hacia un ethos consumista (Ó Siochrú, 2005, p. 35); censura empresarial (Fiss, 2009, p. 217); construcción hegemónica y naturalización de las representaciones acerca de la política, el rol ciudadano, la estigmatización del conflicto político y la idea de consenso como acuerdo de partes ya constituidas e inmodificables en tanto ideal democrático (Mata, 2002, p. 74). En suma, la concentración mediática bajo la lógica del mercado genera condiciones desiguales para el ejercicio de la libertad de expresión

y el derecho a la información; restringe las cualidades de los medios para potencializar un espacio público democrático. Y en una sociedad de altos niveles de apropiación privada de los medios, esta libertad es de unos cuantos, lo que viola el principio de igualdad.

Para garantizar la libertad de expresión, como afirman Loreti y Lozano, es necesario “fomentar la igualdad como medio para proteger y volver efectiva esa libertad de comunicar” (2014, p. 48). Ése es el aporte del derecho a la comunicación, pues cuestiona las estructuras sociales e institucionales que permiten los procesos de concentración de los medios masivos —ya sea por el Estado o la iniciativa privada— (Ó Siochrú, 2005, p. 25); promueve la cultura democrática, lo que implica que todos, y no sólo las élites políticas, culturales o económicas, puedan participar bajo las mismas oportunidades en la discusión sobre asuntos públicos (Loreti y Lozano, 2014, p. 42).

El derecho a la comunicación se concibe como la creación de las condiciones que hagan efectivo el ejercicio pleno de la libertad de expresión y, con ello, propiciar un ambiente en el cual la interacción, la comunicación y la deliberación social tienen más posibilidades de ocurrir de forma libre, y para beneficio a escala de la sociedad. Para crear dichas condiciones es perentorio la actualización de las normativas legales y políticas públicas que regulan los sectores de telecomunicación y radiodifusión, con el fin de articular y garantizar un conjunto más amplio de derechos relativos a la comunicación, entre ellos: el derecho de recibir información veraz y plural; el derecho de réplica; los derechos de las audiencias; la protección a periodistas y comunicadores; el acceso universal a los medios de comunicación necesarios y de elección para participar en la esfera pública. El derecho a la comunicación adquiere sentido pleno cuando estos derechos son valorados en conjunto, como un grupo interrelacionado (Ó Siochrú, 2005, p. 23).

La perspectiva del derecho a la comunicación, como observa Osvaldo León, conlleva una concepción de democracia “que reivindica una ciudadanía participativa y proactiva para tener voz y voto en las decisiones que vertebran su destino” (2013: 16). La comunicación vista así hace necesario, según Jesús Martín-Barbero:

insertar las relaciones comunicación/política en un mapa cruzado por tres ejes: la reconstrucción de lo público, la constitución de los medios y las imágenes en espacio de reconocimiento social, y las nuevas formas de existencia y ejercicio de la ciudadanía (2001a, p. 76).

Las nuevas formas de ejercicio de la *ciudadanía* se pueden ubicar como respuesta a los procesos de adelgazamiento del Estado en distintos países, tanto en Europa como en América, a partir de la expansión de las políticas neoliberales a finales del siglo xx. Con la introducción de estas políticas, el Estado ha retraído su participación de ciertos sectores necesarios para garantizar el bienestar social y los derechos sociales.

La administración de esos sectores ha sido apropiada por la emergencia de nuevos poderes que provienen, principalmente, de las fuerzas del mercado. Entonces, los individuos deben vincularse no sólo al Estado, sino también a los nuevos poderes para demandar y reivindicar sus derechos negados o no reconocidos, lo que se ha expresado en la irrupción de nuevos actores y movimientos sociales.

Frente a estos cambios, Mata propone ampliar el concepto de ciudadanía para desbordar el término formal y legal que pone énfasis en el individuo como sujeto privado y libre de acción con respecto a deberes y derechos en relación con el Estado. Para la investigadora, la ciudadanía debe entenderse como práctica social frente al poder:

un modo específico de aparición de los individuos en el *espacio público*, caracterizado por su capacidad de constituirse en sujetos de demanda y proposición respecto de diversos ámbitos vinculados con su experiencia: desde la nacionalidad y el género hasta las categorías laborales y afinidades culturales (Mata, 2002, p. 66) [...] es la capacidad de ser sujeto en todos los ámbitos en que se construye el poder y, por consiguiente, como práctica que implica el participar efectivamente en la elaboración de las reglas que, con validez de norma instituida o legitimada, tienen capacidad de ordenar la vida en sociedad (Mata, 2006, p. 8).

El concepto que propone Mata rescata el valor de la acción colectiva, pues apela a la emergencia de identidades sociales. Además, como la ciudadanía se vincula a la experiencia de los sujetos, se agrega que es histórica (2006, p. 14). Asimismo, se entiende que no es única ni homogénea, pues como describen Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998), “es múltiple en las agendas, en las formas de organización, en los actores sociales y en las identidades colectivas. Por lo tanto no es un sector exento de conflictos” (s/p).

Respecto al eje concerniente a la *reconstrucción de lo público*, Ortega (2006, p. 40) entiende el concepto de *espacio público* como la esfera intermedia en la que la sociedad civil mantiene relaciones cooperativas y conflictivas con el Estado –y sus instituciones políticas– y el mercado –o el sector privado comercial–. Además, como afirma Mata (2011, p. 8), el espacio público se puede pensar, por un lado, como escenario de constitución/afirmación de las identidades sociales y de los sujetos políticos; y, al mismo tiempo, como esfera de interlocución que permite, no sólo la afirmación, sino la visibilidad de actores y de tópicos que se reconocen como públicos. Por tanto, el espacio público se amplía en los procesos de comunicación.

De ahí la importancia del tercer eje de Martín-Barbero: *la constitución de los medios y las imágenes en espacio de reconocimiento social*. En las sociedades contemporáneas, los medios masivos y las tecnologías de comunicación adquieren una centralidad insoslayable en la *representación de lo social*, en la *visibilidad* de sujetos y temas, así como en la *circulación y socialización* de los diferentes discursos y para la *deliberación social* (German Rey, p. 2000). En suma, los medios poseen cualidades para constituir y potencializar un espacio público abierto, plural y democrático. Empero, ese potencial choca con el obstáculo de su concentración y control –en particular el caso de la televisión y la radio–³ en manos de unos cuantos grupos empresariales que, en su mayoría, anteponen criterios de rentabilidad por

³ Las estadísticas demuestran que para la mayoría de la población mexicana todavía hoy son los grandes medios, en particular la televisión, la fuente primaria de información y entretenimiento (INEGI, 2016).

sobre aquellos de interés social; restringen los temas, los enfoques, su socialización y la deliberación social, a merced de las decisiones e intereses de unos cuantos: los dueños de los consorcios mediáticos.

La radio comunitaria

La radio comunitaria es una práctica de comunicación mediática que cuestiona la preponderancia de la comunicación comercial y la excesiva concentración en la propiedad de los medios y, a la vez, propone nuevos modelos de comunicación social. Las experiencias de estas emisoras son heterogéneas y particulares, debido a las diferentes necesidades, problemáticas y condiciones históricas, sociales, económicas y políticas de los contextos donde han surgido. Por tal razón se les ha conocido con diferentes nominaciones: educativas, populares, participativas, comunales, locales, libres, asociativas, propaladoras, truchas, rurales, indígenas, alterativas,⁴ horizontales, radicales, democráticas, ciudadanas, del tercer sector, otros medios o la otra comunicación, etcétera; nombres que expresan alguna característica particular que, según el contexto, cobran un sentido determinado; o por el enfoque teórico a través del cual se han reflexionado.

En la actualidad, los términos de radio comunitaria y ciudadana se encuentran altamente difundidos y aceptados.⁵ En especial, la noción de radio comunitaria ganó consenso a partir del ejercicio de nuevas formas de ciudadanía, lo que originó el surgimiento de emisoras gestionadas por diversos actores sociales (estudiantes, mujeres, ecologistas, el movimiento de lesbianas, gays, bisexuales y transgénero, LGBT, etcétera.) con objetivos político-culturales más

⁴ Término propuesto por Rafael Roncagliolo en un discurso en la V Asamblea Mundial de AMARC. Oaxtepec, México, 1992.

⁵ Depende desde donde se enuncie. Por ejemplo, radios de Oaxaca, donde conceptos como comunidad, comunalidad y autonomía están muy arraigados, se identifican más con lo comunitario que lo ciudadano, de ahí que prefieran hablar de “comunalización” en lugar de “democratización” o “ciudadanización” de los medios (Medios Libres de Oaxaca, 24 de septiembre de 2012).

específicos⁶ y dirigidos a audiencias mixtas. Estos medios abrieron sus espacios a las distintas comunidades sociales, culturales y políticas—rurales o urbanas—y visibilizaron así la diversidad social. Fue entonces que la noción de radio comunitaria empezó a tener mayor centralidad, pues la tarea de estos medios era *hacer común* el espacio público para exponer las diferencias.

A pesar de existir consenso en su denominación, las radios comunitarias no pueden definirse como un modelo unificado de comunicación, pues como explica Alfonso Gumucio: “las experiencias son tan diversas como los ámbitos culturales y geográficos donde se desarrollan” (2001, p. 9). Al respecto, Ernesto Lamas observa que sólo “pueden comprenderse en el marco de las situaciones sociales en las que nacen, de las realidades sociales en las que surgen y a las que pretenden transformar” (2003, p. 4). Además, para comprender a las radios comunitarias, es fundamental conocer a los sujetos que las construyen, gestan y que definen sus objetivos político-culturales.

Si bien existe la dificultad para establecer una definición estrecha de radio comunitaria, se pueden identificar una serie de características generales, que les son comunes a estos proyectos, y que, al momento de operar en un contexto determinado, adquieren su especificidad: a) tienen un proyecto político-comunicacional con el cual buscan alcanzar cambios posibles y modificar las relaciones sociales existentes; b) visibilizan a grupos sociales excluidos tradicionalmente del espacio público mediático; c) crean y refuerzan vínculos sociales al fomentar el reconocimiento de la heterogeneidad de identidades y la creación de un sentido de pertenencia; d) hay accesibilidad y apropiación colectiva-comunitaria de los procesos de producción y emisión de mensajes, así como en la planeación, sostenibilidad y gestión del medio; e) contribuyen a la construcción de ciudadanía; f) buscan tener independencia editorial y autonomía económica y dirigen su actividad sin fines de lucro.

⁶ Las radios en los años setentas y ochentas, llamadas alternativas y populares, respondían sobre todo a un proyecto revolucionario, de corte socialista o anarquista, que pretendía transformar al sistema capitalista social injusto.

El contexto de Política & Rock´n Roll Radio

La emisora comunitaria Política & Rock´n Roll Radio 97.7 FM (P&RRR) transmitió desde el centro de la ciudad de Hermosillo, capital de Sonora, de 2012 a 2014. El municipio del mismo nombre se ubica en la parte centro del estado, a 270 km de la frontera con los Estados Unidos. El gobierno del estado de Sonora estuvo en manos del Partido Revolucionario Institucional (PRI), desde 1929 hasta 2009, año en el que el Partido Acción Nacional (PAN) ganó la gubernatura. Mientras que el municipio de Hermosillo estuvo en manos del PAN de 1997 a 2015, a excepción del período 2006-2008. Sin embargo, en 2015, tanto la entidad como su capital fueron recuperadas por el PRI.

El antecedente de P&RR fue la experiencia de comunicación comunitaria de Radio Bemba FM, emisora que transmitió por primera vez con un watt de potencia, y sin permiso, el 11 de noviembre de 2000, por la señal del 107.7 FM, dentro de las instalaciones del Departamento de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de Sonora (UNISON). La estación fue gestada por estudiantes junto con Carlos Aparicio Gómez,⁷ quien fue director de Radio Bemba. Ésta se caracterizó por su contenido musical basado en el género rock.

Con el tiempo, Radio Bemba fue sumando a otros sectores, como sindicatos y ambientalistas y, con el propósito de garantizar la diversidad de ideas, basó su programación en los siguientes ejes temáticos: derechos humanos, género, medio ambiente, diversidad sexual, cultura alternativa y migración.

Por presiones de la institución educativa y de los medios comerciales, en 2002, salió del aire y abandonó el campus universitario. Meses después, volvió a transmitir por la señal del 103.3 FM. A partir de entonces, los actores sociales se propusieron buscar el

⁷ Figura clave en Radio Bemba, ha sido su único director. Fue representante de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en México, Amarc-Mx, de 2007 a 2010, y para América Latina y el Caribe (Amarc-ALC) de 2010 a 2013.

permiso⁸ por parte del Estado, con el fin de tener certeza jurídica, acceder a más financiamiento y mejorar técnicamente. Para llevar a cabo el proceso legal, tres personas conformaron la asociación civil Comunicadores del Desierto y se acercaron a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias sección México (AMARC MX). Cobijados bajo su estrategia política, obtuvieron la licencia en 2005, junto a otras diez emisoras, y se les asignó la señal del 95.5 FM. En ese mismo año, dio inicio, como parte de su programación, el noticiero matutino *Política & Rock 'n Roll (P&RR)*, producido por Amílcar Peñúñuri y Alejandro Cabral, el cual rápidamente se convirtió en el espacio con más audiencia de la emisora.

Después de una década de existencia, Radio Bemba se convirtió en un espacio y símbolo de participación de diversos sectores de la sociedad civil hermosillense y se enfrentó al poder político. En el año 2011, sin embargo, al interior de la radio se sufrió una fuerte crisis que se había venido gestando años atrás. Los productores de *P&RR* y de otros programas evidenciaron que, desde la dirección, se estaban cometiendo ciertos abusos, ésta se encontraba muy próxima a los intereses del gobierno estatal y faltaba transparencia en el uso de los recursos; por lo cual los productores propusieron democratizar la estructura de gobierno y toma de decisiones de la emisora. Ante dichos reclamos, diferentes productores fueron expulsados de forma discrecional, hasta que el 22 de abril de 2011, el noticiero fue destituido.

La presencia social que tenía el noticiero se vio reflejada en el apoyo que obtuvo de su audiencia y de periodistas de otros medios, cuando la dirección de la radio cesó su transmisión. Al finalizar la última edición del informativo, alrededor de 50 radioescuchas se congregaron afuera de las instalaciones de la emisora para exigir que

⁸ Hasta el 2013, la única vía con la que contaban las radios comunitarias para operar legalmente era con la figura jurídica del *permiso*, categoría que la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, artículo 13, determinaba para la “radiodifusión oficial, cultural, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades de gobierno y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios”. La reforma constitucional en la materia homologó el régimen de permisos y concesiones de radiodifusión, con el propósito de que únicamente existan concesiones.

el noticiero continuara. Durante las semanas siguientes, tanto productores de diversos programas, así como un comité que representaba a centenares de radioescuchas, intentaron entablar un diálogo con la dirección de la radio para que restituyera el programa, pero ésta sólo dio respuestas negativas a dicha petición. El director de la emisora, con el apoyo de la directora adjunta, respaldó sus posiciones. Ellos dos eran los únicos miembros activos de Comunicadores del Desierto, que era la figura legal que poseía la licencia y, con ello, el control de la emisora.

El cierre del noticiero también recibió cobertura y solidaridad por parte de periodistas y comunicadores locales, para quienes el hecho resultaba ser un caso de censura periodística. Comunicadores y productores de diversos programas de noticias en otras radiodifusoras como Juan Carlos Zúñiga,⁹ Alberto Medina¹⁰ y Fernando Fuentes Fierro¹¹ dieron cabida en sus programas a Peñúñuri y Cabral, con lo que, el 29 de abril de 2011, dio inicio *P&RR en el exilio*. El apoyo a *P&RR* consistió en la inclusión de pequeñas secciones con el formato habitual del noticiero en los programas radiofónicos que encabezaban dichos comunicadores.

Para el 3 de mayo de 2012, la mayor parte de las personas que participaban en Radio Bemba fueron expulsadas y ésta desapareció oficialmente. La dirección inició un nuevo proyecto: Zoom 95.5 FM, La radio alternativa del desierto, con un modelo semejante al comercial pero de corte musical alternativo. Frente a esta situación, los actores sociales que defendieron el noticiero y demandaban democracia al interior de Radio Bemba, decidieron –después de largas discusiones e investigación– fundar una nueva emisora que respetara los principios comunitarios que le dieron vida al primer proyecto y que hubiera mayor democracia al interior de la radiodifusora para

⁹ En ese momento era conductor del noticiero matutino transmitido por la señal de 102.7 FM, propiedad de grupo ACIR.

¹⁰ Productor y conductor del noticiero Proyecto Puente, que en ese entonces era transmitido por la señal del 100.3 FM de UNIRADIO.

¹¹ Productor y conductor del programa La Venganza de Chunga, transmitido por Radio Universidad.

la toma de decisiones, así como respeto a los derechos de la audiencia. Para llevar a cabo el proyecto de la nueva estación radiofónica y solicitar el permiso correspondiente, formaron Autogestión Comunicativa AC. Iniciaron los trámites el 1 de junio de 2012 y, justo después de entregar el expediente a la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), lanzaron, sin esperar la autorización, la señal de Política & Rock'n Roll Radio por la frecuencia del 97.7 FM, con 150 watts de potencia. Autogestión Comunicativa AC fue integrada por seis socios, tres mujeres y tres hombres, de los cuales tres eran radioescuchas integrantes de la red ciudadana, una productora independiente que había estado en Radio Bemba y los dos productores del informativo *P&RR*.

Inmediatamente después de haber iniciado las transmisiones, los integrantes de la nueva asociación civil realizaron la solicitud de ingreso a la AMARC México, como una estrategia para fortalecer al medio y tener más posibilidades de obtener el permiso. Sin embargo, su admisión a la Asociación fue obstaculizada por la influencia del director de Zoom FM, quien era representante de AMARC ALC en ese momento.

Para ese entonces, Hermosillo contaba con 15 concesiones y tres permisos para prestar el servicio de radiodifusión, de las cuales, 11 eran emisoras de AM y siete de FM. Las concesiones estaban en manos de grupos de radiodifusores nacionales: cinco eran propiedad de Radio SA, tres de Grupo Acir, tres de Radiorama; y tanto MVS, como Ramsa, Grupo Radiodifusoras Capital y grupo Imagen poseían una cada uno. Los títulos de los permisos estaban en manos del gobierno del estado, la Universidad de Sonora (UNISON) y Comunicadores del Desierto AC.

La programación inicial de *P&RRR* constó del noticiero matutino y de una pequeña barra independiente que se transmitía en horario vespertino. Con el paso del tiempo, llegó a albergar a unos 30 programas que abordaban diversos temas sociales, políticos y culturales. La emisora conservó los ejes temáticos de Radio Bemba, pero se diferenció de ésta al reconocerse como radio ciudadana y no comunitaria. En este período, la radio se involucró activamente

en movimientos sociales y coyunturas políticas, que afectaban a la ciudad y al estado. El 25 de marzo de 2014, cerca de la medianoche, funcionarios del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT),¹² acompañados de agentes federales, clausuraron y confiscaron P&RRR.

En 2013, se renovó la mesa directiva de AMARC Mx y fue electo el Dr. Héctor Camero,¹³ como representante de la Asociación. Cuando la nueva mesa directiva conoció las condiciones en las que había sido clausurada P&RR, y la situación legal por la que atravesaba la emisora hermosillense, ésta decidió aceptar su ingreso a AMARC, además de apoyar y acompañar su solicitud para obtener su licencia legal para transmitir. Con la asesoría del área jurídica y el acompañamiento de la Asociación, el expediente de P&RR pudo avanzar en el ya para entonces Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Los miembros de la emisora tuvieron una participación activa en todas las reuniones que se celebraron para llevar a cabo el procedimiento legal para la obtención del permiso, así como en la consulta pública que realizó el IFT sobre los Lineamientos Generales para el Otorgamiento de Concesiones, en el rubro de las de uso social comunitario e indígena. El 6 de noviembre de 2015, se le notificó a Autogestión Comunicativa AC que se le otorgaría la primera concesión social comunitaria en México, la cual recibió oficialmente en febrero de 2016.

El camino recorrido

El estudio de caso se basó en el uso de diferentes técnicas cualitativas y procedimientos para la recolección y tratamiento de datos. Como se indicó anteriormente, las emisoras poseen una serie de

¹² Organismo autónomo creado a partir de la reforma en telecomunicaciones, encargado de regular los sectores de la radiodifusión y las telecomunicaciones y al cual se le otorgó la atribución de asignar las concesiones.

¹³ Director de Radio Tierra y Libertad. Fue electo representante nacional de la Red de Radios Comunitarias de México, AC / Amarc-Mx, para el período 2013-2016.

características generales que les son comunes y que, al momento de operar en un contexto determinado, adquieren su especificidad. Por tanto, el estudio de caso de una radio comunitaria específica es un camino viable para aportar elementos que nutran el conocimiento que se tiene sobre las implicaciones sociales y políticas de la práctica de la comunicación comunitaria, así como sobre sus propuestas y modelos.

A continuación se apuntan los criterios con los cuales se seleccionó, del universo de radios comunitarias en México, a la emisora P&RRR para su estudio:

1) Conflicto. Esta emisora emergió a raíz de una problemática de cotos de poder que afectó la relación entre los gestores, productores y radioescuchas de Radio Bemba FM.

2) Pluralidad y diversidad. La emisora incorporó las voces de múltiples y diversos actores sociales, colectivos y movimientos sociales: estudiantes, activistas, feministas, ecologistas, sindicalistas, artistas, periodistas, anarquistas, comunistas, progresistas, entre otros.

3) Acción política. La emisora actuó como mediador entre grupos ciudadanos y el poder político, frente a problemas coyunturales de tipo social y político.

4) Facilidad para el trabajo de campo. Fue relativamente fácil el acceso a los documentos e informantes, ya que existía una relación previa con las personas involucradas con P&RRR.

Los anteriores criterios hicieron de la emisora un objeto significativo para su estudio, pues había grandes probabilidades de encontrar un conjunto de procesos e interacciones que arrojaran una nutrida información y que respondían a los planteamientos y propósitos de la investigación. El estudio se acotó a la dimensión de la gestión, producción y emisión radiofónica.

Se establecieron las siguientes categorías de análisis y sus respectivos indicadores, a partir de las características generales que le son comunes a las radios comunitarias, y de realizar las primeras aproximaciones al caso empírico:

Tabla 1.
Categorías e indicadores

Categoría	Indicadores
<p>Proyecto político-comunicacional: conjunto de estrategias que tienen como eje a la comunicación, con las cuales se busca alcanzar los cambios posibles y modificar las relaciones sociales existentes para dar lugar a sociedades justas e igualitarias. La dimensión del proyecto político orienta todo el accionar de la radio en sus aspectos organizativos, económicos y comunicacionales</p>	<p>Objetivos políticos-comunicacionales: metas y propósitos a alcanzar, con respecto a modificar las relaciones sociales, políticas y culturales existentes</p> <p>Estructura de propiedad: organización, estructura y funciones del grupo con la propiedad del medio</p> <p>Equipo de trabajo: conjunto de personas que se interrelacionan a partir de objetivos, se organizan con una metodología de trabajo y cuentan con una dirección, funciones y responsabilidades específicas</p> <p>Perfil de la radio: la manera como se define el proyecto radiofónico, el cual se expresa en sus rasgos estéticos, lenguaje, selección musical, formatos, contenido y mensajes</p> <p>Perfil del público: rasgos característicos del sector social o comunidades a quienes va dirigido fundamentalmente el contenido de la radio</p>
<p>Visibilidad: expresión de los discursos referentes a la realidad cultural, política y cotidiana de la pluralidad de actores sociales que participan en el medio y quienes, comúnmente, son excluidos de la deliberación social, por su limitado poder comunicacional</p>	<p>Actores sociales: sujetos individuales y colectivos que participan en diferentes espacios sociales, a la vez que tienen voz pública a través del medio, y que intervienen en su gestión y producción</p> <p>Agenda informativa: selección y jerarquización de temas, tópicos y contenidos de interés de orden público que promueve el medio</p>
<p>Vínculos sociales: construcción o fortalecimiento de proyectos comunes y lazos de solidaridad entre los diversos actores y organizaciones sociales; generación de nuevos núcleos de intercambio, convivencia, identificación y expresión político-cultural</p>	<p>Redes sociales: relaciones de apoyo y cooperación que fomenta la radio entre los diferentes actores y organizaciones a nivel local, regional y nacional</p> <p>Espacios de convivencia: uso de la radio por parte de los actores sociales para organizar, promover y generar espacios de encuentro extra mediáticos, dentro de la comunidad en la que interviene</p>

(continuación)

Categoría	Indicadores
<p>Accesibilidad: capacidad de los sujetos de intervenir e involucrarse en el medio de manera libre, autónoma y activa para sustentar, orientar y optimizar el proyecto político-comunicacional. La accesibilidad expresa la apropiación social del medio y se puede dar en varios niveles</p>	<p>A nivel de producción y difusión: consiste en la participación de los grupos sociales en la elaboración, edición y transmisión de contenidos, de mensajes y programas</p> <p>A nivel de planeación: consiste en el involucramiento de los sujetos sociales en la formulación de las políticas, principios, reglas, metas y objetivos del medio; y en la elaboración de las acciones y pasos a seguir, para alcanzar las anteriores formulaciones</p> <p>A nivel de gestión: involucramiento de los sujetos en el proceso de administración y control del medio. Esto implica participar en los procesos de articulación de los objetivos con el modo organizativo; en la adecuación de los medios con los fines</p>
<p>Construcción de ciudadanía: capacitación y empoderamiento de actores sociales para desenvolverse, involucrarse, participar e incidir activamente, con mayor conocimiento, autonomía, estabilidad y responsabilidad en los asuntos públicos, con el fin de defender y ampliar derechos humanos, cívicos y sociales e impulsar cambios locales articulados a cambios globales</p>	<p>Espacios de participación social: espacios dentro de la programación de la radio que promuevan la discusión, el debate y participación social y plural de los problemas públicos locales, nacionales y globales, así como la comprensión de las estructuras y funciones de gobierno, políticas nacionales, derechos humanos, sociales y cívicos; denuncias, reivindicaciones sociales y propuestas para transformar a la sociedad con base en principios de justicia, libertad e igualdad. Así como las responsabilidades ciudadanas</p> <p>Procesos de aprendizaje: aprendizajes adquiridos por parte de los actores sociales respecto al entendimiento de la realidad social y política, a través de la participación directa en los procesos de producción de contenido</p>

(continuación)

Categoría	Indicadores
<p>Autonomía económica e independencia editorial: capacidad de la emisora para regirse y organizarse mediante sus propias normas, leyes y criterios, sin presiones externas, y construir su línea editorial de forma libre y plural. Capacidad para no comprometer el ejercicio del derecho a la comunicación, a no adquirir responsabilidades y ataduras político-económicas frente a organismos e instituciones tanto públicas (gobiernos, partidos políticos, etcétera) como privadas (empresas, iglesia, etcétera)</p>	<p>Sostenibilidad económica: métodos y mecanismos para generar los recursos suficientes que permitan desarrollar los objetivos de forma sostenida y continua</p> <p>Sostenibilidad social: métodos para generar compromiso y solidaridad de la comunidad, a través de la confianza en el uso de los recursos generados, como la transparencia y rendición de cuentas; el diseño de mecanismos colectivos para la toma de decisiones sobre su uso y administración. También implica compromiso de la audiencia y participantes en las diversas necesidades y acciones de la radio, por ejemplo con el trabajo voluntario</p> <p>Diversidad ideológica: coexistencia en el medio de la pluralidad de posiciones políticas, culturales y religiosas, con su propia independencia y autonomía en sus espacios y en relación a los objetivos del proyecto</p>

El siguiente paso fue analizar, a partir de las anteriores categorías, documentos y testimonios de los gestores, para identificar los objetivos político-comunicacionales que se plantearon para la construcción de P&RR como proyecto radiofónico comunitario. Después, se contrastaron los objetivos de la emisora con su puesta en práctica, con base en la experiencia de los actores sociales que participaron en la radio. Para esto, el corpus se conformó por tres documentos elaborados por los gestores de la emisora y presentados al pleno del IFT: a) acta constitutiva de Autogestión Comunicativa AC; b) escrito en alcance a la solicitud de concesión social comunitaria; c) propuesta para la definición de los lineamientos que deben guiar a una radio comunitaria. La selección de informantes se clasificó en tres tipos de perfil: a) gestores, b) trabajadores, c) productores. En total, la muestra de informantes constó de 16 sujetos: cinco gestores, dos trabajadores y nueve productores.

La técnica para la recolección de información fue la entrevista, en específico la entrevista individual y semidirigida, la cual permitió que los informantes reflexionaran sobre las condiciones sociales y políticas en las que se encuentran inmersos para gestionar una radio, ejercer la libertad de expresión y participar en los asuntos públicos. De esta forma, se pudo contrastar el proyecto de la emisora enunciado en los documentos claves y en la visión de los gestores, con su puesta en práctica, expresada y reflexionada de manera abierta por todos los actores durante las entrevistas.

P&RR como espacio de reconocimiento social

El punto de partida del análisis fue conocer cómo se construye P&RR como espacio de reconocimiento social. Para ello, fue necesario identificar quiénes gestaron la emisora, con qué objetivos, qué perfil desarrolló la radio, cómo se organizó para cumplir sus objetivos y propósitos, qué actores sociales participaron en ella y cómo hizo visibles e incidentes sus discursos en el espacio público. Fueron considerados como gestores, los miembros de Autogestión Comunicativa AC, en quienes se identificó el siguiente perfil general: son mayores de 40 años, cuentan con formación profesional y, a excepción de uno de sus miembros, todos han incursionado en la academia y la docencia universitaria. Cada uno de ellos ha participado en el activismo social desde diferentes áreas, en diferentes períodos y de diferentes formas: movimientos sociales, estudiantiles, anarquismo, sindicalismo, feminismo, el arte activista, grupos antisexistas, antiespecistas y de solidaridad con el zapatismo, entre otros.

En el documento que presentó la AC al IFT, para solicitar la concesión de uso social comunitaria, los gestores definieron a la radio comunitaria y sus objetivos de la siguiente manera:

como un proceso radiofónico que funciona mediante un sistema de comunicación circular, donde todas las partes involucradas seamos

transmisores y receptores de ideas y contenidos; una radio donde la interlocución sea una realidad, a diferencia de medios institucionales o empresariales, donde hay un discurso dominante por parte de quienes hacen la radio [...] Nuestra propuesta de emisora comunitaria se compromete a incorporar en todos sus contenidos la mayor parte de discursos posible.

A través de los objetivos, se expresan las concepciones que los sujetos tienen sobre la comunicación y su realidad social, pues el modelo que describen anteriormente los gestores se acompaña de una noción particular de pluralidad:

debemos entender que algunos discursos y expresiones culturales han sido impuestos por intereses mercantiles o de grupos de poder y, por lo tanto, tienen presencia suficiente e incluso excesiva en la realidad del cuadrante. Un medio comunitario, por el contrario, debe entender la *pluralidad* como la necesidad de sumar al imaginario colectivo aquellos discursos que han sido marginados de los medios industriales [...] La lucha de las radios comunitarias es por ayudar a reflejar la *pluralidad social* en las ondas hertzianas e intentar equilibrar la brecha entre los discursos, incidiendo de una manera propositiva en la agenda social.

El objetivo general de P&RR se puede enunciar entonces como: aportar pluralidad al espacio público mediático al visibilizar los discursos de los sujetos sociales con poca accesibilidad a los sistema de comunicación. Es un objetivo amplio y abiertamente político que, para Alejandro Cabral, socio y secretario de la AC,¹⁴ significa, por un lado, asumir la diferencia y entender: “El disenso como derecho humano [...] lo que te ayuda a construir es el disenso, una sociedad no avanza con iguales”; y, por otro lado, poner en el centro el tema de los derechos humanos: “Los Derechos humanos resumen los objetivos de la radio, y derechos de las audiencias sobre todo”. Por tanto, la emisora se puede concebir como un “proyecto político”,

¹⁴ Entrevista realizada para esta investigación el 26 de febrero de 2016.

como definen Aleida Calleja y Beatriz Solís a la radio comunitaria, en general, “en el sentido que asume compromisos y toma posición respecto a la problemática concreta en que vive” (2005, p. 24). Y la posición política que tomó P&RR fue de izquierda, en una concepción amplia. Así lo expresó Romeo Espinoza, socio vocal:¹⁵ “aunque sí somos definitivamente una radio con filiación política de izquierda, tampoco estamos necesariamente por romper todas las normas y todos los esquemas”. Idea reiterada por Cabral: “Aunque entre nosotros tenemos ideologías muy claras, o por lo menos la mayoría, tendemos todos hacia la ideología de izquierda, en su sentido más amplio, que es trabajar con las bases”. La concepción amplia de izquierda a la que se afilian los gestores se puede definir con palabras de Adolfo Sánchez Vázquez, para quien la izquierda se distingue por:

asumir con un contenido concreto, efectivo, ciertos valores universales: dignidad humana, igualdad, libertad, democracia, solidaridad y derechos humanos, cuya negación, programación retórica o angostamiento han sido siempre propios de la práctica política de la derecha (1999, p. 148).

Con esta postura, la radio albergó a actores sociales de diversas ideologías que se definen tradicionalmente de izquierda dentro del espectro político, como anarquistas, comunistas, progresistas, ecologistas, animalistas, feministas, entre otros.

Dentro de la postura política que enarbolaron, impulsar el activismo social¹⁶ fue relevante. Por eso, como comentó Judith Tánori, socia vocal,¹⁷ apuntaron el siguiente criterio para la accesibilidad

¹⁵ Socio vocal de la AC, con la función de relaciones públicas. Entrevista realizada para esta investigación el 19 de febrero de 2016.

¹⁶ Se entiende por activismo social a la actividad organizada y constante que un individuo o grupo promueve para intervenir en la vida pública, y efectuar cambios de índole social o política, desde una perspectiva de derechos humanos, en interacción, diálogo y disputa con el Estado, las instituciones políticas y los intereses del capital, pero con independencia de ellos (cfr. Luis Torres, 2006; Leonardo Gironde, 2011).

¹⁷ Socia vocal de la AC. Entrevista realizada para esta investigación el 5 de junio de 2016.

al medio: “Detrás de un programa, la idea es que haya un colectivo [...] pensando que los colectivos trabajaran sobre [algún eje temático]. Ayudar a que el activismo sea eficiente, que ayude a la sociedad, involucrar a más gente”. Bajo este criterio, se integraron a la barra programas producidos por colectivos, organizaciones y movimientos sociales tales como: el Movimiento Ciudadano por Justicia 5 de Junio (MCJ5J), el colectivo feminista Sangre Violeta, #yosoy132, sindicalistas, entre otros, quienes atendían problemáticas sociales y promovían la defensa de los derechos de la infancia, de los trabajadores, de las mujeres, de los animales y demás.

Lo anterior se vincula, a su vez, con otro objetivo: *construir ciudadanía*, que se expresó mediante el proceso de producción de información crítica y su difusión para promover la cultura política, a través de la socialización de los valores universales de la democracia. Para Romeo Espinoza, esto era un compromiso de P&RR: “la alfabetización política [mediante la generación de] programas que nos ayuden a comprender el entorno en el que estamos”. Con el fin de alcanzar este propósito, se incluyeron programas que promovieron los derechos humanos, como, por ejemplo, *Desde la Constitución*, producido por el abogado Ernesto Moreno, asesor jurídico,¹⁸ quien comentó:

El objetivo de esta radio es [...] acercar ciertos derechos a la comunidad, construir ciudadanía, etc. Si logramos eso [...] dar a conocer derechos a la gente, hacer que la gente haga valer sus derechos como comunidad, ahí estaremos alcanzando el objetivo de radio comunitaria y podemos ser un factor de cambio social.

El contenido dirigido a fomentar la cultura política se emitía durante toda la programación regular, como describió el presidente de la asociación, Amílcar Peñúñuri:¹⁹

¹⁸ Asesor jurídico de la AC. Entrevista realizada para esta investigación el 22 de febrero de 2016.

¹⁹ Socio y presidente de la AC. Entrevista realizada para esta investigación el 23 de febrero de 2016.

No sólo en los programas, sino que en los bloques —que vendrían a ser los bloques comerciales en las radios comerciales—, nosotros tratábamos de difundir mensajes para contribuir a la conciencia social sobre temas políticos, culturales, ambientales, etcétera.

Se identifica que en la concepción y práctica de P&RR, construir ciudadanía refiere a la producción y transmisión de contenido que, como afirma Cicilia Peruzzo (2001, p. 85), propicie la *educación para la ciudadanía*, que es: “preparar al individuo para el ejercicio de sus derechos como persona y como ciudadano, es decir, de sus derechos civiles, sociales y políticos”.

Se identificó que la participación de los sujetos en los procesos de comunicación también fue central en la construcción de ciudadanía. Al respecto, Leyla Acedo comentó:

Tuvimos que aprender de estrategia política y comunicación ahí. Aparte de que aprendí cuestiones de producción, para mí fue una época enriquecedora a nivel profesional y personal como feminista, porque tuvimos que entablar diálogo con otros grupos, y sobre todo a valorar. Digamos, siempre ser un medio en resistencia te brinda una perspectiva y un panorama muy distinto, las necesidades de la población encarlarlas de forma distinta. Yo creo que es un medio necesario, no sólo a nivel comunicativo sino como formador, te cambia la perspectiva estar detrás de un micrófono y armar un programa, te ayuda a crear redes, proyección, un entendimiento de lo social distinto.

Su coproductora, Alejandra Enríquez,²⁰ tuvo una apreciación similar: “El programa fue muy formativo para muchas de nosotras. Nos ayudaba a entender todos los asuntos que tenían que ver con perspectiva de género, con feminismo, con activismo”. Como afirman Pasquali (2007, p. 62) y Martín-Barbero (2001a, p. 75), insertar a los sujetos en procesos de comunicación implica la reafirmación

²⁰ Activista feminista, coproductora de *Sangre Violeta*. Entrevista realizada para esta investigación el 24 de febrero de 2016.

de la identidad social y el reconocimiento de la alteridad, colocados en relaciones de conflictos, deliberación y negociación. En el caso de P&RR, estas implicaciones se dieron porque la emisora impulsó a los productores a investigar, analizar, interpretar, dialogar y enfrentar los discursos y posturas surgidas de la sociedad y el poder político.

El perfil académico de los gestores también se manifestó en el deber ser del proyecto radiofónico. Alejandro Cabral afirmó:

La academia es algo importante para nosotros. Si vamos a decir algo lo cual requiere un sustento, no nos vamos a ir al sentido común, nos vamos a ir con la gente que sabe. Para mí, ese es un principio fundamental de la radio.

Amílcar Peñúñuri agregó:

no queríamos ser aburrida, panfletaria, que repitiera lo mismo; sino tratar de hacer la crítica de manera creativa, analítica y, cuando se posibilitara, de la manera más *académicamente* posible, es decir, hacer una crítica inteligente.

Para los gestores, tener una formación académica representó un capital que les permitía no sólo desarrollar un contenido más profesional y crítico, sino también fortalecer políticamente la emisora, como se desprende del testimonio de Patricia Navarro:²¹ “aquí nosotros teníamos gente universitaria con mucha preparación política. La radio estaba fortalecida, todos éramos profesionistas con diferentes formaciones, académica y política”. El perfil académico explica el valor que los gestores daban a la divulgación de la ciencia dentro de su agenda informativa, esto a través de programas como *Ciencia y ciudadanía*, *K-bits* e *Indicios*, entre otros.

El activismo social, la academia y la disidencia fueron características del perfil de los gestores que se reflejaron en la práctica radiofónica, pero también en su audiencia. Judith Tánori describió:

²¹ Tesorera de la AC. Entrevista realizada para esta investigación el 24 de febrero de 2016.

“el tipo de audiencia estaba prefigurada, la gente que no tiene voz en otras partes, las activistas de años. Como que ya estaba ahí, ya puesto, que grupos, los que disienten”. Alejandro Cabral afirmó que la radio se dirigía a: “el universitario, el profesionista, a aquellas personas que, en sociología, se llama la *clase media ilustrada*: aquél sector que aun no teniendo los bienes económicos, sí tiene los bienes culturales para ser influyente en su sociedad”. Por su parte, el trabajador Christian Ortiz,²² coincidió en esa definición: “como *clase media*²³ un tanto educada [interesada en temas de política de la localidad], por ahí iba el sentido que dábamos a nuestras producciones”. Amílcar Peññuri también tuvo una impresión similar:

nuestra radio vino a ser escuchada por un sector *clase medio*, no necesariamente clase medio, pero sí ilustrado, con un cierto nivel de escolaridad y en un rango de edad muy amplio [...] con cierto nivel de conciencia social, política y, sobre todo, con gustos musicales muy ajenos a la cultura musical dominante local.

El mismo perfil de audiencia identificó el productor Ernesto Moreno: “era público universitario. Eran otros compañeros abogados, maestros, gente con cierta preparación, normalmente adultos”. Activismo y academia se entrecruzaron en la reflexión de la productora Leyla Acedo:²⁴ “yo sentía que en momentos éramos

²² Operador de programas independientes. Entrevista realizada para esta investigación el 26 de febrero de 2012.

²³ El concepto de clase media que utilizan los gestores concuerda con las observaciones que realizan Luis de la Calle y Luis Rubio (2010, pp. 14, 18): en un sentido coloquial, la noción de una persona de clase media se relaciona con una mínima independencia económica, aunque cuente con poca influencia política o social por sí misma. El concepto de clase media es elástico porque incluye a personas con ingresos muy distintos. El término comprende profesionales, comerciantes, burócratas, empleados, académicos, todos los cuales tienen un ingreso suficiente para vivir. La condición de un hogar de clase media trata, en esencia, de la vida de una familia en un contexto fundamentalmente urbano [...] En suma, la clase media se puede concebir como un conjunto de estratos diferenciados cuyas características comunes son esencialmente culturales, de actitud y de patrones de consumo.

²⁴ Abogada, doctorante en Ciencias Sociales con especialidad en Cultura Política. Trabaja temas sobre políticas públicas y género. Productora del programa *Sangre Violeta*. Entrevista realizada para esta investigación el 6 de junio de 2016.

contestatarias y, en otros, volvimos a lo académico [...] generalmente la gente que se comunicaba con nosotras era más del plano activista y, con ello, me refiero a gente de una educación universitaria”.

En su defecto, los criterios de activismo social, academia y disidencia implicaron algunas limitaciones para el objetivo de impulsar la pluralidad y visibilidad, como observó Leyla Acedo: “Yo sentía que la radio era de élite académica y activistas de Sonora, que está bien, pero sí hubiera estado suave abrirla más [faltó apertura] para grupos más vulnerables”. Martín-Barbero (2002a, p. 91) afirma que las emisoras comunitarias ofrecen la posibilidad para que diferentes sectores barriales y movimientos sociales locales sean reconocidos –socialmente– en el espacio público a partir de sus propios lenguajes, relatos y formas discursivas, en lugar de ser representados –mediáticamente–. Esta afirmación da pie a explicar que P&RR no alcanzó ciertos públicos de sectores barriales y vulnerables, porque no se realizaron programas donde se expresaran sujetos insertos en esos espacios sociales y sus problemáticas; en otras palabras, los discursos de la emisora no tenían correlato con el perfil y necesidades de dichos sectores. Además, se debe considerar el hecho de que ciertos sectores barriales, vulnerables y empobrecidos de las ciudades no se encuentran organizados –lo que constituye un criterio de accesibilidad– o están organizados por grupos relacionados con partidos de derecha, como es el caso de la organización Antorcha Campesina, vinculada al PRI y que tiene trabajo en varias colonias y poblados de la periferia.

Otro objetivo político comunicacional identificado en el proyecto de P&RR fue ser autogestivo, es decir, contar con autonomía económica e independencia editorial. Frente al poder político como al privado, los gestores aplicaron el siguiente criterio de accesibilidad: “no velar por intereses grupales, sino por los derechos de la generalidad”. En consecuencia, se asumieron como apartidistas y laicos para tomar distancia del poder político y el privado, y contar así con la libertad de fiscalizarlos periodísticamente. Gracias a la diversidad de actores sociales, P&RR desarrolló distintas fuentes de financiamiento: la organización de diversos eventos como tocadas,

proyecciones cinematográficas, venta de comida y suvenires, rifas, vendimias, cuotas voluntarias, entre otras; en todas ellas existía el propósito de que la audiencia fuera la base fundamental de nuestro sostenimiento pues, cómo reflexionó Amílcar Peñúñuri, eso era parte esencial del “proceso de apropiación de los radioescuchas [...] Lo importante son los procesos de identificación y apropiación, que la gente sienta como suya la radio”. Además permitía crear una comunidad fuerte alrededor de la emisora pues, como agregó Peñúñuri, “los eventos nos sirven para conocer a los radioescuchas, para romper ese mundo invisible entre productor y radioescuchas”. Y así fue para las productoras de Sangre Violeta, Alejandra Enríquez y Wendy Briceño²⁵: “Los eventos eran muy padres porque te aproximaban a la audiencia [...] Además, sí ayuda a crear una identidad, va creando un lazo”. En este aspecto, la experiencia de P&RR coincide con aquéllas analizadas por Alfonso Gumucio, a partir de las cuales reflexiona sobre la importancia de los procesos de apropiación de los medios comunitarios, para su permanencia:

No se trata simplemente de poseer los instrumentos, una radio, un periódico o un canal de televisión; se trata, sobre todo, de apropiarse de la gestión, de la creación y del proceso de comunicación que involucra la participación comunitaria (2011, p. 32).

Es decir, hacer partícipe a la comunidad de todos los aspectos que involucra la existencia del medio.

Para la autogestión también fue importante crear una comunidad fuerte al interior de la radio, que participara activamente. Para ello, los gestores formularon dentro de la estructura de propiedad áreas diferenciadas que permitieran la correspondencia entre dirección, producción-emisión y recepción: en primer lugar estaba la AC, seguida por la dirección de la radio y su equipo de trabajo; en tercer lugar, la asamblea de programas. Cada una con tareas y formas de

²⁵ Entrevista realizada para esta investigación el 24 de febrero de 2016.

participación específicas. Esta organización de áreas resultó efectiva tanto para los productores independientes, la dirección y la AC. Sin embargo, se identificó que una fuente importante de desacuerdos y problemas en el interior de la emisora fue la falta de compromiso de algunos colaboradores. Así lo experimentó Romero Espinoza: “En esta forma de asociaciones es muy difícil trabajar con tanta gente, causa conflicto, no todo el mundo jala en la misma sintonía, ni agarra el nivel de compromiso que los demás”. Leyla Acedo identificó la misma problemática: “creo que faltó disposición de varios programas que sólo iban, sacaban su chamba y ya, no había un interés por integrarse [...] No había una forma de participación equitativa”. Christian Ortiz observó que: “A la hora de la colecta de recursos faltaba esfuerzo [...] cada quien invierte lo que puede y lo que quiere”.

Se aprecia entonces que las radios comunitarias no están exentas de padecer los problemas que enfrenta cualquier organización social. Villamayor y Lamas (1998) afirman que en estas organizaciones, el principal riesgo es “la posible inconsistencia de quienes participan, ya sea porque se trata de grupos demasiado heterogéneos, internamente divididos o porque varían con el tiempo”. Para intentar contener la problemática, los gestores propusieron la construcción colectiva y no rígida de los reglamentos y reglas de convivencia, los cuales eran acuerdos verbales, socializados, discutidos y consensuados periódicamente en las asambleas de programas.

La concepción y práctica de ciudadanía en P&RR

El objetivo de la autogestión y el perfil de activismo social apuntaron a identificar la concepción de los gestores sobre la ciudadanía como un posicionamiento para la acción social con independencia, pero en interacción y tensión, frente a los distintos poderes que provienen del Estado y el mercado, como se valoró en el siguiente enunciado de Amílcar Peñúñuri:

El concepto de ciudadanía, aunque manoseado, mantiene un poder importante, cuando se habla de ella, lo referente sigue siendo libertad, autonomía, independencia, no sujeto a la lógica del poder político, sino defender los derechos de la gente.

Esta noción fue similar en el testimonio de Patricia Navarro: “la ciudadanización era parte de la independencia del gobierno, de los partidos y la independencia económica de grupos de poder”. En parte, los elementos que define la ciudadanía para los gestores coinciden con la proposición de Mata: P&RR se perfiló como un instrumento con el cual los sujetos debían tener la capacidad de reivindicar, en el espacio público mediático, sus derechos –humanos y cívicos– frente a los diferentes poderes con los cuales deben interactuar para hacerlos valer y ampliarlos, ya sea gobierno, instituciones públicas, grupos de poder económico o instituciones privadas. También se observó que en el caso de P&RR, las reivindicaciones surgieron a partir de la experiencia particular de los sujetos reafirmados en identidades sociales, como se comprende en la opinión de Christian Ortíz:

Los diferentes programas eran críticos hacia las diferentes instituciones según sus disciplinas, como los *Desde la Constitución* cuestionaban al poder judicial, a los ministros, el ministerio público [...] Los teatros hablaban mucho del Instituto Sonorense de Cultura, su materia de trabajo ahí estaba, y eran críticos [...] No era una radio que rompía con las instituciones, pero sí muy crítica a ellas.

Así lo reafirmaron dos productoras feministas del programa *Sangre Violeta*:

Hubo en su momento con una de las titulares del Instituto Sonorense de la Mujer (ISM) varias críticas claras a la gestión, pues, bastante mala de Dolores Galindo [...] Se clausuró el Instituto por parte de varias compañeras, se hizo un funeral simbólico porque estaba muerto (Alejandra Enríquez y Wendy Briceño).

Es decir, el sujeto a quien se cuestionaba y demandaba era a una institución y a un político en específico, y no a una abstracción como “el capitalismo”, “la burguesía” o “el imperialismo”, como sucedía con las radios alternativas en la década de los setentas y ochentas. Se observa también que un principio de P&RR era crear canales de interlocución y reconocimiento de la ciudadanía frente a las instituciones; mediar entre el ejercicio y práctica ciudadana y el poder político. En estas mediaciones, fue evidente la reafirmación de identidades sociales que se reivindicaron frente a ámbitos de poder. También se expresaron los alcances, limitaciones e implicaciones sociales y políticas de la emisora para dicha tarea. Por ejemplo, a partir de la experiencia relacionada con el género, la productora de *Sangre Violeta*, Leyla Acedo, expresó la importancia del programa para la consolidación e integración de vínculos y redes sociales de la comunidad feminista:

fue un nicho de redes importantes, todas estábamos en otros grupos, no sólo feministas, sino grupo de activismo político o simpatizaban con partidos políticos. [...] Se empezaron a crear redes nacionales [...] Todas teníamos redes y las empezamos a integrar en el programa.²⁶

Este fortalecimiento de la comunidad feminista fue relevante para la participación e incidencia que tuvieron durante el proceso legislativo para la tipificación del *feminicidio* como delito en Sonora, en 2013.²⁷ Respecto a esta experiencia, Acedo destacó:

Yo creo que no se hubiera podido lograr una articulación de tantas mujeres y grupos tan distintos si no hubiéramos tenido como de respaldo el programa. Todo lo que pasaba lo decíamos en la radio [...] la agenda

²⁶ En el caso de otros programas, como #YoSoy132alAire y el *Arte del Acto*, se observó que la mediación de la emisora no fue suficiente para fortalecer redes locales donde existía un escaso o nulo trabajo previo de organización social.

²⁷ La discusión pública sobre el tema tomó auge a partir del cruel asesinato de una joven a manos de su novio, el 1 de julio de 2013, en Bahía de Kino, Hermosillo. Para más información del caso, ver nota informativa “Asesinato de Priscilla fue feminicidio y fue brutal; padre” (Samaniego, 3 de noviembre de 2013).

fue transparente porque nosotras estábamos en el proceso de aprobación de la ley y estábamos en los micrófonos [...] yo creo que el hecho de tener el micro abierto y crear material fue un elemento de presión, pero también de necesidad de crear e impulsar una agenda. Y entender que no podíamos trabajar solas, que necesitamos a otras compañeras; y las compañeras entendieron que los micros también son de ellas [...] estaba haciendo agenda por medio de un medio de comunicación, pero también en la batalla de *lobby*.

Según este testimonio, el espacio radiofónico fortaleció la demanda y organización feminista, al permitir la promoción y articulación de sus discursos y prácticas en torno al proceso legislativo. El programa *Sangre Violeta*, conjuntamente con otros espacios de comunicación y actividades de visibilidad pública—como manifestaciones y actos performativos—lograron que las mujeres, como *sujetas* de derechos, se pudieran expresar como “grupo social constituido” (Bourdieu, 1988, p. 141): se dotaron de reconocimiento, poder y legitimidad para interpelar al poder legislativo sobre el estatus de su existencia, para que éste dejara de rehusarse a tipificar el delito. La emisora fue un punto donde el grupo pudo posicionarse, empoderarse, dialogar, organizarse, participar en otros espacios que constituyen el espacio público e incidir en las normas que regulan la vida pública. Pero es necesario aclarar que la incidencia de los grupos sociales en los asuntos públicos no depende tanto de la posesión de un medio de comunicación electrónico, sino de otros factores como el compromiso social de los sujetos, del nivel de su organización social y de la correlación de fuerzas políticas en un determinado momento.

Otro caso que arrojó datos relevantes sobre la mediación de la emisora para el ejercicio ciudadano fue el caso del movimiento No+Impuestos. A finales de 2012, a propuesta del entonces gobernador, Guillermo Padrés,²⁸ el Congreso del estado de Sonora

²⁸ Gobernador de Sonora en el período 2009-2015, por parte del Partido Acción Nacional (PAN). Su elección significó la primera transición partidista, ya que, desde 1929, el Partido Revolucionario Institucional había gobernado el estado.

aprobó el cobro de un nuevo impuesto llamado Contribución al Fortalecimiento Municipal (COMUN) y aumentó otros impuestos existentes. El COMUN consistió en el cobro de 3% sobre el valor de la factura de los automóviles modelo 2003 en adelante. Como el gobernador había prometido en campaña que no se cobraría la tenencia vehicular ni se crearían nuevos impuestos, el nuevo cobro desató el movimiento No+Impuestos, que después se conocería como Los Malnacidos,²⁹ un movimiento amplio que arreció a inicios de 2013, y cuya fuerza convocante estuvo en la capital, pero que se extendió a otros municipios.

El movimiento realizó varias manifestaciones, pero en un principio no encontró muchos espacios en los medios informativos.³⁰ La mayoría de sus protestas consistieron en caravanas automovilísticas, algunas integradas por cientos y hasta miles de autos,³¹ que partieron y detuvieron la ciudad. La respuesta del gobierno estatal fue el cierre al diálogo. Además, líderes barriales del PAN dirigieron grupos de choque, los cuales empezaron a intimidar y a agredir a los manifestantes y periodistas.³²

Con respecto a P&RR, el perfil socio-económico de algunos integrantes de Los Malnacidos y su cercanía a partidos políticos, provocó ciertas reservas entre gestores y productores hacia ese movimiento, pues no cuadraba con el sujeto, fuente y destino ideal que sostenía el proyecto político comunicacional. Sin embargo, la magnitud de éste, la naturaleza del reclamo, más la violencia generada por parte del gobierno estatal hacia los manifestantes provocaron que gestores y productores se comprometieran a darle cobertura

²⁹ El nombre fue retomado en respuesta a la declaración de Padrés: “No es de sonorense bien nacido, quien quiere boicotear la Serie del Caribe traiciona a Sonora”, sobre las amenazas de boicot al torneo internacional de béisbol, que se celebraría en febrero de ese año en Hermosillo.

³⁰ La falta de cobertura puede explicarse por el hecho de que el gobernador, en ese período, había destinado casi 90 millones de pesos para realizar contratos por adjudicación directa con directores de periódicos, concesionarios de radiodifusoras, reporteros, fotógrafos y periodistas (Rosagel, 12 de noviembre de 2012), con lo cual incidía en sus líneas editoriales.

³¹ En la manifestación del 6 de enero de 2013, cifras oficiales señalaban más de 1000 autos, pero según cifras no oficiales eran poco más de 5000 carros (Morales, 8 de enero de 2013).

³² Algunas agresiones fueron grabadas en video (Canal Sonora, 25 de febrero de 2013).

y acompañamiento mediático, como describió Alejandro Cabral: “Nosotros vamos a la cobertura sin tomar partido, pero empezamos a multiplicar una voz que no tenía salida hacia los medios”. La cobertura provocó ciertas diferencias al interior de la emisora, como relató Christian Ortiz:

Había muchos ciudadanos que, estoy seguro, sí creían en el movimiento de los Malnacidos [...] Teníamos que cubrir, había mucha ciudadanía marchando, aunque fuera de una clase muy marcada. Unos creían que era un movimiento burgués priista. Por eso algunos [colaboradores] se frenaban a la hora de cubrir, pero ni modo, le seguíamos echando ganas, nos emocionaba. Bueno, a mí sí me emocionaba ver que estuviera marchando mucha gente en contra del gobierno estatal que nos quería aplicar esa madre [–el impuesto–] y que sintieran a la radio como parte del movimiento.

Durante el período de movilizaciones, P&RR realizó una cobertura permanente a través de transmisiones en vivo de las acciones públicas, de las reuniones entre gobierno y movimiento, así como constantes entrevistas a los diferentes actores en el conflicto. A pesar de que a algunos líderes del movimiento de Los Malnacidos se les cuestionó su cercanía con el PRI, la emisora abrió los micrófonos a sus diversos integrantes, tanto aquellos afines a partidos opositores –PRI, PRD y MORENA– como a los apartidistas. En suma, P&RR colocó en el espacio público mediático las contrapartes al discurso oficial.

El caso de Los Malnacidos evidenció que la heterogeneidad propia de la ciudadanía y la compleja configuración del escenario de lucha política multipartidista, problematiza el criterio y el alcance de *independencia* de los poderes políticos, que para los gestores es esencial para definir y concebir a la *ciudadanía*. Para los actores de P&RR, la relación de los movimientos y organizaciones sociales con intereses gubernamentales o partidistas restringe su carácter ciudadano, como se infiere en el siguiente enunciado del gestor Amílcar Peñúñuri:

Un movimiento que se siguió de cerca fue el de Los Malnacidos, que después se daría cuenta que su liderazgo no tenía nada de ciudadano y había intereses partidistas en él, pero que fue fundamental para descubrir el verdadero rostro de Guillermo Padrés.

De aquí se desprende que el distanciamiento entre ciudadanía y partidos políticos obedece –entre otras cosas– a los conflictos de intereses que se pueden generar en las relaciones entre ciudadanía, derechos humanos y la búsqueda del poder político: el obtener el poder político lo pueden hacer los ciudadanos organizados a través de partidos políticos o mediante candidaturas independientes;³³ en cambio, la defensa de sus derechos humanos y sociales frente a los distintos poderes que pueden vulnerarlos, les compete casi en exclusividad a los ciudadanos con independencia de estos poderes y de sus instituciones, lo que incluye a los partidos políticos. Son los mismos ciudadanos quienes deben lograr dar visibilidad a las ausencias y violaciones de los valores democráticos en la sociedad, para así obligar, mediante la organización y la presión social, a que las autoridades respondan y, con esto, avanzar hacia la transformación de la sociedad.

A pesar de las reservas al movimiento, su inclusión en la emisora y acompañamiento mediático ilustra, de cierta manera, la existencia de un compromiso por respetar el principio de pluralidad que enarbolaron los gestores: la inclusión de voces se encuadró en el objetivo de visibilizar a quién le es limitado el acceso a los medios. Tras el acompañamiento, los manifestantes empezaron a reconocer en la emisora un medio propio del movimiento. Esto se expresó, como relató Christian Ortiz, durante una caravana en la cual los manifestantes temían por amenazas de violencia por parte del grupo de choque:

³³ La reforma político electoral de 2014 aprobó esta modalidad, para dar oportunidad a que ciudadanos no vinculados a partidos políticos tuviesen un mecanismo de acceso a cargos públicos de elección popular.

la raza empezó a rayar sus carros, “sintoniza la 97.7” [...] fue algo que salió directo de la ciudadanía [P&RR] influyó en la organización porque ahí la gente se informaba de cómo iba la marcha. Eran caravanas bastantes grandes. Yo creo que es un ejemplo de organización ciudadana a través del medio. Nosotros nada más dimos la cobertura y los que se apropiaron del medio fue la gente.

Durante la cobertura, gracias a la apertura telefónica, la voz de los manifestantes sustituyó a los colaboradores de la radio que comúnmente realizaban la crónica. En las horas que duró la caravana, ésta fue narrada en las voces de los propios manifestantes, quienes no dejaban de llamar para reportar la presencia de los supuestos agresores, describir a sus compañeros el desarrollo de la marcha según el sitio donde se ubicaban, así como expresar sus opiniones y posturas acerca de la coyuntura. La radio jugó un papel muy importante como medio de comunicación, contribuyó a la organización, articulación, seguridad y diálogo entre los integrantes del movimiento, como observó la gestora Patricia Navarro: “Yo vi que traían anotado en los carros ‘sintonicen la 97.7’. Después gente comentó ‘nos ayudó a organizarnos, el saber que estábamos transmitiendo’, todos empezaron a escuchar los reportes que se iban haciendo”. Para el gestor Romeo Espinoza, fue una sorpresa la capacidad organizativa que logró la emisora: “Fuimos, de alguna forma, sin proponérselo, la radio oficial donde se organizaba esta gente”.

La incidencia del movimiento en la programación de P&RR se puede identificar como un proceso de apropiación social del medio. Para Gumucio (2011, p. 32), el proceso de apropiación refiere a la capacidad de involucrar a la comunidad en los procesos de gestión y de comunicación de la emisora, para que la adopten como herramienta comunicacional para resolver las problemáticas sociales; para ello, es importante que su programación se construya colectivamente, en la interacción entre gestores, productores y audiencia. La apropiación que el movimiento realizó de la emisora se evidenció cuando, a raíz de la presión social, el gobierno aceptó reunirse con representantes de Los Malnacidos. Alejandro Cabral narró:

El movimiento crece tanto que consigue una audiencia en el Palacio de Gobierno. Entrando con el Secretario particular, éste les dice que no pueden entrar los medios. Las bases, que están afuera, se enojan, reclaman, gritan y el gobierno acepta que entren dos medios, porque en el espacio no caben todos los periodistas. A mí me tocó estar de reportero en ese momento y alguien grita por allá “que entre P&RR, a ése sí le creemos”. Para mí, eso fue formar ciudadanía, enseñamos a la gente que nos escuchaba a escuchar un medio diferente, que estaba hablando como ellos.

Romeo Espinoza agregó: “Entramos como medio de comunicación en representación de la sociedad civil organizada en contra del gobierno [...] para mí fue uno de los clímax de la radio”. La participación social de Los Malnacidos, con la mediación de P&RR, concuerda con la afirmación de Sánchez Ruiz, para quien los medios de comunicación pueden ser instrumentos de la democracia si permiten el

acceso y participación plural, de múltiples grupos, organizaciones e instituciones sociales en la elaboración y puesta en circulación de mensajes [Los medios] solos no pueden desencadenar procesos democratizadores, sin la participación y el reclamo de la misma ciudadanía (2005, pp. 100-103).

La visibilidad que obtuvieron Los Malnacidos, gracias a sus acciones públicas contundentes y el uso de P&RR, provocó que durante semanas el COMUN y las movilizaciones fueran el tema principal en la agenda mediática local. Esto favoreció la apertura del diálogo entre sociedad y autoridades, con lo cual, el movimiento en colaboración con la asociación civil Sonora Ciudadana, presentaron una propuesta fiscal para derogar el COMUN. Sin embargo, dicho impuesto se mantuvo durante la administración de Padrés, y fue derogado cuando la gubernatura pasó a manos del PRI, en 2015. Se reitera la afirmación acerca de que la incidencia de los grupos sociales en los asuntos públicos no depende sólo de

la apropiación de un medio de comunicación; la correlación de fuerzas sociales es un elemento esencial en la forma en la que se resuelvan los conflictos.

Las dos experiencias analizadas –el movimiento feminista y Los Malnacidos– evidencian que un medio puede contribuir a formar ciudadanía, al permitir que las personas sean conscientes de sus derechos para ejercerlos, al tiempo de empoderarlas para tener la capacidad de irrumpir en el espacio público y abrir el diálogo frente al poder instituido, cuyas decisiones y acciones son tomadas como inaceptables.

Con respecto al segundo punto, sobresale el ejercicio informativo que llevó a cabo P&RR, ya que no se limitó a cubrir periodísticamente y difundir los datos novedosos o trascendentes de los acontecimientos. Cubrió en el sentido amplio de la palabra: dio cobijo mediático y social a los movimientos sociales. Destacaron algunas características en el ejercicio de la producción noticiosa: a) accesibilidad de diversas voces involucradas en los hechos, lo que permitió la visibilidad de diferentes expresiones, en sus propios discursos, y no únicamente las voces autorizadas de los líderes o voceros; b) por tanto, se realizó una cobertura colectiva pues los sucesos se reconstruyeron mediáticamente con la multiplicidad de discursos y actores que los protagonizaban, así como por la voz de productores, reporteros y gestores de la emisora; c) se usó un discurso mediático en vivo de las acciones públicas, sin rapidez, fragmentación, simplicidad, exclusividad ni exacerbación de la novedad, características que resultan, como afirma Mauro Cerbino (2005, p. 15), valores de producción noticiosa por los que se guía la mayoría de los medios comerciales hegemónicos.

Se suma que el periodismo que se realizó desde P&RR tomó partido por la ciudadanía y una postura crítica y de cuestionamiento a las instituciones, en búsqueda de respuestas a las problemáticas que afectaban a la localidad. José Ignacio López Vigil (2008, p. 191) define al poder mediático de la ciudadanía de cuestionar y fiscalizar a los poderes públicos y privados como *periodismo de intermediación*. Si bien la intermediación es la mediación de un elemento neutral

entre dos partes en conflicto, éste no es el caso del periodismo de intermediación, pues su protagonista es la ciudadanía, la cual se encuentra en una posición desfavorable en la relación asimétrica frente a los distintos poderes. El periodismo de intermediación y la radio ciudadana que lo ejerce toman partido a favor de los derechos humanos y civiles, la justicia y la igualdad social. Por tanto, la ciudadanía es un posicionamiento ético, que asume como propios los valores universales de la democracia.

Las anteriores características permitieron que la emisora fuera utilizada como herramienta de denuncia y organización social. Se volvió un instrumento de comunicación al servicio de sectores, organizaciones, colectivos y movimientos sociales en sus reclamos públicos y en sus procesos de fortalecimiento de sus objetivos y prácticas políticas frente al poder. Sin embargo, los vínculos entre radios comunitarias y organizaciones sociales se pueden tornar complejas y desfavorables para la función social y ciudadana de las emisoras, si se limitan a actuar únicamente como difusoras de sus agendas y consignas.

El reto de las radios comunitarias y ciudadanas se encuentra en visibilizar, reflejar y mediar, a través del diálogo, a las distintas voces, discursos y múltiples agendas que surgen desde la heterogeneidad y conflictos de la ciudadanía; para fomentar la deliberación social. Peruzzo (2007, p. 24) observa que una emisora que no crea condiciones de participación diversa en sus procesos de comunicación, es propensa a reproducir modelos de comunicación unilaterales y a no lograr los propósitos de socializar una cultura política, educar para la ciudadanía, impulsar la participación social de diferentes sectores y ser herramienta para la resolución de las problemáticas sociales.

En suma, Radio Bemba fracasa como proyecto comunitario, su experiencia ayudó a que los gestores concibieran la programación de P&RR como un espacio de diversidad, como lo señaló el gestor Romero Espinoza: “cada programa cumple un objetivo específico y obedece a una necesidad ciudadana determinada”. De igual forma, lo expresó el gestor Alejandro Cabral: “Cada programa tenía

su sector focal y los otros no necesariamente tenían que conectar con éste. Ni siquiera era una exigencia que conectaran. No tiene porqué gustarle, aunque el discurso sí le guste”. Dentro de la forma de propiedad de P&RRR, se identificó que la forma colegiada y plural en que se constituyó y organizó la AC resultó ventajosa, para que la vinculación entre emisora y movimientos sociales no restringiera la accesibilidad de la diversidad de opiniones. Los socios de Autogestión Comunicativa provenían e intervenían en diversos espacios de acción social, lo que pudo ayudar a que una sola visión sobre la realidad no se apoderara de la función de P&RR. Se suman las diversas perspectivas de los actores sociales que producían el contenido de la programación: mujeres, trabajadores, jóvenes, estudiantes, artistas, profesionistas, académicos y demás, y quienes participaban en la gestión a través de la *asamblea de programas*.

La distancia que marcaron los gestores de P&RRR de los movimientos sociales y sus liderazgos, como fue en el caso de Los Malnacidos, fue un elemento importante para que, a través de los micrófonos, se expresaran los diversos discursos en torno a la coyuntura, como expresó Alejandro Cabral: “Nos ganamos la confianza de las bases, no de los líderes porque no teníamos partido y también les decíamos lo que estaban haciendo mal”. Así, la emisora contribuyó a que el movimiento realizara autocríticas y no se redujo a ser un medio de difusión de sus líderes o portavoces.

La experiencia de P&RRR ilustra que la accesibilidad –ya sea como productores, periodistas ciudadanos o protagonista de la información– de la pluralidad y diversidad de voces marginadas y disidentes del poder político a un medio de comunicación electrónico y masivo, gestionado por organizaciones de la sociedad civil, les permite participar en los asuntos públicos que les afecta y concierne, y así convertirse en sujeto, de derechos y demanda, lo que es parte fundamental del ejercicio democrático del derecho a la comunicación. Agregamos, además, que el objetivo de construir ciudadanía en estos medios no se limita a las dinámicas coyunturales, sino que el empoderamiento ciudadano es tarea cotidiana.

Conclusión

El estudio de caso de P&RR demostró la utilidad y pertinencia de buscar el origen, función y práctica de una radio comunitaria en los contextos sociales, políticos, culturales y económicos particulares de las comunidades o localidades donde estas emisoras se insertan. Como se explicó al inicio, no es conveniente estudiar a las radios comunitarias a partir de modelos rígidos o definiciones estrictas, puesto que las comunidades a las que atienden son social, cultural y políticamente muy diversas; están sometidas a distintas necesidades y conflictos. Además, las organizaciones gestoras y colaborativas, como se vio en este caso, no son ajenas a intereses y relaciones de poder que afectan el acceso social al medio de comunicación.

Los elementos anteriores apuntan a la dificultad de establecer una definición estrecha de radio comunitaria. Se podría hablar, más bien, de modelos distintos de radios comunitarias y de muy diversa índole según donde se localicen (urbana, rural, suburbana, etcétera), según sus objetivos (política, cultural, de servicio social, educativa, etcétera), según sus destinatarios (campesina, indígena, feminista, migrante, joven, etcétera); pero esta clasificación adquiere modalidades diversas según el grupo social que la gestee, la comunidad en la que surja y las transformaciones y procesos sociales a los que se enfrente. Por ejemplo, en P&RR se notó que los gestores se identificaban con posiciones de izquierda, autonomía política y activismo social, características que definieron a *grosso modo* la práctica de la emisora en su totalidad. Sin embargo, la participación, organización y activismo del colectivo de feministas al interior de la radio tuvo una incidencia importante en la práctica y filosofía política de P&RR. Al final de cuentas, el impulso del derecho a la comunicación de las mujeres, así como la perspectiva y equidad de género en el medio, fue resultado de la labor generada por el colectivo de mujeres feministas, a través de casi una década de militancia.

Los modelos de radiodifusión comunitaria difícilmente podrían ser definidos de manera estricta a pesar de que se identifiquen características semejantes en su práctica de comunicación. Por ejemplo,

las *radios libres* europeas surgidas en los años setentas tenían como motor de su práctica de comunicación la acción política relacionada con la militancia de partidos de extrema izquierda. De igual manera, en P&RRR un valor fundamental de su operación también era la acción política, pero se diferenciaba en tanto que enarbó la bandera ciudadana, respetando la libertad política. Por tal razón, P&RR adoptó la noción de *radio ciudadana* antes que *libre o comunitaria*.

De igual manera, el caso de P&RR arrojó que, actualmente, estas emisoras no se restringen a lo marginal o lo alternativo. El apoyo por parte de periodistas que recibió el noticiero *Política & Rock 'n Roll* cuando fue retirado de la señal de Radio Bemba, indica que la lógica social de producción informativa que se daba en esta emisora comunitaria llegó a ser reconocida y aceptada por los comunicadores que se desempeñan en los medios comerciales y públicos. Como resultado, se puede afirmar que las condiciones y lógicas de producción de un medio comunitario y ciudadano pueden llegar a interactuar e incidir –hasta cierto límite– en las reglas con que los periodistas locales deben jugar con la censura empresarial y líneas editoriales –rígidas en su mayoría–, impuestas por parte de los medios para los que laboran. Actualmente, el análisis de estas emisoras no puede limitarse a un papel de oposición a los medios hegemónicos, como se ha propuesto desde la teoría de la comunicación alternativa. En las sociedades contemporáneas, con apertura democrática y con el avance en las tecnologías de la información y la comunicación, la mayoría de los ciudadanos tiene acceso a una cantidad grande y diversa de información sobre la realidad social a través de diferentes fuentes. Por tal motivo, en estos contextos, el papel de los medios comunitarios es realizar lecturas críticas de la información y abrir un diálogo plural y diverso que tienda a contrastar las zonas conflictivas y complejas de la realidad, teniendo como lógica las necesidades de la ciudadanía y el afianzamiento de la democracia.

Con esta función social, el reconocimiento jurídico de las radios comunitarias en México y la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTYR), a pesar de sus rezagos, brinda la posibilidad de que estas emisoras crezcan, se desarrollen y tengan

una posición más favorable frente a los medios públicos y comerciales y, con ello, una mayor influencia social y cultural. En este contexto, las radios comunitarias y ciudadanas, tomando como ejemplo P&RR, apuntan hacia la democratización de la sociedad, a partir de una distribución más equitativa del espectro radioeléctrico entre medios comerciales, públicos y comunitarios.

Para avanzar hacia la democratización mediática, otro punto fundamental es los derechos de las audiencias. Este estudio develó que aún en las emisoras que proclaman un modelo de comunicación circular u horizontal, su gestión y el uso de sus micrófonos no se libran de la relación asimétrica entre emisor y receptor que establece claramente la naturaleza técnica unidireccional de la radio y la televisión. El conflicto entre la dirección de Radio Bemba y los radioescuchas ilustró este poder asimétrico. Frente a esta limitante, una contribución interesante que se rescata de la organización de P&RR, es el énfasis que realizaron los gestores sobre la necesidad de impulsar los derechos de las audiencias como principio ético y pilar del proyecto. Para los gestores, los derechos de las audiencias funcionarían como medidas de autorregulación para que hubiera contrapesos, y tanto gestores como productores no contarán con un poder desequilibrado frente a los radioescuchas. Por tal motivo, consideraron necesario incluir en el organigrama de la emisora instancias como el *consejo ciudadano de programación* y la figura del *defensor de las audiencias*, para que éstos hicieran valer las decisiones y derechos del público. Sin embargo, por la falta de recursos y problemas organizativos a raíz de la falta de permiso, dichas instancias no se concretaron.

Si bien algunas radios comunitarias en México han incorporado estrategias para involucrar a sus audiencias en la gestión y producción de dichas emisoras, no todas las de este tipo lo han hecho. Al contrario, se han resistido, como lo demostró el caso de Radio Bemba. Sin embargo, con el reconocimiento y formalización de los derechos de las audiencias en la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, así como en la Ley reglamentaria, se abre un nuevo panorama para que las radios comunitarias

adopten procesos más democráticos, al fortalecer la relación entre propietarios, comunicadores y representantes del público. Esto permitirá que todos los actores desempeñen un papel más activo en la política y administración editorial del medio. Por otra parte, se abren nuevas líneas de investigación sobre las posibilidades, capacidades y efectividad de los derechos de las audiencias, lo que implica revisar también la disposición de los medios para transparentar y socializar los compromisos que éstos tienen con la comunidad a la que sirven.

En las sociedades contemporáneas se vuelve un imperativo que las diferentes formas de comunicación que provienen del seno de las propias comunidades y organizaciones sociales, que no se basan en rentabilidades económicas, sino en el interés y la necesidad social, encuentren su lugar en condiciones equitativas frente a la actual hegemonía del modelo comercial de comunicación y frente a la comunicación gubernamental. Esto, si la sociedad se propone nutrir la deliberación social y fortalecer los procesos democráticos.

Aún no está todo dicho y hecho sobre los radios comunitarias y ciudadanas. A los actores sociales que las impulsan aún les falta recorrer un largo trayecto para alcanzar las condiciones propicias para ejercer los derechos de comunicación y no reproducir modelos unilaterales. La reforma en telecomunicaciones es, sin lugar a dudas, un paso trascendental para la democratización de las comunicaciones en México. Pero la LFTyR y el escenario mediático del país aún presentan rezagos que se deben superar.

Como lo muestra la historia, no se puede dejar a la voluntad política de los gobernantes e instituciones públicas la superación de los obstáculos para ampliar y garantizar las condiciones que permitan el pleno ejercicio del derecho a la comunicación de los ciudadanos, entre éstas el desarrollo y consolidación de las radios comunitarias. Propiciar las condiciones para construir y consolidar espacios autónomos de participación y comunicación social libre y democrática ha sido y será una conquista de la participación activa de la ciudadanía y, sobre todo, de las organizaciones y actores sociales comprometidos con la democratización de la comunicación.

Bibliografía

- BOURDIEU, Pierre. *Cosas dichas*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1988.
- CALLEJA, Aleida y Beatriz Solís. *Con permiso. La radio comunitaria en México*. México: Asociación Mundial de Radios Comunitarias / Asociación Mexicana de Derecho a la Información / Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos, AC, 2005.
- CERBINO, Mauro. “Introducción”. En Mauro Cerbino (editor), *La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2005, pp. 11-17.
- FISS, Owen. “Las dos caras del estado”. Conferencia dictada en la Universidad de Palermo, Buenos Aires, 30 de junio de 2008. *Revista Jurídica*, año 10, núm. 1, agosto, 2009, pp. 211-220.
- GUMUCIO DAGRON, Alfonso. “Comunicación para el cambio social: claves del desarrollo participativo”. En José Miguel Pereira y Amparo Cadavid (editores), *Comunicación, desarrollo y cambio social: interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana / Universidad Minuto de Dios / UNESCO, 2011, pp. 19-35.
- _____. *Haciendo olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social*. La Paz: Plural Editores, 2001.
- LAMAS, Ernesto. *Gestión integral de la radio comunitaria*. Quito: Friedrich-Ebert-Stiftung / Proyecto Latinoamericano para Medios de Comunicación, 2003.
- LEÓN, Osvaldo. “Comunicación, democracia y movimientos sociales”. En Osvaldo León (coordinador), *Democratizar la palabra: movimientos convergentes en comunicación*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información, 2013, pp. 9-28.
- LORETI, Damián y Luis Lozano. *El derecho a comunicar: Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2014.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *Ciudadana Radio: El poder del periodismo de intermediación*. Venezuela: Ministerio de Comunicación e Información, 2008.

- MACBRIDE, Sean. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica, 1987.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. “Medios y culturas en el espacio latinoamericano”. *Iberoamericana. América Latina-España-Portugal*, vol 2, núm. 6, 2002, pp. 13-20.
- _____. “De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política”. *Nueva Sociedad*, núm. 174, septiembre-octubre, 2001, pp. 70-84.
- _____. “Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público”. *Metapolítica*, vol. 5, núm. 17, 2001, pp. 46-55.
- MATA, María Cristina. “Comunicación y Ciudadanía: Dilemas pendientes”. En Beatriz Alem y Aldo Arneigeiras (compiladores), *Culturas populares y culturas masivas: Los desafíos actuales a la comunicación*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento / Prometeo, 2011, pp. 110-121.
- _____. “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”. *Revista Fronteiras*, vol. 8, núm. 1, 2006, pp. 5-15.
- _____. “Comunicación, ciudadanía y poder: apuntes para pensar su articulación”. *Revista Diálogos de la comunicación*, núm. 64, 2002, pp. 64-75.
- Ó SIOCHRÚ, Seán. *Manual para la evaluación de los derechos a la comunicación*. Campaña CRIS (Communications Rights in the Information Society), 2005.
- ORTEGA, Patricia. “El poder mediático de la televisión y la transformación de la política”. En Javier Esteinou y Luis Esparza (coordinadores), *La comunicación social y la reconstrucción de la nación mexicana*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 2010, pp. 135-162.
- _____. *La otra televisión: por qué no tenemos televisión pública*. México: editorial E / Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 2006.
- PASQUALI, Antonio. *Comprender la comunicación*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2007.

- PERUZZO, Cicília. “Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania”. *Lumina*, vol. 1, núm. 1. Brasil: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2007, pp. 1-29.
- _____. “Comunicación comunitaria y educación para la ciudadanía”. *Signo y Pensamiento* vol. 20, núm. 38, 2001, pp. 82-93.
- RAMONET, Ignacio. “El poder mediático”. En Dênis de Moraes (compilador), *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*. Barcelona: Icaria editorial, 2005, pp. 193-201.
- REY, Germán. “Medios de comunicación y vida pública”. Ponencia presentada en el 3° *Encuentro mundial del tercer sector*, Mimeo, Cartagena, 2000.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique. “Poderes fácticos y gobernabilidad autoritaria: La “ley Televisa” como estudio de caso”. En Javier Esteinou y Alma Rosa Alva (coordinadores), *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 2009, pp. 193-121.
- _____. *Medios de comunicación y democracia*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2005.
- SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo. *Entre la realidad y la utopía: ensayos sobre política, moral y socialismo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1999.
- VILLAMAYOR, Claudia y Ernesto Lamas. *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) / Asociación Mundial de Radios Comunitarias, 1998.

Fuentes en internet

- CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. *Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985: La colegiación obligatoria de periodistas (arts. 13 y 29 Convención americana sobre derechos humanos)*.
- GIRONDELLA, Leonardo. “¿Qué es Activismo?”. *Contrapeso.info* [Portal en línea], 2011.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. *Estadísticas a propósito del día internacional del Internet (17 de mayo): datos nacionales*, 2016. Consultado en: <http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016_0.pdf>.
- LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN. Consultado en: <http://www.sct.gob.mx/fileadmin/_migrated/content_uploads/Ley_Federal_de_Radio_y_Televisión.pdf>.
- LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN. Consultado en: <http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014>.
- TORRES MARTÍN, Luis Fernando. *Los activistas sociales* [Entrada de blog]. (18 de agosto de 2006). Consultado en: <http://torresmenaypoliticassocial.blogspot.mx/2006/08/los-activistas-sociales_18.html>.

Notas y artículos periodísticos

- MEDIOS LIBRES DE OAXACA. “Nuestra palabra, nuestra esperanza”. Documento presentado en la *Segunda Convención Nacional contra la Imposición, Oaxaca 2012*. Oaxaca, septiembre, 2012.
- ROSAGEL, Shaila. “Dinero público, el sostén de los medios de Sonora”. *Sin embargo.com* [Diario en línea]. Noviembre, 2012.
- SAMANIEGO, Sinhué. “Asesinato de Priscilla fue feminicidio y fue brutal; padre”. *Zócalo Saltillo* [Diario en línea]. Noviembre, 2013.

Videos

- Canal Sonora. *Agreden porros a manifestantes del “No más impuestos”* [Archivo de Video]. Febrero, 2013. Consultado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=wiPxqNDuQK8>>.

LA MEDIACIÓN SOCIAL EN JUEGO. REDOBLAR LA APUESTA POR LA RADIO COMUNITARIA

Jerónimo Repoll¹

La radio comunitaria exige una comprensión y una definición que excede al propio medio, que va del medio al proceso de comunicación. Es ahí donde se enfoca este texto, procurando dar cuenta de los supuestos teóricos y políticos que se anudan en las radios comunitarias. Supuestos, por otro lado, que han ido transformándose junto con los medios y las circunstancias socioculturales, económicas y políticas en las que se inscriben.

¿Cuál es el problema de comunicación que supone la comunicación comunitaria? Aquí convergen un haz de fenómenos, que pueden traducirse en discusiones teóricas y políticas. De entrada, la relación inclusión-exclusión de voces, su correlato con el sistema de medios (comercial, público, comunitario); la centralización y concentración como características estructurales; la reproducción de relaciones de dominación (de clase, género, raza, edad, etcétera, y todas en una articulación inestable y compleja); de acceso a la tecnología de producción, recepción e interacción; y, en un plano más amplio, de derecho a la comunicación, a la participación como

¹ Profesor investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

ciudadano y no sólo como consumidor, a la necesidad de discutir el papel del Estado como ente soberano y, a la vez, regulador y ejecutor de los marcos legales y las políticas comunicacionales.

Para atender esta complejidad, el artículo se estructura en tres partes. En primer lugar, nos aproximamos a la radio, en general, y a la radio comunitaria, en particular, desde la perspectiva de la ecología de la comunicación, subrayando una serie de características que permiten sostener su supervivencia en el entorno digital, así como reconocer el marco de concentración de medios y la brecha digital en América Latina. A continuación, presentamos las coordenadas donde emerge la discusión sobre las políticas de comunicación en la región, la necesidad de establecer marcos regulatorios, que limiten la acción y concentración de la propiedad y control de los medios de comunicación comerciales, así como el contrapeso que debería representar el desarrollo de medios públicos (no gubernamentales) y los medios alternativos, populares y comunitarios. Finalmente, reconstruimos la experiencia de los medios comunitarios en Argentina, en torno a las políticas de comunicación desplegadas por los gobiernos de Cristina Fernández y Mauricio Macri, articuladas en torno a la discusión, aprobación e implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, en el período 2008-2015, y el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15, en 2015. Esto nos permite caracterizar el período 2008-2015 como un paréntesis atípico en la historia de los medios de comunicación comunitaria en Argentina, aunque ello no haya supuesto un cambio en las tradicionales formas en que se articula la comunicación y la política en el país (Repoll, 2010a).

Este es un caso que puede resultar un parámetro para pensar el desarrollo de la radio comunitaria en la región, y los medios sin fines de lucro en general, así como el desarrollo de políticas comunicacionales que, al mismo tiempo que busquen regular el ecosistema de los medios de comunicación en un contexto de convergencia, fomenten medios alternativos, populares y comunitarios que garanticen el principio de pluralidad y diversidad, que se desprende del derecho humano a la comunicación.

Supervivencia de la radio

La conversión de cualquier lenguaje a unos y ceros (digitalización) supuso la potencial convergencia de medios, empresas y procesos (producción-consumo). Con ello, la tentación de ver finalizada la vida útil de los medios de comunicación y sus especificidades, las cuales permitieron su convivencia hasta entrado el siglo XXI, en aras de una plataforma que, al mismo tiempo que integra, disuelve. Sin embargo, hay razones para otear otro panorama. A continuación, presentamos una serie de factores que sustentan la supervivencia de la radio.

En primer lugar, debemos subrayar que la radio ha resistido el embate de la televisión. Lo hizo con un argumento propio de sus características: “que se puede recibir realizando otras actividades sociales que requieren visión y atención” (Fernández, 2014, p. 98). Y este poder consumir la radio sin tener que comprometer la atención dispensada a otras actividades entraña el mejor argumento respecto de los desafíos de un entorno digital que, a la postre, resulta un nuevo soporte desde el cual expandir su acceso, pero sin cambiar esta esencial característica del lenguaje radiofónico: el privilegio de poder convivir con otras actividades sociales. Esto se contempla mejor a la luz del lenguaje escrito o audiovisual, los lenguajes hegemónicos en Internet, los cuales comprometen una atención exclusiva. Por supuesto, podría objetarse que la televisión se usa(ba) como ruido de fondo, como compañía, al igual que la radio. Pero esto no es más que una forma de continuidad de la radio en el lenguaje audiovisual, que privilegió la oralidad sobre la imagen. Una telenovela latinoamericana, prácticamente, se puede seguir sin ver, pero hay otras narrativas audiovisuales que no presentan esta característica. Y decimos prácticamente porque es justo en la imagen donde la telenovela se impuso a la radionovela, no en sus historias, que siguieron siendo las mismas. Lo que cambió, en este sentido, fue que las audiencias de telenovela tuvieron un menor compromiso creativo al tener mayores elementos informativos en el propio referente: desde los gestos de los actores y las interacciones que se despliegan entre ellos hasta la disposición de los elementos constitutivos de la

escena. Dejamos esto apuntado en tanto que son características específicas que diferencian a un medio de otro, al mismo tiempo que subrayan la recepción, que convive sin competir, como el bastión desde donde resistir el embate de los nuevos medios y, en particular, el de la convergencia digital.

En el mismo plano de la recepción, mientras la televisión desplazó a la radio del lugar central en el hogar, y cooptó la atención colectiva de la familia, el desarrollo tecnológico permitió la recepción individualizada y ubicua de la radio, acompañando a los radioescuchas en los desplazamientos urbanos, integrándose al transporte público y privado, instalándose en los espacios laborales, en las instituciones públicas y un largo etcétera. Esto no estuvo exento de competencias, especialmente con la instalación de pantallas en el espacio público y, en otro plano, con los dispositivos de registro y reproducción sonora, que permitieron llevar consigo la música de cada quien. Sin embargo, ambos embates son matizados en tanto que, como ya señalamos, las pantallas comprometen la atención y, por otro lado, la reproducción de música no compite con el “en vivo” de la radio, cuya transmisión se articula orgánicamente con la temporalidad y las actividades de la vida cotidiana.

Es evidente, en este sentido, que la ubicuidad y la temporalidad son afectadas por la digitalización. Pero la deslocalización del espacio de los flujos y la simultaneidad del tiempo atemporal, como los caracteriza Castells (1999), no suplantán la temporalidad social de las grandes mayorías, especialmente en América Latina. Es por ello que, si bien es difícil, por no asumir que imposible, competir con la actualidad (el *timeline*) de las redes sociodigitales, también es cierto que este *timeline* compromete la atención, la desvía de otras actividades. En esta línea, es pertinente reconocer que la atención frecuente al *timeline* de las redes sociodigitales muchas veces adquiere la característica que Rincón establece para la radio, en la cual afirma que “prima el acto de comunicación (el significante) sobre la naturaleza de lo comunicado (el significado). La mayor parte de los radios del mundo son para hablar (sin consecuencias)” (Rincón, 2006, p. 157). Pero, insistimos, con la diferencia capital de que este estar en

contacto no implica, como sí en las redes sociodigitales, desviar nuestra atención ni suspender otras actividades sociales.

Para cerrar con esta aproximación a las características de la recepción radiofónica, otra arista que ha sido interpelada, quizá la de mayor calado, es la escucha en simultáneo o diferido. En principio, el que la radio pueda escucharse en diferido, parece distorsionar una de sus características distintivas. Y, en cierto sentido, lo hace. Pero según con qué mirada nos acerquemos, la emergencia del sistema de *podcast* puede leerse no sólo como desnaturalización del medio, sino como una posibilidad de extender el alcance, construir fidelidad y, especialmente, adecuarse a un modelo de consumo definido por el usuario. Este modelo, impuesto por las diferentes plataformas de agregación y distribución de contenido en Internet, implica una pérdida de soberanía por parte de los programadores, pero puede entrañar un acercamiento mucho más certero a la audiencia que, en el caso de los medios comerciales, supone ajustar el modelo de negocio basado en la agregación de individuos (cuantos más, mejor) a un modelo donde la especificidad de las audiencias es la que agrega valor en un mundo de excesos. Es decir, menos es más, siguiendo el modelo de curaduría propuesto por Bhaskar (2017).

Concentración y brecha digital

La brecha digital en América Latina constituye una razón potente para la persistencia de la radio. Y, por otra parte, la concentración de los medios masivos en la región, un reclamo para las radios comunitarias y el conjunto de los medios sin fines de lucro o sociales y los medios públicos.

En América Latina, el ejercicio del poder y la reproducción de las relaciones de dominación (en diversos órdenes) tuvo (y aún tiene) una herramienta estratégica en los medios de comunicación de masas. El cine, la radio y la televisión transformaron la forma en que se experimenta el mundo. El acceso a lo que sucede más allá del espacio donde se habita y de las relaciones interpersonales, se

expandió a través de las pantallas y las ondas hertzianas. La simplicidad y las mínimas exigencias para su acceso y consumo supusieron una expansión más extendida y veloz que los textos escritos, para los cuales se requiere de un proceso de alfabetización al cual, en el momento de su aparición, no habían accedido importantes sectores de la población.

En este sentido, la situación ha cambiado estadísticamente, pero no mucho en términos cualitativos. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en la región hay 32 millones de analfabetos. Las diferencias estadísticas son significativas entre los países de la región, especialmente con los países del Caribe, que son los más rezagados. Lo más preocupante es que, según afirma Cecilia Barbieri, jefa de la sección de Educación 2030 de la Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC-UNESCO),

si se examina la suficiencia de competencias con relación a lectura y matemáticas al finalizar la secundaria baja, los resultados son alarmantes: sólo un 54.1% tiene los niveles de suficiencia en lectura y el 36.9% en matemáticas. Esto es grave también para personas adultas: los niveles de alfabetización funcional disminuyen alrededor de veinte puntos porcentuales en relación con la tasa de alfabetización. Dos de cada diez jóvenes y adultos de la región no tienen los niveles mínimos de suficiencia en lenguaje y tres de cada diez no los tienen en matemáticas (*Deutsche Welle*, 2019).

Esto se agrava si incorporamos el criterio de diversidad cultural y lingüística, en tanto que

los colectivos con más carencias educativas iniciales, por su situación económica y por la falta de infraestructuras y equipamiento escolar en su territorio, son aquellos con una cultura y una lengua propia diferente a la de la mayoría, y con menos posibilidades, por tanto, para acceder en condiciones de igualdad a la oferta educativa [Y mediática, podríamos agregar] (Organización de Estados Iberoamericanos, 2010, p. 92).

Si articulamos el analfabetismo funcional con la brecha digital, el porcentaje de población que no accede a ser parte de la llamada sociedad de la información y el conocimiento es muy alto en la región. Según los datos estimados por Internet World Stats, al 30 de junio de 2019, América Latina y el Caribe tienen 553702292 usuarios de Internet, lo que supone un 68.9% de penetración respecto de una población total de 658345826 personas. Este dato también exige desagregarlo, puesto que las desigualdades al interior de la región son significativas: mientras que los países sudamericanos alcanzan el 71.8%, América Central llega al 61.1%, el Caribe a 47.5% y México (desagregado de la región norteamericana) a un 65%. Y la brecha digital debe, a su vez, pensarse más allá del acceso e, incluso, de la alfabetización informática (uso de equipo y software), más bien concebir las desigualdades en término de destrezas y habilidades digitales, desde la búsqueda, evaluación y gestión de la información, pasando por el desarrollo de una cultura de la participación (Levy, 1994; Jenkins, 2009) y la comunicación en red, hasta el conocimiento de los riesgos en términos de cesión, publicidad y uso de datos personales.

Este anclaje contextual no puede obviar la concentración de los mercados infocomunicacionales en América Latina y las consecuencias que ello entraña. Al respecto, Becerra y Mastrini sostienen que

los procesos de concentración debilitan la circulación de ideas diversas en una sociedad y por ello protagonizan, desde hace décadas, la agenda de políticas públicas en el sector de la información y la comunicación en países de distintas latitudes y con tradiciones regulatorias (2017, p. 18).

Y, adelantando las conclusiones, Omar Rincón señala en el prólogo al libro de estos autores que “el resultado del estudio es alarmante en términos de democracia porque, aunque hay nuevos actores, más medios, más pantallas, la realidad demuestra que hay menos diversidad y más concentración de la propiedad y la enunciación” (2017, p. 11). En tal sentido, la preocupación por

la concentración responde a una perspectiva que la considera una amenaza para el pluralismo político y la diversidad cultural. Todo lo contrario de lo que sostiene el paradigma liberal, descrito por Wu (2016), en pos de un criterio de eficiencia industrial y calidad en el servicio, aunque esto termine beneficiando a los dueños de las empresas y sus aliados políticos, y vaya en detrimento de los ciudadanos. Lamentablemente, la información recabada por Mastriani y Becerra para el período 2000-2015 les permite concluir que para el caso de “América Latina la concentración no sólo es muy alta sino que tiende a incrementarse” (2017, p. 203), agravada por la tendencia a la constitución y consolidación de conglomerados empresariales en pocas manos. No obstante estos resultados, para los fines de este artículo, es importante señalar que el sector menos concentrado es el de la radio, por su mayor capacidad para la disposición de frecuencias, menores costos en la instalación de emisoras y en la producción de contenidos, y a un probable menor interés en términos comerciales respecto de lo que suponen la televisión, la prensa e Internet.

En síntesis, la concentración mediática, la brecha digital, las características del lenguaje radiofónico y la especificidad de su recepción permiten constatar la vitalidad de la radio, y augurar su sostenibilidad en el actual ecosistema comunicacional. Dicho esto, a continuación presentamos una serie de coordenadas desde las cuales comprender a la radio comunitaria.

Coordenadas

Debemos reconocer ciertos anclajes teóricos para pensar el desarrollo de la radiodifusión comunitaria en América Latina. El punto de partida es una aproximación a la comunicación como el lugar desde donde incidir políticamente. Es un lugar a cuestionar, es un espacio de lucha y es una herramienta de cambio social. Esto está articulado, entonces, por relaciones de dominación, efectos ideológicos (que obstaculizan el cambio en pos de la reproducción

del *status quo*) y funciones sociales. Planeación, participación, políticas nacionales de comunicación, comunicación para el cambio social y derecho a la comunicación comienzan a formar una trama conceptual desde donde pensar los procesos de comunicación en la región. Es, en definitiva, la reconstrucción de un “espíritu del tiempo” que sobrevuela la discusión en la actualidad, revestido de nuevas prendas terminológicas.

Alineada con la teoría de la dependencia, emanada desde la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), y tomando como punta de lanza el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), con sede en Quito, Ecuador, Schenkel (como vocero de una generación) plantea que la teoría de la comunicación social postulaba que

los medios de comunicación en este continente deberían cumplir una función social a favor de este cambio [cualitativo], sirviendo de vehículos a las nuevas ideas, valores y pautas de comportamiento de la sociedad que se pretende construir (1981a, p. 16) [entendiendo que] la lucha contra el subdesarrollo no es una tarea que se reduzca solamente a la realización de cambios estructurales [...] es también y en alto grado una lucha contra patrones tradicionales de mentalidad y de comportamiento social de mucho arraigo que forman parte del subdesarrollo y que obstaculizan extraordinariamente la participación consciente de las grandes mayorías latinoamericanas a favor de un proceso auténticamente renovador (1981a, p. 15).

Una apuesta que se completa con la convicción de que los medios masivos han estado al servicio de lo contrario, como lo subrayan Díaz Bordenave y Martins de Carvalho al señalar que las

percepciones, valoraciones y tipos de relaciones [de la élite] –es decir, su ideología– se constituyen en normas para el resto de la sociedad. Esta ideología es aprendida durante la socialización en los hogares, durante la escolarización y durante la politización, pero, además, es constantemente reiterada y fortalecida por los medios de comunicación de masas.

La indoctrinación continua, que ocurre a través de la propaganda comercial de los entretenimientos, de las telenovelas, de las historietas cómicas, y hasta de las noticias supuestamente objetivas, contribuye a mantener la población sumisa bajo el dominio de las élites y clases superiores de la sociedad (1978, p. 49).

Aún sin citarlo, las reminiscencias althusserianas son inconfundibles. Esta perspectiva, situada en las décadas de 1960 y 1970, tuvo dos fuertes cuestionamientos. Por un lado, la apuesta por la extensión, de origen norteamericano (Schramm, Lerner, Rogers), cuyas tesis, basadas en una transferencia lineal de conocimientos, apuntaban hacia una ‘modernización’ e ‘innovación’ desde afuera, a un ‘extensionismo paternalista’ [...] que en definitiva no logró revolucionar el atraso del campo como se había propuesto (Schenkel, 1981b, pp. 42-43), fueron rebatidas no sólo por sus pobres resultados, sino por la concepción de fondo que

al establecer sus relaciones permanentes con los campesinos, el objetivo fundamental del extensionista, en el trabajo de extensión, es intentar hacer que ellos cambien sus ‘conocimientos’ asociados a su acción sobre la realidad, por otros, que son los conocimientos del extensionista (Freire, 2004 [1973], p. 24).

Esta crítica le permite a Paulo Freire erigir una propuesta comunicacional dialógica, horizontal, procurando la comunicación en lugar de la extensión. Una propuesta, en definitiva, que hoy sería comprendida como una teoría poscolonial.

El segundo cuestionamiento vendría por parte de la corriente que, más tarde, se reconocería en el marco de los estudios culturales latinoamericanos (Repoll, 2010b). Martín Barbero, el más destacado representante de esta tradición, se distancia del “denuncismo” característico del paradigma de las décadas de los años sesenta y setenta, señalando que la cultura se percibe como un espacio abierto, aunque no libre de condicionantes. El concepto de hegemonía, entonces, da paso a:

una reevaluación del espesor de lo cultural: campo estratégico en la lucha por ser espacio articulador de los conflictos [...] es decir, que frente a toda tendencia culturalista el valor de lo popular no reside en su autenticidad o su belleza, sino en su representatividad sociocultural, en su capacidad de materializar y de expresar el modo de vivir y de pensar de las clases subalternas, las maneras como sobreviven y las estrategias a través de las cuales filtran, reorganizan lo que viene de la cultura hegemónica, y lo integran y funden con lo que viene de su memoria histórica (1998 [1987], p. 85).

Erige así una empresa contra los dualismos y se desplaza de los medios a las mediaciones, que es desde donde se produce y disputa el sentido. Este cambio de paradigma señala e ilumina la actividad del receptor de los medios masivos, hasta ese momento ignorada o menospreciada. La audiencia, en el paradigma funcionalista/extensionista era un ente a tutelar, incapaz de crear un juicio propio y mucho menos resistir, resignificar y apropiarse de lo que le proporcionan los medios. Contenidos que, por otro lado, también abrevan y se constituyen no sólo de referentes extranjeros / extraños, sino de las matrices culturales que atraviesan la cultura popular. De ahí que el dualismo que separa lo culto de lo popular, y lo popular de lo masivo, sea blanco de las críticas en la propuesta de Jesús Martín Barbero.

No obstante estos cuestionamientos y aperturas para pensar las relaciones medios-audiencia y los procesos de comunicación desde otro lado, lo cierto es que las asimetrías estructurales se han acentuado, incluso en el ámbito de las nuevas plataformas digitales, donde la clave ya no está en el control de la producción, sino en el control de la circulación de formas simbólicas (Van Dijck, Poell, Waal, 2018). Es por ello que las radios comunitarias siguen siendo una alternativa necesaria para la democratización de la comunicación y, con ella, de la sociedad. Establecido este punto, en el siguiente apartado damos cuenta de la multiplicidad de denominaciones que este tipo de comunicación ha adquirido a lo largo de su historia, así como las matrices históricas que emergen de las primeras experiencias.

Denominaciones y características

En la articulación con los movimientos sociales, la comunicación comunitaria ha adquirido diversas denominaciones. Éstas, como sostiene Cogo, no sólo entrañan diferencias de nombre sino que remiten a diferentes intencionalidades:

así ha sucedido con la comunicación de resistencia cuando el escenario era la lucha contra la dictadura; con la comunicación grupal, cuando lo que se buscaba era subrayar la extensión de los proyectos y prácticas; con la comunicación de los subalternos cuando la preocupación era alertar acerca de las contradicciones de clase de los actores de la comunicación; con la comunicación popular, cuando el deseo era asegurar la presencia de una necesaria memoria sobre esa “otra” comunicación: la masiva. Fuera para contraponerse a ella o para plan-tear estrategias de inserción en su ámbito (2000, p. 30).²

En su caso, apuesta por el concepto de “comunicación de los excluidos”, asumiendo un desplazamiento de la centralidad de la clase ante la emergencia de otros sistemas de exclusión, como el género, la etnia y la religiosidad.

Por su parte, Godínez (2011) sistematiza las características de una radio social: sin fines de lucro, gestión horizontal o participativa, fortalecimiento de derechos, la emisora como espacio social, ciudadanización, intermediación, identificación social, libertad e independencia de acción, comunidad de intereses, micrófono compartido, trabajo local, trabajo en red, incentivo para el debate, nuclear social. Podemos estar de acuerdo con este conjunto, discutir

² La imprecisión conceptual o, si se prefiere, la diversidad de denominadores para la comunicación comunitaria ya había sido descrita, dos décadas antes, por Regina Festa, quien en su tesis de maestría “catalogó 33 términos utilizados para designar la comunicación comunitaria latinoamericana y brasileña. Entre los términos subrayamos: comunicación alternativa, popular alternativa, participativa, comunitaria, grupal, de base, emergente, de resistencia, militante, de los marginados, liberadora, dialógica, de los oprimidos, horizontal” (Cogo, 2000, p. 35). En 2014, para el caso argentino, Kejval aporta otra serie de denominadores: cooperativas, indígenas, campesinas, villeras (citada en Segura, 2016, p. 10).

los matices y particularidades que asume en cada radio, pero podríamos aceptar que estos rasgos forman una trama que caracteriza a una radio social³ y, en particular, a las comunitarias.

Muchas son las acepciones y las denominaciones. Sin embargo, la definición de la UNESCO parece dar cuenta de un sentido común de la radio comunitaria:

la función principal de la radio comunitaria, incluye incentivar los procesos democráticos de manera local, dándoles “voz” a los pobres y marginados; incrementando la diversidad de contenidos y el pluralismo de información a nivel local, para de esta manera reflejar y promover la identidad, carácter y cultura local; fomentando la creación de voces y opiniones diversas, así como la expresión individual, alentando la participación, la innovación y el compartir información (Calleja, Solís, 2005, p. 19).

Queremos subrayar, no obstante, que no es una mera cuestión de medios, sino de modelos de comunicación. La alternativa no se erige frente a la naturaleza masiva del medio, sino a la unidireccionalidad del modelo de *broadcasting* y la homogeneización de sus contenidos (pobres en términos de diversidad cultural y sesgados en términos de pluralidad social y política). La alternativa, entonces, es “siempre frente a los grupos que usufructúan, en provecho de sectores privilegiados (económicos y/o políticos), la propiedad y/o el control de los medios de información” (Simpson, 1981, pp. 112-113). Pero no de manera simple, sino, como argumenta Martín Barbero, siguiendo

lo que las prácticas populares nos muestran [como] una comunicación que se quiera realmente alternativa. Esto es, que no quiera tapar con ruido tecnológico y consignas populistas el empobrecimiento y la

³ Como los anteriores autores, este autor agrega otra tipología para denominar a las radios sociales: comunitarias, educativas, populares, mineras/sindicales, alternativas, libres, ciudadanas, insurgentes, indígenas y/o campesinas, escolares.

miseria comunicativa que, paradójicamente, la comunicación popular hace visible [potenciando y descubriendo] todas las formas que están siendo amordazadas, censuradas, dominadas (Martín Barbero, 1981, p. 251).

Finalmente, antes de dar paso a las experiencias que signaron el devenir de la radio comunitaria en América Latina, acordamos con Peppino, que a

una radio comunitaria no la define la cobertura, ni sus características técnicas, ni la propiedad del medio, ni el modo de producción, ni siquiera el de transmitir o no anuncios comerciales en la programación. Lo que la distingue es la esencia de lo comunitario: los objetivos sociales por los que se lucha (1999, pp. 41-42).

Experiencias

A las tensiones teóricas esgrimidas previamente sumamos aquí una serie de experiencias que marcaron diversas trayectorias y modelos de comunicación. La primera de ellas, Radio Sutatenza, se analiza en extenso en el último capítulo del libro. No obstante, es imprescindible una breve aproximación, en tanto constituye un patrón para otras experiencias. Comienza su emisión en 1947. El padre Joaquín Salcedo desarrolló un proyecto de escuela radiofónica con un alcance, en sus orígenes, de 250 vatios. Posteriormente, con su traslado a Bogotá y el apoyo de la Iglesia católica de Alemania y otros países europeos, del Banco Interamericano de Desarrollo y del Banco Mundial, amplió significativamente su potencia y cobertura a diversas regiones de Colombia. Con el objetivo general de combatir el analfabetismo, llegó “a la población con un programa de capacitación basado en cinco ejes: salud, alfabeto, números, trabajo y espiritualidad” (Gumucio, 2001, p. 43). La experiencia de Sutatenza tuvo un gran impacto social y se amplificó a otras ciudades y regiones del país. Con este crecimiento, Radio Sutatenza pasó a

formar parte de Acción Cultural Popular (ACPO), cuya experiencia se expandió por toda la región y, en 1972 las escuelas radiofónicas de 18 países de América Latina fundaron la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). En 1990, siendo la mayor red de radiodifusoras de Colombia, fue vendida a Cadena Caracol. Para esto se esgrimen razones económicas, pero también resulta necesario subrayar que los apoyos fueron disminuyendo conforme el proyecto se tornó políticamente peligroso para quienes ejercían asimétricamente el poder. Esto porque el proyecto no se restringió a la alfabetización. ACPO estableció objetivos que incluían

mejoras en la salud familiar, en las técnicas de cultivo, higiene y medio ambiente, contabilidad, desarrollo de la capacidad crítica en temas sociales, participación comunitaria, derechos humanos, principios éticos y religiosos, etcétera (Gumucio, 2001, p. 45).

Se introdujeron, entonces, una serie de cambios en la vida cotidiana: se construyeron sistemas para llevar el agua hasta las casas, fogones para cocinar en alto, hacer sus propias huertas e innovar las formas de trabajar la tierra. La participación de la comunidad fue un sello distintivo desde un inicio. Al mismo tiempo, en torno a la alfabetización había florecido una acción política que ponía en jaque las estructuras tradicionales a través de las cuales se reproducían las relaciones de dominación.

El proyecto, que nació con la instalación de un espacio de proyección cinematográfica, para luego centrarse en la transmisión radiofónica, se desplegó en una lógica multimedia: un periódico (*El campesino*), libros, cartillas, escuelas para líderes, disco-estudio, películas y pizarrones, cartas. En este modelo convergían procesos de comunicación verticales y horizontales. La elaboración y disseminación de mensajes se combinaba con la horizontalidad de las comunidades de aprendizaje, la correspondencia con la radio y la apropiación de los mensajes. Un modelo, en definitiva, que articulaba la estrategia de ACPO con las tácticas de apropiación de los campesinos, si seguimos la propuesta de Michel de Certeau (2000). Este proceso de

apropiación aceptaba propuestas preferentes de ACPO, pero también abría paso a resistencias múltiples. En este sentido, la ideología anticomunista y conservadora, primero, mezclada con una impronta desarrollista, se mezcló con propuestas de teología de la liberación, comprometida con los pueblos latinoamericanos, “en contra de la injusticia que los margina y oprime” (Peppino, 1999, p. 39).⁴

La otra vertiente nace del sindicalismo minero. A diferencia de las radios de origen católico, las radios mineras emergen de organizaciones sindicales obreras. Responden, en tal sentido, a intereses de clase. Y lo hacen, además, enfrentadas a regímenes autoritarios, mismos que las reprimirán hasta su desaparición. Surgidas en 1949, la historia de estas radios es diversa y extensa. Como dice Gumucio (2001), en tiempos de democracia (poco frecuentes) las radios se integraban a la cotidianidad de la gente, mientras que en tiempo de conflicto se volvían las únicas voces confiables. Para entender el peso de su papel en la historia de Bolivia y, desde allí, el lugar que ocupa en la historia por la democratización de la comunicación como base para la democratización de los países latinoamericanos, reseñamos un pasaje trágico y heroico de su historia.

El 17 de julio de 1980, el general García Meza y el coronel Arce Gómez realizan un nuevo golpe de Estado en Bolivia, consolidándose sangrienta y rápidamente en La Paz. Las radios mineras se instituyeron como un espacio de resistencia a la asonada militar. Y lo fueron de tal envergadura que, como señala Gumucio,

solamente cuando fue acallada la última de ellas, se consideró que la resistencia popular había llegado a su fin y que los trabajadores habían optado por replegarse. ¡Pero ello sucedió dos semanas después del golpe! Hasta entonces, las radios de las minas fueron el factor aglutinante de los trabajadores y su influencia se hizo sentir sobre las zonas campesinas próximas a los centros mineros y sobre las ciudades, donde la

⁴ En el capítulo inicial se recuperan las principales trayectorias de la radio comunitaria en México. Sin embargo, vale la pena destacar en esta matriz las experiencias de participación del campesinado en Radio Huayacocotla (Veracruz) y Teocelo (Xalapa), enfocadas en la educación y capacitación para sus actividades productivas.

población seguía día a día los acontecimientos a través de las emisoras sindicales (1982, p. 90).

Y acto seguido transcribe la transmisión en cadena de Radio Animas, Radio Huanuni y Radio Pío XII, aún hoy conmovedora y patente registro de la resistencia del pueblo boliviano al golpe de Estado, y puntual devenir de la irrupción de los militares en los pueblos mineros del sur. De ella, sólo un pasaje:

Ésta es Radio Animas, para todo el sur del país [...] Estamos en esta hora crucial, estamos en constante movilización, las señoras amas de casa también han coadyuvado grandemente en la preparación de todo implemento que nos pueda servir de defensa [...] estaremos hasta las últimas consecuencias compañeros, porque esa es nuestra misión, defendernos [...] nosotros no hemos ido a insultar a nadie, de ninguna manera, no hemos ido a provocar esta situación [...] Hermano que nos estás escuchando, hermano hijo de trabajador minero, de campesino, de fabril, hermano que tienes una graduación militar no muy alta, estás consciente que el pueblo de Bolivia es tu propio hermano, es por eso que te llamamos a no disparar contra tus hermanos, contra tus propios padres (Gumucio, 1982, p. 92).

Y las últimas consecuencias fueron matanzas y silenciamiento.⁵

De ahí, con grandes diferencias a lo largo de la región, América Latina pasa por la derrota de los movimientos sociales revolucionarios y la instauración de regímenes dictatoriales hasta mediados de los ochenta, cuando comienza la apertura hacia la democracia. Ese período se caracteriza por la aparición de emisoras que se ubican en el lugar de la resistencia y que sufren una persecución sistemática por parte del Estado. Éste es el marco que da lugar a un desplazamiento de los medios alternativos, especialmente la radio, ahora

⁵ Una vertiente distinta de la resistencia es la que se inscribe en la serie de radios asociadas a movimientos revolucionarios: Radio Rebelde (Cuba), Radio Sandino (Nicaragua), Radio Venceremos y Radio Farabundo Martí (El Salvador), Radio Patria Libre (Colombia).

impulsadas ya no por determinada fuerza política o grupo de avanzada cultural, sino por colectivos de jóvenes, de vecinos o de mujeres. Experiencias que están más ligadas a la posibilidad que brinda el medio para la expresión –como hecho fundante– que a proyectos orientados por determinados objetivos políticos (Pulleiro, 2012, p. 64).

La transición a la democracia pone el acento en lo comunitario, en generar participación desde los intereses de las comunidades. Este acento es el que impregnará a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), fundada en 1983. La diversidad de experiencias es el sello de la época.⁶ Si bien las emisoras con un anclaje étnico en zonas rurales y pequeñas ciudades se sostiene, la radio comunitaria se hace presente en los grandes centros urbanos, haciéndose eco de otra serie de reivindicaciones y dando lugar a la expresión de la diversidad de tribus urbanas que no tienen espacio en los medios comerciales hegemónicos. La extensión del artículo nos impide detenernos en cada caso. Por eso preferimos cerrar este apartado donde emerge lo que consideramos es la concepción de radio comunitaria que permanece hasta el presente en voz de AMARC: espacios de ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y el pluralismo, que facilitan la cooperación y el intercambio y amplían la participación ciudadana y la vida democrática de nuestras sociedades.⁷

Ahora bien, antes de pasar al siguiente apartado, debemos señalar que los marcos legales imperantes en la región marginaban a las radios comunitarias, y las políticas de comunicación sentaban las bases para perseguirlas de manera sistemática. Esto se modificó de manera sustantiva con la discusión y aprobación de nuevas leyes de radio-difusión en varios países latinoamericanos: Venezuela, Argentina,

⁶ Una descripción de estas emisoras puede verse en Peppino (1993; 1999); Gumucio (2001); Pulleiro (2012). Resulta significativa otra vertiente en este período, la cual tiene epicentro en Perú, aunque no de manera exclusiva, y se materializa en una serie de altavoces amplificadores ubicados generalmente en mercados, parroquias y pueblos jóvenes (Sabrera Ortiz, 2002).

⁷ AMARC “Radios comunitarias para un mundo mejor”. Consultado el 12 de septiembre de 2019 en: <<http://www.amarcalc.org/>>.

Brasil, México, Ecuador, Uruguay, en lo que va del siglo XXI. Es a partir de este nuevo contexto, que en los siguientes apartados nos enfocamos en el caso argentino, el cual consideramos puede resultar un parámetro para analizar otras experiencias similares.

En tal sentido, y para dar pie al siguiente apartado, incorporamos desde aquí la concepción de radio comunitaria que se plasmó en la nueva Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, de Argentina, donde se define a las emisoras comunitarias como

actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida (*Boletín Oficial*, 2009, p. 6).

La mediación social en disputa. El caso de Argentina

Una de las características del nuevo entorno digital es la pérdida del monopolio de la intermediación social que antes ostentaban los medios de comunicación masiva. La autocomunicación de masas (Castells, 2009), como posibilidad, es un hecho. No obstante, en tanto que las brechas antes referidas subrayan la desigualdad en el acceso y uso de la tecnología, los medios masivos siguen ocupando un lugar destacado en los procesos de mediación social. El propio Castells subraya que

el poder depende del control de la comunicación, al igual que el contrapoder depende de romper dicho poder. Y la comunicación de masas, la comunicación que puede llegar a toda la sociedad, se conforma y gestiona mediante relaciones de poder enraizadas en el negocio de los medios de comunicación y en la política del estado (2009, p. 23).

Es por ello que la disputa por la democratización del ecosistema mediático sigue constituyendo un frente de lucha estratégico. Es en este marco desde el cual abordamos la disputa por la intermediación social en Argentina, y el papel de los medios comunitarios en el proceso de gestación e implementación de la Ley 26.522. El caso es significativo porque, por un lado, mientras tiene en común con el resto de la región las características estructurales que definen a los medios comunitarios y al ecosistema mediático (centralidad, concentración, homogeneidad editorial), en Argentina es excepcional la centralidad que el reclamo por los derechos a la comunicación y la disputa con los medios hegemónicos ocupó en el espacio público. Fue, y aún lo es, uno de los espacios de tensión social. La visibilidad y apropiación ciudadana del problema es la valencia positiva. Mientras que es materia de reflexión cómo esta discusión se ha visto encorsetada por un proceso de polarización política que tiende a una lectura reduccionista, dualista diría Martín Barbero (1987), donde los “bandos” y sus actores se cuestionan y desprestigian de una forma dogmática. Así,

lo popular es disputado por quienes adhieren y confrontan con el kirchnerismo; lo alternativo es recuperado por proyectos ligados a la izquierda; mientras que lo comunitario mantuvo su ambigüedad y, por ende, su capacidad para nombrar al conjunto de los proyectos (Segura, 2016, pp. 9-10).

De los 21 puntos
para una radiodifusión democrática a la Ley 26.522

La Coalición por una Radiodifusión Democrática elaboró un documento con 21 Puntos⁸ Básicos por el Derecho a la Comunicación, con la intención de establecer una base a partir de la cual impulsar un marco legal que reemplazara el decreto Ley 22.285, promulgado

⁸ Los 21 puntos tienen un parangón, al ser formulados a 21 años del regreso a la democracia, en 1983.

en 1980 por la junta militar que gobernó la Argentina entre 1976 y 1983. El reclamo de una nueva ley de radiodifusión fue una constante desde el retorno a la democracia. Sin embargo, recién en 2008, el gobierno de Cristina Fernández abrió la posibilidad para impulsar una nueva ley de medios audiovisuales, aprobada el 10 de octubre de 2009.

Los 21 puntos parten, entonces, de concebir a la comunicación como un derecho humano y de la necesidad de actualizar un marco legal para la democracia:

Y esta democracia que intenta renovarse requiere de una comunicación pluralista en todos los sentidos, que reconozca la diversidad de las formas, de perspectivas, de estéticas, de posiciones políticas e ideológicas. Todo ello para que lo público no siga privatizado (2004, p. 3).

En tal sentido, asumiendo como principal objetivo la promoción de la diversidad y el pluralismo (Punto 5), en tanto que la concentración monopólica u oligopólica de la propiedad y control de los medios atenta contra la democracia (Punto 6). De ello se desprende la necesidad de ampliar los tipos de prestadores de servicios de radiodifusión, sumando los comunitarios sin fines de lucro a los comerciales y públicos (Punto 11), proponiendo la reserva de un 33% de frecuencias para entidades sin fines de lucro (Punto 13). Esto se reflejará en la Ley 26.522, como veremos a continuación, al igual que la garantía de difusión de producciones independientes, locales y nacionales, y la creación de una Defensoría del público.

La Ley 26.522 parte del reconocimiento del nuevo entorno mediático; incorpora tácitamente al ciudadano, al señalar explícitamente los fines de abaratamiento, democratización y universalización; y reacciona a las características actuales del mercado audiovisual en la Argentina, entre las que se destaca la concentración de medios en manos de unos pocos grupos multimedia. En este terreno, destaca el Artículo 2, al incorporar la figura de gestión privada sin fines de lucro:⁹

⁹ Una tendencia que seguirían los nuevos marcos legales en otros países de América Latina.

La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles [...] la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes resulta una actividad social de interés público, en la que el Estado debe salvaguardar el derecho a la información, a la participación, preservación y desarrollo del Estado de Derecho, así como los valores de la libertad de expresión (*Boletín Oficial*, 2009, Ley 26.522, Art. 2).

Por tanto, se reserva “el treinta y tres por ciento (33%) de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro” (*Boletín Oficial*, 2009, Ley 26.522, Art. 89, inciso f) y, de lo recaudado por AFSCA,¹⁰ se destina “el diez por ciento (10%) para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización” (*Boletín Oficial*, 2009, Ley 26.522, Art. 97, inciso f). Esto es a lo que a partir de aquí se denomina FOMECA (Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual).

Este nuevo marco regulatorio puso las bases para superar el estadio en que habían estado los medios comunitarios a lo largo de su historia: la lucha por su derecho a existir de manera legal. “Desde entonces, la lucha de estos medios ya no fue sólo por hacer efectiva esa legalidad a través de la obtención de licencias, sino que también se fortaleció la búsqueda de soluciones para su sostenibilidad y crecimiento en las nuevas condiciones” (Segura, 2016, p. 3). Cabe señalar que, con este reconocimiento, también emerge una suerte de dependencia del sector respecto del Estado, como su principal financiador.

¹⁰ Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, reemplazada por el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) a partir del Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15

Si bien reconocemos la impronta de los 21 Puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, no debe opacar el papel jugado por la coyuntura política de la confrontación medios-gobierno (*Clarín*-Kirchner), en la aprobación de la ley. Ésta, si bien no fue una condición suficiente, sí fue una condición indispensable, así como la multiplicación de experiencias de comunicación alternativa, comunitaria y popular que emergieron a partir de la crisis sistémica que vivió Argentina, con epicentro en la crisis política, económica y social de 2001.

El paréntesis 2008-2015

Como documentan Segura *et al.* (2018), hay una correlación entre la emergencia de los medios comunitarios, alternativos y populares, y la discusión, aprobación y aplicación de la Ley 26.522. En ese trabajo, que procura subsanar las carencias de información sistemática sobre el sector de los medios sin fines de lucro, los autores distinguen tres períodos temporales, para establecer la incidencia de las políticas públicas en el desarrollo de dichos medios: durante la vigencia de la Ley 22.285 de Radiodifusión (el decreto ley emitido por el gobierno *de facto*, en 1980), el período que va desde que comenzó a discutirse el nuevo marco legal, en 2008, hasta la finalización del segundo período presidencial de Cristina Fernández, en 2015, y, finalmente, desde entonces y hasta 2018, período en el que Mauricio Macri es presidente. Durante el primer período se estima que existían unas 3000 emisoras clandestinas (en tanto el marco legal no habilitaba la adjudicación de licencias a medios sin fines de lucro), algunas de las cuales obtuvieron permisos de operación a partir del decreto presidencial 1357/89, la resolución de la Corte Suprema en 2003 y la modificación del artículo 45 de la Ley 22.285, a través de la sanción de la Ley 26.053 (Segura *et al.*, 2018, p. 95). Los resultados del estudio arrojan que, en octubre de 2018, se encontraban activas 205 radios comunitarias, alternativas y populares. De éstas, el 32.6% (67) corresponden al período 1980-2007; 60.4% (124) al período

2008-2015; y 6.8% (14) al período 2015-2017. Entre éstas, se reconoce un patrón de concentración en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la provincia de Buenos Aires y la región centro (Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe). No obstante, debe destacarse que en el período 2008-2015 se produce un despliegue que cubre todas las regiones del país. Al mismo tiempo, destaca el porcentaje de medios en la región Patagonia durante el primer y segundo período, mientras que en las regiones noreste, noroeste y la de Cuyo, la emergencia de medios se concentra en el segundo período (2008-2015).

Esto demuestra, como sostienen los autores, la correlación de políticas públicas y el crecimiento del sector de medios sin fines de lucro. Podríamos considerar al período 2008-2015, como un paréntesis de bonanza que se erige entre la ausencia de un marco legal que las reconozca y un nuevo escenario donde se las ignora (en el mejor de los casos), se las castiga o persigue.

Durante el gobierno de la Alianza Cambiemos, encabezada por Mauricio Macri, se desplegó un hostigamiento ostensible, ya sea a través de la dilación del pago y el llamado a concurso de los FOMECA, la intensidad y criterios para la revisión de la rendición de cuentas de los recursos obtenidos a través de los propios FOMECA y, nítidamente, a través de la ralentización del otorgamiento de nuevas licencias. Esto, si bien no altera los logros de la Ley 26.522, establece un marco de incertidumbre e inestabilidad para la supervivencia y sustentabilidad de los medios sin fines de lucro.

Esto dio lugar a un nuevo pico de actividad en la disputa por la presencia en y desde el espacio mediático, aglutinada en torno a [#SinMediosComunitariosNoHayDemocracia](#). La lucha se centró, principalmente, en pos de la supervivencia.

En 2013, comenzaron a operarse los fondos de fomento concursable (FOMECA). Espada (2017a) señala que “desde entonces y hasta diciembre de 2015, cuando cambia la gestión de gobierno, se entregaron 1 013 FOMECA en sus 24 líneas cerradas [y que] durante gran parte de 2016 el Fondo de Fomento estuvo suspendido” (citado en Segura *et al*, 2018, pp. 97-98), saldando, en noviembre de 2016, parte de las deudas por los fondos ganados en 2015. La misma inercia se sigue

en 2017 y 2018. De hecho, la convocatoria de 2017 salió a comienzos de 2018. Como señala el mismo autor, “hasta agosto de 2017 sólo se saldaron los pagos de 335 premios [de un total de 617 subsidios adeudados] por un total de \$54 millones. La deuda declarada por el organismo asciende a más de \$32 millones” (Espada, 2017b).

Como podemos observar, en términos de políticas de comunicación, si bien los decretos del gobierno de Cambiemos, que modificaron la regulación en la materia, no afectaron lo referente al 33% del espectro radioeléctrico reservado para medios sin fines de lucro, ni los fondos de fomento, lo cierto es que lo hacen indirectamente al modificar las reglas para la renovación, extensión y los límites a la propiedad de licencias comerciales tanto en el ámbito audiovisual como en el de las telecomunicaciones. Con esto se vislumbraba una estrategia que, como señala Becerra, “el lugar de futuro que proyecta [y concreta desde entonces] es un deseo de reponer la situación de mercado previa a 2009” (2016, p. 2), con la excusa de transitar hacia un marco legal que reconozca la convergencia entre telecomunicaciones y radiodifusión.

La dependencia de los FOMECA y otros apoyos estatales pone en peligro no sólo la sustentabilidad sino, también, la independencia y autonomía de los medios. En tal sentido, las estrategias de financiación a través de donaciones, sinergia con otras ramas productivas, alianzas cooperativas entre medios, la venta de espacios publicitarios y, sobre todo, el sustento de las comunidades a las que sirven, se reconocen imprescindibles, y no sólo por la coyuntura de retroceso en términos de políticas públicas que ha supuesto el gobierno del presidente Macri. Es por ello que no es suficiente con la mera presencia del medio, sino que exige una propuesta editorial que se articule con los intereses comunitarios. En este sentido, Segura considera que

los desafíos a afrontar son: ¿Cómo garantizar que la ocupación del 33 por ciento la realicen medios con efectiva inserción social, en lugar de micro-emprendimientos productivos, medios ligados a iglesias, partidos, dirigentes políticos o empresas? ¿Cómo y en qué roles garantizar

el acceso y la participación en el medio de las organizaciones locales? ¿Cómo conocer mejor a sus públicos? (2016, p. 17).¹¹

En marzo de 2016, frente a la situación emergente de la nueva coyuntura política, definida por la estrategia gubernamental de re-regular la radiodifusión a través de decretos de necesidad y urgencia, la Coalición para una Comunicación Democrática aprobó 21 nuevos puntos, siguiendo la perspectiva del derecho humano a la comunicación en el nuevo entorno convergente. Aquí destaca el Punto 3, que reclama un rol activo y presente del Estado como garante de los derechos humanos, el cual debería “crear, fomentar y preservar la diversidad en la gestión de medios, soportes, redes y posiciones satelitales” (Fraiman, Lázaro y Rossi, 2017, p. 14), que se complementa en el Punto 4, al señalarse que

deben proponerse políticas públicas dirigidas a la sostenibilidad de las organizaciones de la comunicación –comunitarias, cooperativas, de gestión privada sin fines de lucro, de pueblos originarios y de las pequeñas y medianas empresas de arraigo local– que vinculen la producción de contenidos con pantallas, antenas y medios gráficos, en especial en las zonas despobladas o con menos recursos. Se deben sostener políticas de asignación de recursos con sentido social y federal, mediante la aplicación de asignaciones como las previstas por el Fondo de Servicio Universal y el Fondo de Fomento Concursable (FOMECA) y políticas de fomento a la industria gráfica de revistas culturales” (Fraiman *et al.*, 2017, p. 19).

¹¹ No obstante esta necesidad, también es cierto que el Estado debería garantizar el fomento y sustentabilidad, tanto como no impedir de manera directa o indirecta el desarrollo de un ecosistema mediático plural, tal como sostiene la Declaración sobre la libertad de expresión de la CIDH en su principio 13: “La utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley. Los medios de comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión”.

Más allá de los matices que podríamos considerar sobre la implementación de la Ley 26.522, es indiscutible la valía de la figura de un órgano regulador independiente del poder político. Esto se revierte drásticamente con el DNU 267/15, a través de la creación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), dependiente del Ministerio de Comunicaciones. Es por ello que el Punto 7 (de los nuevos 21 puntos) señala que

La regulación de los medios de comunicación es legítima sólo si es implementada por un órgano que se encuentre protegido contra la indebida interferencia política y de otra índole, de conformidad con los estándares internacionales de derechos humanos (Fraiman *et al.*, 2017, p. 30).

A pesar de lo anterior, debemos subrayar que, incluso en el paréntesis 2008-2015, la tentación de los gobiernos argentinos, sin importar el signo y la época, es controlar a los medios de comunicación, como hemos documentado en un trabajo anterior (Repoll, 2010a).

Por otra parte, otra respuesta a las políticas de comunicación del gobierno de Macri, se inscribe en el Punto 8, en el que se subraya la necesidad de establecer cuotas de distribución de publicidad

con carácter federal y hacia los medios comunitarios, de cooperativas, mutuales, sindicales, PYMES con arraigo local, etcétera. En cuanto a la publicidad estatal, en todas las jurisdicciones, se deben establecer por ley u ordenanza mecanismos que impidan la distribución arbitraria y discriminatoria como mecanismo de censura indirecta (Fraiman *et al.*, 2017, p. 36).

Además de los énfasis de los puntos anteriormente referidos, en los cuales se infieren respuestas a las políticas de comunicación del gobierno de Cambiemos, el resto de los 21 nuevos puntos incorpora una serie de dimensiones que emergen en el entorno digital y convergente, tanto como del reconocimiento de la agenda social actual: desde la perspectiva de género, la preocupación por los contenidos

que promuevan tratos discriminatorios o perjudiciales para la salud, el acceso a la información pública, el derecho a Internet, a la privacidad de los datos y la neutralidad de la red.

Para cerrar este apartado, es pertinente señalar que las políticas de comunicación desplegadas por el gobierno de Cambiemos volvieron a colocar a la comunicación, los medios y la intermediación social como escenario de disputa política. De las muchas acciones y movilizaciones, bajo la consigna #SinMediosComunitariosNoHayDemocracia se sintetiza el campo de tensiones: discriminación en el otorgamiento de licencias para radios comunitarias; clausura de medios en zonas de “interferencia”; procesos judiciales a comunicadores; auspicio de la concentración de conglomerados comerciales; arbitrariedad en la distribución de la pauta publicitaria; sub-ejecución, desvío y recortes de los FOMECA.¹²

Conclusiones

Si entendemos a los medios como un dispositivo tecnológico, más las prácticas culturales que lo definen a partir de los usos sociales que concretan su potencialidad, la persistencia de la radio comunitaria se vislumbra por sus particulares condiciones de recepción y, además, porque no resiente el impacto digital como las emisoras comerciales, que ven minado su modelo de negocio. Al contrario, la digitalización establece una plataforma para la consolidación de las experiencias de comunicación horizontal que entrañan las radios comunitarias, rompiendo los límites que antes imponían su alcance, los costes de producción y las restricciones legales para su operación.

Esto establece, también, un posible espacio para la transformación de una de las características distintivas de las radios comunitarias: su anclaje local. Y no estamos afirmando su opuesto,

¹² Comunicado emitido por FARCO - CONTA - RED COLMENA - AMARC - FEDERACIÓN DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE LA COMUNICACIÓN POPULAR (CTEP) – SIPREBA. 16 de diciembre de 2018.

el desanclaje, sino la posibilidad de interpelar los intereses de comunidades que no se definen sólo ni desde lo territorial, sino desde los intereses en común que los llevan a establecer procesos de comunicación tanto para la defensa de dichos intereses como para, en función de ellos, construir un espacio de encuentro, referencia y definición identitaria. Esto no suple, sino que complementa la lógica comunitaria de la radiodifusión. Es en este sentido, que Martín Barbero afirma que

tanto desde los pequeños municipios rurales, como desde grandes centros urbanos, los sectores populares estamos —ya sea mediante el protagonismo de jóvenes o incluso en algunas comunidades indígenas— ante una intensiva apropiación comunitaria de la radio y la televisión para comunicar entre sí y a éstas con otras en el mundo, con el objetivo de rehacer el tejido colectivo de memoria y contrainformación, y movilizar la imaginación para participar en la construcción de lo público (2010, p. 31).

A partir de las consideraciones previas, entendemos que la radio comunitaria recobra bríos como escenario de múltiples disputas, las cuales pueden agruparse en un paraguas mayor y objetivo original de los medios comunitarios y populares en general: la democratización del ejercicio de la comunicación. La disputa tensa la relación con los medios comerciales hegemónicos, aún hoy caracterizados por la concentración en pocas manos. En tal sentido, cuando la comunicación es espacio de disputa, no es suficiente con la autocomunicación de masas (Castells, 2009). La construcción de agendas, la organización y gestión de los movimientos sociales en torno a causas sociales, el cuestionamiento sistemático y crítico de la realidad, del ejercicio de gobierno, de las instituciones conservadoras y reaccionarias, encuentran en los medios comunitarios una herramienta estratégica para la construcción y consolidación de la democracia. En una región asolada por la violencia, la precariedad económica, los autoritarismos de diverso tipo y, en general, estructuralmente desiguales, muchas veces desconectadas y sin reconocimiento de la

pluralidad política y la diversidad cultural, los medios comunitarios son el mensaje. Por todo lo dicho previamente, entre ellos, la radio ocupa un lugar específico y destacado, basado en su histórico y consolidado modelo de comunicación horizontal, participativo, autogestivo y sin fines de lucro.

Como nos lo permite visibilizar el caso de los medios sin fines de lucro en Argentina, es capital el diseño e implementación de políticas de comunicación que apoyen el desarrollo y la sostenibilidad de experiencias de comunicación comunitaria. No basta, como hemos visto, con el reconocimiento legal del sector y el otorgamiento de licencias. Es imprescindible desplegar estrategias, instrumentos y recursos para el desarrollo de los medios comunitarios y, con ellos, la democratización del ecosistema comunicacional.¹³ Así, puede cerrarse el círculo que va desde los 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación, donde se plantea que “si unos pocos controlan la información no es posible la democracia”, hasta la movilización en defensa de los derechos adquiridos en la Ley 26.522, que se sintetiza en el “#SinMediosComunitariosNoHayDemocracia”.

Bibliografía

BHASKAR, Michael. *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2017.

BECERRA, Martín. “Restauración: cambios en las políticas de comunicación”. *Épocas*, núm. 2, 2016.

¹³ Esto resulta estratégico si atendemos el principio número 12 de la Declaración sobre la Libertad de Expresión de la CIDH: “Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos”.

- BECERRA, Martín y Guillermo Mastrini. *La concentración infocomunicacional en América Latina (200-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2017.
- BOLETÍN OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual*, año CXVII, núm. 31756, Buenos Aires: Presidencia de la Nación, 10 de octubre, 2009.
- CALLEJA, Aleida y Beatriz Solís. *Con permiso. La radio comunitaria en México*. México: Asociación Mundial de Radios Comunitarias / Asociación Mexicana de Derecho a la Información / Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos, AC, 2005.
- DÍAZ BORDENAVE, Juan y Horacio Martins De Carvalho. *Planificación y comunicación*. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ediciones CIESPAL), 1978.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información. Vol. 1 La sociedad red*. Madrid: Editorial Alianza, 1999.
- _____. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009.
- COALICIÓN POR UNA RADIODIFUSIÓN DEMOCRÁTICA. *21 Puntos básicos por el derecho a la comunicación. Hacia una nueva Ley de Radiodifusión*. Buenos Aires, 2004.
- COGO, Denise. “La pluralidad como desafío a la comunicación de los ‘excluidos’ en Brasil y Latinoamérica”. *Diálogos de la comunicación*, núm. 58, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Lima, 2000, pp. 28-36.
- DE CERTEAU, Michel. *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana / Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2000.
- ESPADA, Agustín. “Una oportunidad perdida: la ley los medios sin fines de lucro”. En Martín Becerra y Guillermo Mastrini (coordinadores), *Medios en guerra: balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2017.
- _____. “Cambiemos y la comunicación sin fines de lucro”. *Fibra*, núm. 17, 2017.

- FORO ARGENTINO DE RADIOS COMUNITARIAS, *et al.* “Porque sin medios comunitarios no hay democracia, reclamamos legalización sin exclusiones”, 17 de diciembre de 2018.
- FERNÁNDEZ, José Luis. “Asedios a la radio”. En Mario Carlón y Carlos A. Scolari (editores), *El fin de los medios masivos. El debate continúa*. Buenos Aires: La Crujía, 2014, pp. 93-110.
- FRAIMAN, Wanda, Luis Lázzaro y Diego Rossi. *21 Puntos por el Derecho a la Comunicación. Aportes para el debate sobre una regulación democrática de servicios de comunicación: ampliación conceptual y legislación comparada*. Buenos Aires: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2017.
- FREIRE, Paulo. *¿Extensión o comunicación? La comunicación en el medio rural*. México: Siglo XXI Editores, 2004.
- GODINEZ, Francisco. *Derecho a la comunicación, radio social y legislación*. Tesina. Mimeo, 2011.
- GUMUCIO DAGRON, Alfonso. “El papel político de las radios mineras. Un documento para la historia”. *Comunicación y Cultura. La comunicación masiva en el proceso político latinoamericano*, núm. 8. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 1982, pp. 89-100.
- _____. *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Nueva York: The Rockefeller Foundation, 2001.
- GUZMÁN, Nicolás. “UNESCO: Dos de cada diez personas en América Latina no tienen los niveles mínimos de comprensión de lectura”. *Deutsche Welle*, 6 de septiembre de 2019.
- INTERNET WORLD STATS. “World Internet usage and population statistics. 2019 Mid-Year Estimates”.
- JENKINS, Henry. *Fans, bloqueos y videojugadores. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós, 2009.
- LÉVY, Pierre. *L'Intelligence collective*. París: La Découverte, 1994.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. “Prácticas de comunicación en la cultura popular”. En Máximo Simpson Grinberg (compilador), *Comunicación alternativa y cambio social I. América Latina*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1981, pp. 237-251.

- _____. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili, 1998.
- _____. “Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural”. *Signo y Pensamiento*, núm. 57, 2010, pp. 20-34.
- ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (OEI). *2021 Metas educativas. La educación que queremos para la generación de los bicentenarios*. Madrid: OEI, 2010.
- PEPPINO BARALE, Ana María. *Radio popular en América Latina. Inventario de organizaciones*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco / Gernika, 1993.
- _____. *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco / Plaza y Valdés Editores, 1999.
- PULLEIRO, Adrián. *La radio alternativa en América Latina: experiencias y debates desde los orígenes hasta el siglo XXI*. Buenos Aires: Cooperativa Gráfica El río suena, 2012.
- REPOLL, Jerónimo. “Política y medios de comunicación en Argentina. Kirchner, Clarín y la Ley”. *Andamios*, núm. 14, 2010, pp. 35-67.
- _____. *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2010.
- RINCÓN, Omar. *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2006.
- _____. “Prólogo”. En Martín Becerra y Guillermo Mastrini, *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2017, pp. 9-14.
- SABRERA ORTIZ, Soledad. *Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2002.
- SCHENKEL, Peter. “La estructura de poder de los medios de comunicación en cinco países latinoamericanos”. En Peter Schenkel y

- Marco Ordoñez (coordinadores), *Comunicación y cambio social*. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 1981, pp. 15-122.
- _____. “Introducción”. En Varios Autores, *Políticas nacionales de comunicación*. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 1981, pp. 13-117.
- SEGURA, María Soledad. “Los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina desde la Ley Audiovisual. De la lucha por la legalidad al debate sobre la sustentabilidad”. *Diálogos de la comunicación*, núm. 92, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, 2016, pp. 1-24.
- SEGURA, María Soledad, Alejandro Linares, Agustín Espada, Verónica Longo, Ana Laura Hidalgo, Natalia Traversaro y Natalia Vinelli. “La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones”. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, núm. 9, 2018, pp. 88-114.
- SIMPSON GRINBERG, Máximo (compilador). *Comunicación alternativa y cambio social I. América Latina*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1981.
- VAN DIJCK, José, Thomas Poell y Martijn de Waal. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- WU, Tim. *El interruptor principal. Auge y caída de los imperios de la información*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2016.

CUANDO EL RECEPTOR DEVIENE EMISOR: LAS APROPIACIONES CAMPESINAS DE RADIO SUTATENZA

Carlos Eduardo Villalba Gómez¹

Introducción

Radio Sutatenza trascendió lo meramente radial, para convertirse en un proceso social masivo, en el que las apuestas por la alfabetización y la formación en técnicas agrícolas devinieron en disparadores para la organización social y la autogestión campesina. Dado esto, el trabajo explora las apropiaciones llevadas a cabo por el campesinado colombiano del proyecto Acción Cultural Popular (ACPO), que fundamentalmente se tradujeron en prácticas productivas, organizativas e ideológicas. En primer lugar, vemos que una serie de impactos materiales dirigidos por la acción de ACPO conllevaron a alterar dinámicas particulares de relación social, lo cual se expresó en la construcción de nuevas necesidades sociales, en la emergencia de técnicas que entraban en negociación con conocimientos previos de las comunidades y cosmovisiones religiosas que daban sentido a nuevas prácticas económicas. Por otro lado, en el proceso de adquisición de conocimientos aritméticos, idiomáticos,

¹ Sociólogo de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá), maestría en Comunicación y Política de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco (Ciudad de México).

o técnicos, los campesinos forjaron el desarrollo de habilidades de liderazgo y gestión comunitaria. En lo que tiene que ver con las visiones del mundo, cabe resaltar que el motor del cambio, en el terreno ideológico, fue la praxis social.

El proyecto masivo de educación campesina conocido ampliamente como Radio Sutatenza no se debe concebir simplemente como una radio. Es importante partir de esta afirmación, ya que lo radial fue una de las múltiples facetas del proceso desarrollado por ACPO, que, más que un caso de comunicación radiofónica, debe entenderse como un proceso social que jugó un papel determinante en la historia rural de Colombia.

Esta experiencia, nacida en 1947 en el municipio de Sutatenza, en Boyacá, se erige de una manera bastante artesanal, bajo la dirección de su fundador, el padre José Joaquín Salcedo Guarín, con la intención de consolidar un conjunto de escuelas radiofónicas dirigidas a los agricultores de este lugar, caracterizado por sus condiciones de pobreza extrema en ese entonces. El objetivo fundamental fue emprender un programa de alfabetización bajo la educación no formal, de la mano de pretensiones de formación en técnicas agrícolas y en convicción religiosa.

Desde una escala local, se despliega un proyecto en ininterrumpido crecimiento, al punto de devenir en el conjunto de escuelas radiofónicas más grande del mundo (Bernal, 2012). Además de la enorme cobertura que logró desarrollar, se establece como un caso de intervención social totalmente *sui generis*, que operó dentro de la intersección educación/comunicación, con aspiraciones masivas, en donde los campesinos colombianos fueron los principales destinatarios.

Como iniciativa de ACPO, organización de carácter católico orientada a la intervención socioeducativa por medio de las tecnologías de la información, se origina el proyecto de Radio Sutatenza, de la mano de la UNESCO y otras organizaciones locales e internacionales, de carácter eclesial, gubernamental y privado. Para 1977, Radio Sutatenza era considerada una de las experiencias de educación no formal más exitosas del mundo, lo cual se manifestó en una influencia directa en

América Latina, principalmente en países como Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Nicaragua, Perú y Venezuela, donde se pretendió replicar el modelo.

El éxito al que se hace referencia reside en que Radio Sutatenza no trabajó aisladamente, sino en el marco de lo que se consideraba un sistema combinado de medios, que involucraba procesos educativos cara-cara, prensa, correspondencia, teatro, música y comunicación asamblearia (Villalba, 2017) y es, en ese sentido, que evitó confinarse en el ámbito radial, para convertirse en un sujeto social multiforme.

La llamada Educación Fundamental Integral, base pedagógica del proyecto, operaba bajo cinco nociones clave: alfabeto, número, salud, economía y trabajo. Esto se traducía en los siguientes objetivos: a) motivación del campesino hacia el desarrollo; b) promoción humana (bienestar físico, intelectual, espiritual); c) integración del campesino dentro de la sociedad; d) organización y desarrollo dentro la comunidad; e) productividad; y f) desarrollo de la espiritualidad.

Esta experiencia y sus objetivos programáticos, se atraviesan por un trasegar de coyunturas que determinan su consolidación, su expansión y, finalmente, su deceso, en 1994. Después de atravesar por una “bonanza” viabilizada por un conjunto de alianzas hechas con múltiples agencias del Estado y de la sociedad civil, y otras internacionales, vino su declive, generado, en gran medida, de manera paradójica, por las coaliciones que le permitieron consolidarse a nivel nacional en su momento.

Radio Sutatenza madura en un ambiente social de polarización, marcado por el anticomunismo, cristalizado en el Frente Nacional, acuerdo entre liberales y conservadores para repartirse el poder durante 16 años, tomando una posición clara en el marco de la Guerra Fría. Entendiendo esto, se dilucida que el proyecto de alfabetización no era sólo de alfabetización; que la tecnificación del campo no se limitaba a la instrucción técnica; que las campañas de vivienda, suelo, agua, eran más que eso. ACPO resaltaba discursivamente su apoliticidad, sin embargo, no podía ser indiferente ante las circunstancias y los actores que protagonizaban los conflictos del país.

Ante este panorama, se puede entender que hay zonas opacas en los procesos educativos de ACPO. Todo su programa y su alcance fue viabilizado en un contexto desarrollista, en el que determinados modelos de desarrollo se buscaban imponer a través de distintos frentes, entre estos, el comunicativo. No obstante, se sostiene en este trabajo que el enunciado no se corresponde necesariamente con la recepción transparente en el destinatario. Esto quiere decir que la impartición de contenidos en torno al alfabeto, al cálculo matemático básico, a las nociones primordiales de salud y la prevención de enfermedades, del aprendizaje de diferentes técnicas de producción agropecuaria, enmarcadas en un proyecto desarrollista propio de la época, iban siempre acompañadas de algo más, algo *no-planeado*, *no-programado*: creación de formas de praxis social, de organización campesina, de formas diferentes de clasificar el mundo.

Así, al examinar el proceso de producción y construcción ideológica en la práctica alfabetizadora y tecnificación campesina, se busca atender fundamentalmente a la *producción secundaria* (De Certeau, 2014), entendida como la apropiación llevada a cabo por los campesinos del proyecto de Radio Sutatenza. Se atiende entonces que los usos sociales que le dio el campesinado colombiano a esa materia prima que fue el mensaje emitido por ACPO, y no sólo apropiación comunicativa, sino social en su conjunto. En este sentido, el objetivo de este texto es explorar las apropiaciones llevadas a cabo por el campesinado colombiano de Radio Sutatenza, que se llegaron a traducir en prácticas sociales. Se pretende así responder a la pregunta ¿cómo la apropiación del proyecto se traduce en alteración de prácticas cotidianas organizativas, productivas y de visión del mundo?

Dada esta plataforma educomunicativa, Radio Sutatenza se tornó un motor para la organización social, y para dinamizar la participación en la vida pública del campesinado. Este proceso social desbordó la recepción radiofónica, en cuanto abanderó procesos campesinos en los que agricultores se organizaron, a lo largo y ancho del país, para impulsar diversos procesos productivos, culturales y políticos. Se fundamenta la viabilidad de esto en el hecho de que

Radio Sutatenza propuso un movimiento pendular: de la comunicación mediática a la comunicación dialógica, y viceversa. Esto quiere decir que el proyecto combinó el material radial y audiovisual con la integración grupal, dirigido por auxiliares inmediatos, líderes, dirigentes campesinos y supervisores (Vaca, 2011).

Para el estudio se define, por un lado, una delimitación temporal dada por la identificación de la etapa de expansión y consolidación del proyecto, el período de 1958 a 1972 (Vaca, 2011), en la que se logra influir de manera masiva en la educación de los adultos. Por otro lado, la delimitación espacial recae en el estudio de caso de la correspondencia llevada a cabo en las ciudades de Boyacá y Antioquia, lugares en los que se establecieron los Institutos de Formación de Líderes Campesinos.

En lo referente a los métodos de estudio, se hizo uso de entrevistas a profundidad, análisis documental, técnicas de análisis de discurso, compaginado con análisis de contenido. De la misma manera, se concretan una serie de categorías referidas al polo de la *producción* (supuestos ideológicos, presupuestos sobre la audiencia, marcos de conocimiento, dispositivo pedagógico, infraestructura técnica) y al de la *recepción* (marcos de conocimiento, condiciones materiales de existencia, grados de equivalencia, apropiación traducida en prácticas, trayectorias de vida). Esto se hace a la luz de los postulados teóricos de Stuart Hall, Basil Bernstein, Edward P. Thompson, David Morley y Jack Batrich.

Como resultados generales, se encuentra que Radio Sutatenza fue una bola de nieve que, en la media que crecía, acumulaba cada vez más capital social (y político) y, si bien no fue fundada por campesinos, éstos se apropiaron de las herramientas brindadas por ACPO, con las limitaciones que exigía la configuración del campo de fuerzas en que se movió. Se toma distancia de una perspectiva transmisivista, en la que el emisor llevaría a cabo un supuesto ejercicio de depositar ideología en el receptor, para concebir que los destinatarios se apropian de los contenidos radiales y educativos, y esto deviene en impactos en las relaciones sociales y en prácticas cotidianas, en virtud de las alteraciones de la experiencia.

Las condiciones de producción educomunicativa

Para lograr el desarrollo del objetivo señalado se requiere, por un lado, precisar cómo se constituye el enunciador, sus condiciones de producción, circulación y reconocimiento de su discurso –y con esto la producción ideológica– y, por otro lado, caracterizar en su pluralidad a las audiencias y ahondar en los impactos derivados de los procesos de formación llevados a cabo por Radio Sutatenza, en el contraste de las visiones del mundo en encuentro.

Entonces, en primer lugar, se debe hacer una lectura crítica sobre el enunciador (ACPO - Radio Sutatenza) y sobre sus condiciones de producción, que responden a la manera en que se posicionó de forma diversa en el campo de fuerzas comunicativo y educativo del país.

En este sentido, resulta relevante señalar que ACPO se despliega en un momento histórico atravesado por varios sucesos. Uno fundamental es el de la *Comunicación para el desarrollo*. Beltrán (2005) sostiene que Radio Sutatenza creó la propuesta antes de que emergieran sus postulados teóricos. Al respecto, menciona: “ACPO-Radio Sutatenza constituyó, en su momento de auge, el primer caso exitoso de comunicación institucionalizada de apoyo al desarrollo de Latinoamérica” (Beltrán, 2005, p. 6).

Comunicación para el desarrollo es una estrategia desarrollada en la segunda mitad del siglo XX, que se despliega en los países del llamado “Tercer mundo”, con el ánimo de “mejorar las condiciones de vida, salir del atraso y dirigirse hacia el progreso”, a través de la comunicación. Las herramientas mediáticas fueron el motor de esta estrategia, que tenía como objetivo la emisión sistemática de mensajes y contenidos orientados a áreas como la agricultura, sanidad, nutrición, planificación familiar y desarrollo de las áreas rurales.

Pero hay que entender que Comunicación para el desarrollo no se llevó a cabo en un punto cero: había un espíritu de época y un contexto histórico en el desenvolvimiento de este proceso. Después de la Segunda Guerra Mundial, aparece la estrategia del desarrollo, que se pone en marcha precisamente así, como estrategia, y se convirtió en una camisa de fuerza para el país (Escobar, 2007).

En 1949, Truman habló de “trato justo” para resolver los problemas de las áreas subdesarrolladas. La Doctrina Truman se enfocó en los altos niveles de industrialización, urbanización, tecnificación de la agricultura, rápido crecimiento de la producción material y los niveles de vida, adopción generalizada de la educación y los valores culturales modernos. Escobar (2007) plantea:

Parecía imposible conceptualizar la realidad social en otros términos. Por doquier se encontraba la realidad omnipresente y reiterativa del desarrollo: gobiernos que diseñaban y ejecutaban ambiciosos planes de desarrollo, instituciones que llevaban a cabo por igual planes de desarrollo en ciudades y campos, expertos de todo tipo estudiando el “subdesarrollo” y produciendo teorías *ad nauseam* (p. 35).

En este contexto, el antropólogo colombiano (Escobar, 1986) señala que, particularmente en el país, la estrategia desarrollista comienza con la Misión Currie, promovida por el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, que incluía expertos en áreas de agricultura, salud, economía, finanzas públicas, industria y servicios comunales. En general, se fomentaban reformas y mejoras que constituirían un “programa global de desarrollo”. La idea era formular un programa general de desarrollo para el país en los campos de comercio exterior, transporte, industria, hidrocarburos y energía, vías carreteras y fluviales, servicios comunitarios, agricultura, salud, finanzas, economía, cuentas locales, vías férreas e infraestructura de extracción de recursos naturales (Escobar, 2007, p. 52).

Ante un panorama de nula redistribución de la tierra, de éxodo masivo del campesinado a las urbes, de violencia rural y de analfabetismo del 50% en zonas rurales (Palacios Safford, 2002), la coyuntura internacional de los años 60 hace hincapié en un reformismo agrario. El programa bipartidista de reforma agraria, acordado en 1957, dentro de los pactos que dan cuerpo al Frente Nacional, recibe gran apoyo norteamericano. Colombia es la vitrina de la alianza al aprobar su estatuto de reforma agraria, en 1961, en el marco de la conferencia de Punta del Este, en donde se traza la estrategia reformista en el

continente. Esta reforma se llevó a cabo por sectores modernos como financistas cafeteros, industriales y algunos sectores empresariales del campo. Sin embargo, las titulaciones masivas de terrenos baldíos no alteraron los patrones latifundistas. Al contrario, se expandió la frontera agrícola, obstaculizando la estabilización de las economías campesinas, con supuestos –pasados y presentes– de las leyes de reforma agraria. Las políticas redistributivas, a cargo del Instituto Colombiano de la Reforma Agraria (INCORA), fueron neutralizadas por otras políticas oficiales que, además de responder al poder de los terratenientes, eran más fáciles de instituir (Kalmanovitz, 1996).

En el marco de estas políticas, que promovían la racionalización de la gestión pública y privada, en vísperas de superar la pobreza y el atraso, se fomentaron nuevas cadenas de dependencia. Beltrán (2005) se distancia, con el tiempo, de su visión modernizadora, influenciado por las teorías de la dependencia. El boliviano lo deja ver con estas palabras:

Desde fines de los años del 40 se implantó en Latinoamérica, junto con la asistencia técnica y financiera de Estados Unidos de América, el modelo de desarrollo en vigencia en aquel país y en los de Europa Occidental. Adoptado con ciego optimismo por los Gobiernos de América Latina, iría a ser aplicado sin vacilación ni ajustes. Pero ya a principios de los años del 60 comenzaron a registrarse claros indicios de inoperancia de aquel paradigma; los gobernantes no les prestaron atención [...] Vulnerable por causa de su extrema dependencia de Estados Unidos de América, la región vio ya a mediados de la década bajar rápidamente sus tasas de crecimiento y le resultaría inevitable hacer recortes en los gastos públicos, afectando como siempre a los más desamparados. Para cubrir los déficits acumulados por obra del inequitativo régimen de intercambio mercantil, los gobiernos latinoamericanos tuvieron que aumentar su deuda externa a plazos de amortización más cortos y con tasas de interés más altas. Pero el modelo de desarrollo causante de más subdesarrollo quedó en vigor en la región (Beltrán, 2005, p. 14).

Por su parte, ACPO no era ajeno a este contexto ni a la influencia de los discursos desarrollistas, y ello se ve claramente en su retórica, con sus particularidades. Sostenía una y otra vez que el subdesarrollo está en la mente:

no es sólo un problema de carreteras, transportes, telecomunicaciones, industrialización, índices de producción, que son los factores más trajinados [...] Es principalmente, un problema de aprendizaje, de capacitación mental, del desarrollo de las habilidades de trabajo, de incremento del potencial humano. Los países avanzados lo seguirán siendo en la medida que se disponen no sólo de más recursos materiales, sino de una mayor riqueza mental (Salcedo, 1994, p. 34, tomado de Sarmiento y Lima, 2007).

No obstante, su aparente énfasis en “lo mental” no deja en absoluto de lado su acento práctico en lo productivo. El subdesarrollo para ACPO sería tanto cultural como técnico.

En su discurso se puede ver que se entiende lo campesino en la emisora como lo no-urbano, lo no-moderno, lo tradicional, un pueblo incomunicado, avergonzado de sí mismo, olvidado, despreciado, minifundista, pero también religioso, trabajador y amante de la música. Se plantea de esta forma:

Un programa de tres etapas se encuentra en la base de la política de desarrollo de Radio Sutatenza. Primera, predisponer la población rural marginada a la modernización; segunda, inducir a mejorar las condiciones de vida; y, finalmente, integrar el campesino marginado a la sociedad y a la economía del país (Vaca, 2011, p. 260).

Se hace evidente el discurso desarrollista en toda la fundamentación discursiva de Radio Sutatenza.

Esta circunstancia adquiere una serie de características específicas, en la medida en que Radio Sutatenza establece determinadas relaciones con el Estado, con la Iglesia y con entidades internacionales. ACPO trabajó en conjunto con el gobierno nacional para la

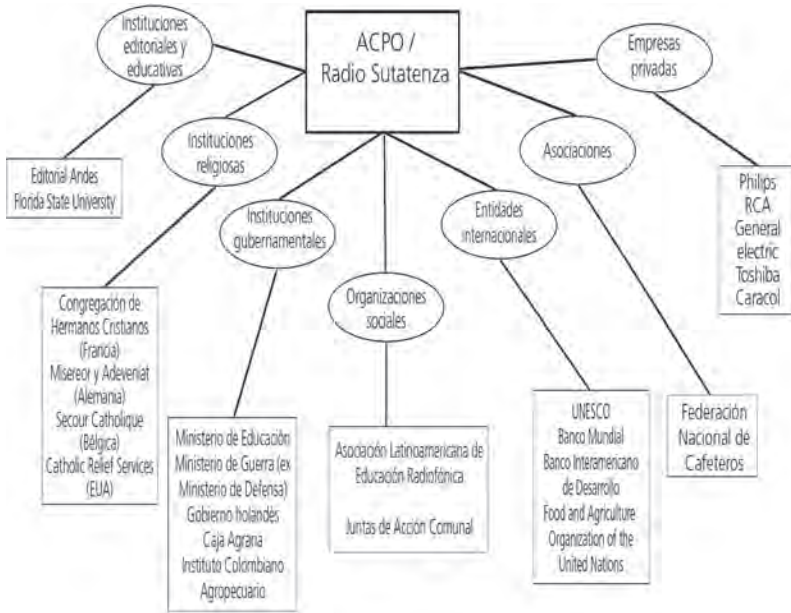
implementación de proyectos de desarrollo rural (específicamente con el Departamento de Planeación Nacional, el Ministerio de Agricultura, el Instituto Agropecuario Colombiano, la Caja Agraria –banco promotor del desarrollo de las diferentes áreas productivas rurales del país– y el Servicio Nacional de Aprendizaje –institución pública colombiana encargada de la enseñanza de programas técnicos y tecnológicos–) y con el Ministerio de Comunicaciones y el Ministerio de Educación para ampliar el sistema de educación a distancia y fortalecer los procesos de educación de adultos.

De la misma manera, se realizaron distintas visitas por parte de la UNESCO, y se hace clara la participación de instituciones alemanas gubernamentales y eclesiales, así como la ejecución de evaluaciones por parte del Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial (Bernal, 2012). A su vez, se contaba con la intervención previa del gobierno holandés y de distintas multinacionales tales como Philips, General Electric o Radio Corporation of America (RCA).

Bernstein (1994) señala que la incidencia de las agencias estatales y del mercado en los proyectos educativos se da en el marco de un campo de recontextualización que, en lo fundamental, construye el qué y el cómo del discurso pedagógico. Este campo tiene básicamente dos subcampos: un campo recontextualizador oficial y un campo recontextualizador pedagógico. En el primero, están instituciones y agencias del Estado administrativas, inspectoras e investigativas en lo relacionado con la esfera educativa; el segundo se refiere a universidades, producción literaria, espacios pedagógicos de relativa independencia. Estos campos se encargan de recolocar y reenfocar ideológicamente los textos pedagógicos (por ejemplo, la apuesta por la alfabetización materializada en manuales y alocuciones radiales).

Con esto se entiende que tanto ACPO como Radio Sutatenza, en lo ideológico, no fueron estáticas; fueron dinámicas, en la medida en que participaban en el campo oficial y el autónomo, al estar en directa relación con organizaciones de la sociedad civil. Y aquí

Ilustración 1
Campo de relaciones de fuerza de ACPO



Elaboración propia, 2017.

se resalta la potencia de la interdiscursividad de ACPO, la cual se relacionó con las condiciones de posibilidad de la consolidación de Radio Sutatenza como proyecto social. De ahí su ambigüedad, la cual se ve reflejada en lo que plantea, de manera irónica, quien fuera director de los Institutos de Formación de Líderes: “unos nos decían que éramos conservadores, tenían razón; otros decían que éramos subversivos, también tenían razón” (entrevista a ex directivo 3, 2016).

La constelación social que permitió hacer de Radio Sutatenza una plataforma de contenidos anticomunistas fue la misma que invitaba a los campesinos a participar en Juntas de Acción Comunal y a movilizarse en procesos de defensa de sus intereses y derechos sociales. Un exdirectivo hace referencia al anticomunismo de la siguiente forma:

importante fue el “Plan Iluminación” fue una cosa que hizo un gringo, en donde nos compró mil radios, pero nos pidió que pudiéramos comprometernos a mandar unos líderes al sector de Sumapaz, al sector “comunista” de aquí de Cundinamarca, del valle de Huila, el tipo patrocinaba esa vaina, pero nosotros éramos los que hacíamos la tarea, pero para hacer que llegaran radios a ese sector, no porque ahí hablaba el padre Sabogal, pues apáguelo si no quiere, era la instrucción que llevaban, usted oye lo que quiere y eso era en todas partes [...] era para el sector comunista, pues porque queríamos hacer llegar unos mensajes allá y que los tipos pensarán, y muchos apagaban el radio cuando sonaba el padre Sabogal, pero alguna vez se les quedaba abierto y decían este viejo no solamente habla de cosas divinas, teológicas, sino en lenguaje sencillo y fácil nos dice de los duraznos y de los perros y de que cuidemos el gato y de que tengamos bien las gallinas, y del estanque de peces, entonces esas vainas son útiles [...] no sé si hubo algunas otras cosas especiales, pero eso fue Raymond Amador, el tipo que promocionó eso era un tipo gringo que era anticomunista el tipo, pero dijo, yo quiero que se haga ese ensayo y mandamos [...] Yo conocí muy poco a Camilo Torres, fui amigo de él, pero no tuvimos la oportunidad de confrontar nuestros pensamientos, lo hizo mucho más con Salcedo y yo no sé si con Hernando también un poco. Salcedo tenía una mesa grandísima para explicarle a los tipos prestantes del país, porque él estuvo relacionado muy por arriba, mostrarles publicaciones y ediciones en los tiempos de Fidel, a lo que podía llevarnos hacia allá y de cómo precisamente el capacitar a la gente y preparar a la gente era hacerlo reconocer su propia dignidad y su valor, y el valor de la comunidad y de la sociedad era lo que era más importante hacer y el darles fundamentos económicos, técnicos para que la gente pudiera superar unas condiciones que no los fueran a llevar a un socialismo entendido como masificación, ir todos iguales, porque todos somos iguales, pero todos somos distintos, es decir, cada uno tiene que tener sus propias características, su propio desarrollo, su propia intimidad, su propia individualidad (entrevista a ex directivo 2, 2016).

La multiacentuación ideológica a la que nos referimos se puede reconocer yuxtaponiendo el testimonio anterior al de otra de las directivas:

El pensamiento de Marx es muy claro: si tú no cambias las condiciones materiales no cambias nada. Y el pensamiento “utópico/iluso” de nosotros era si tú cambias el corazón del hombre puedes cambiar el resto de la humanidad. Siempre hay un enfrentamiento que es radical, no común y corriente. Admiro los planteamientos del marxismo. Tú tienes que tomar el concepto del reino de Dios de San Agustín [...] Pero si tú no entiendes el pensamiento de Marx, no entiendes lo que es la utopía marxista, la dictadura del proletariado y lo que significa el fin del capitalismo. Pero tienes que tomar a un autor sobre ciencia y sociedad que está vinculado con el pensamiento inglés, que es el que mueve todo el pensamiento capitalista. Y tienes que irte a la República de Platón, y entiendes la utopía de la democracia y la utopía del dirigente. A nosotros nos tocó un punto de convergencia de esas cuatro ideologías. Nos centramos en San Agustín, pero no descuidamos los otros (entrevista a ex directiva 1, 2016).

¿Qué se entiende por apropiación social?

La noción de apropiación se tomó como clave para pensar el impacto que Radio Sutatenza tuvo en el país, pero no desde una vaga noción de efecto, sino desde la perspectiva de la recepción como una segunda producción, en la que el destinatario produce sentidos y prácticas sociales, en compañía de otros. Esto es necesario hacerlo dado el objeto de estudio, en el que se observa una relación emisor/receptor con fronteras difusas y en ocasiones transferibles.

Se debe entender que hubo un proceso masivo de comunicación, en el cual hubo un despliegue de un circuito educocomunicativo, un proceso de producción de sentido, que tuvo diversos momentos, todos ellos articulados. Para esto hay que hacer referencia al modelo de Codificar/Decodificar, propuesto por Stuart Hall y reelaborado

por David Morley. Resulta de fundamental relevancia este enfoque en tanto que sintetiza la atención puesta en las formas de dominación ejercidas desde la cultura mediática, dándole especial lugar a los usos que se hacen de la cultura mediática (Maigret, 2005). Se amplía la importancia que se da a las prácticas de los públicos, en la medida que se entiende que éstos pueden tener una recepción múltiple: por ejemplo, una atención irónica de los contenidos, desconfiada, o falta de atención. Los medios de comunicación operan en el mundo de la cultura y este mundo no está ya dado, sino que es un escenario de conflictos.

De ahí que Hall (1996) cuestione el modelo de circulación lineal comunicativa –emisor/mensaje/receptor–, por no reconocer una estructura compleja de relaciones en el acto comunicativo. Trae a colación el modelo marxista del circuito *producción, circulación, distribución/consumo, reproducción*, y de ahí que el jamaiquino plantee que el discurso debe ser traducido y nuevamente transformado en prácticas sociales, para que el circuito resulte completo. La apropiación de la significación es así un momento necesario, requisito para que haya consumo.

Para entender esto con mayor profundidad, resulta vital traer a colación su fuente directa, la *Introducción general a la crítica de la economía política de 1857*, de Marx. El pensador alemán habla allí del proceso de la producción material que, en última instancia, es el proceso de producción de la sociedad, un proceso determinante y determinado históricamente. En él hay diversos estadios (la producción, la distribución, el intercambio y el consumo), y entre éstos se entablan articulaciones de carácter dialéctico. De acuerdo con Marx:

en la producción los miembros de la sociedad hacen que los productos de la naturaleza resulten apropiados a las necesidades humanas (los elaboran, los conforman); la distribución determina la proporción en que el individuo participa de estos productos; el cambio le aporta los productos particulares por los que él desea cambiar la cuota que le ha correspondido a través de la distribución; finalmente, en el consumo

los productos se convierten en objetos de disfrute, de apropiación individual (1977, p. 45).

Entre todos los momentos del proceso hay reciprocidad, mutua influencia, influjo bilateral, así como tensiones, lo cual se refleja en lo que plantea Marx, por ejemplo, frente a la relación producción/consumo:

la producción es inmediatamente consumo, el consumo es inmediatamente producción. Cada uno es inmediatamente su opuesto. Pero al mismo tiempo tiene lugar un movimiento mediador entre los dos [...] El producto alcanza su realización sólo en el consumo (1977, p. 47).

Queda claro que las relaciones son dialécticas, pero no dejan de ser jerárquicas, por lo tanto, el punto de partida para Marx siempre es la producción. Frente a la correlación a la que se hizo alusión, Hall (2014) recapitula a Marx ya que, si bien el consumo produce el objeto de la producción, en cuanto lo realiza y en cuanto crea la necesidad de una producción nueva, la producción “proporciona el ‘objeto’ para el consumo [...] especifica el modo en el que se consume ese objeto [...] [y] produce la necesidad que su objeto satisface (p. 128).

En el proceso de producción comunicativa el circuito también comienza con la producción, momento en el que se construye el mensaje, teniendo en cuenta

el estado del conocimiento concerniente a las rutinas de producción, las habilidades técnicas históricamente definidas, ideologías profesionales, conocimiento institucional, definiciones y presupuestos sobre la audiencia y todo eso estructuran la constitución del programa a través de su estructura de producción (Hall, 1996, p. 3).

Por otro lado, circulación y recepción son momentos del proceso de producción y son reincorporados en el mismo proceso. Al respecto, Hall (1996, p. 3) señala:

circulación y recepción resultan “momentos” del proceso de producción en televisión y son reincorporados, vía un número de retroalimentaciones oblicuas y estructuradas, en el mismo proceso de producción. El consumo o recepción del mensaje es entonces también en sí mismo un “momento” del proceso de producción en su sentido más amplio, si bien el último es “predominante” porque éste es el “punto de partida de la realización” del mensaje. La producción y recepción del mensaje [...] no son, por ende, idénticas, pero ellas están relacionadas: son diferentes momentos dentro de la totalidad formada por las relaciones sociales del proceso comunicativo.

Dado este panorama, resulta interesante la crítica del modelo codificar/decodificar realizada por Bratich (2005). Éste último plantea que ni siquiera la Escuela de Birmingham hace lo suficiente para darle su lugar a las audiencias, al no reconocerles un verdadero *poder constituyente*. El autor norteamericano cuestiona que la cadena comunicativa comienza en la producción, a lo que afirma que el poder de las audiencias se actualiza por los medios de comunicación, y que sólo *problematizaciones* académicas, concebidas como comprensión de sentido, desconectadas del real potencial de los públicos, plantean que éstos están al final de la cadena comunicativa:

se asume a la audiencia para referirse a las personas que están en el punto final de la cadena de la comunicación mediática. Sin embargo, la audiencia, y su poder constituyente, no vienen después de la producción (que se encuentra en otro lugar). Ésta acentúa una invención colectiva de valores, de significaciones, y afecta, en otras palabras, la propia producción de la cultura misma. El poder de la audiencia se refiere a una configuración de los seres humanos y tecnologías de la comunicación en la que se mejoran las capacidades de producción (semióticas y somáticas) (Bratich, 2005, p. 246).²

² Traducción propia.

Resulta importante la preocupación puesta por Bratich en el potencial estructurador de las audiencias. No obstante, pensar a la producción como el momento inicial del circuito de la significación no debe entenderse, en absoluto, como algo mecánico, pero tampoco se puede negar que la producción, como momento, es determinante en otras instancias, al ser el momento en el que el proceso recomienza siempre. Claramente, la analogía con las tesis de Marx se debe hacer cautelosamente, dado que, relativamente, es diferente la producción material que la producción de mensajes. Digo relativamente diferente ya que, como lo plantea Voloshinov (1976), el mensaje no deja de poseer una realidad material: todo fenómeno que funciona como un signo ideológico es corpóreo, un signo es un fenómeno del mundo exterior. Tanto el signo como las acciones, reacciones y signos emergentes que produce en el mundo social circundante, ocurren en la experiencia exterior. Asimismo, la analogía con Marx resulta válida en la medida en que ni la producción material sólo es producción de *productos*, ni tampoco la producción comunicativa es solo producción de *mensajes*, sino que los dos procesos son los procesos de la *producción social*, que se deben entender como procesos multifacéticos y mediados por instancias dialécticas.

En tal sentido, para que el discurso pueda tener un “efecto” o satisfacer una necesidad debe ser apropiado como significativo y ser decodificado significativamente, para lo cual previamente tuvo que haber un momento de codificación, en el que se organizó el mensaje, su circulación, su distribución y se propuso una manera de consumirlo/recibirlo: “no todos los sentidos existen ‘por igual’ en el mensaje: ha sido estructurado con una [perspectiva] dominante, a pesar de la imposibilidad de alcanzar una ‘clausura total’ del sentido” (Morley, 1996, p. 126). Los acontecimientos no significan en sí mismos, hay que hacerlos inteligibles, poniéndolos en un contexto referencial que les atribuye significado, esto es la codificación, como momento productivo. Y en este proceso, el codificador quiere reforzar el alcance de su mensaje, la credibilidad y efectividad del sentido que está tratando de dar a los hechos; es decir, con palabras de Hall (2014), los codificadores-productores “apuntan a ‘obtener

el consentimiento' del público [...] estructuran la manera en que el receptor de esos signos decodificará el mensaje" (p. 249).

Sin embargo, ese momento no determina, ni mecánica ni necesariamente, al momento de la decodificación: los significados decodificados "tienen un efecto": entretienen, instruyen o persuaden, con consecuencias perceptuales, cognitivas, emocionales, ideológicas o comportamentales de carácter complejo, sin embargo, dichas consecuencias no son automáticas. Al respecto Hall (1996) afirma:

En un "determinado" momento la estructura emplea un código y produce un "mensaje": en otro momento determinado el "mensaje", vía sus decodificaciones, se emite en la estructura de las prácticas sociales. Ahora estamos plenamente advertidos de que esta re-entrada en las prácticas de la recepción y "uso" de la audiencia no puede ser entendida en los términos simples del conductismo (p. 4).

La noción de *efecto* vale la pena problematizarla a partir de los aportes de Morley (1996), quien afirma que en este proceso de codificar/decodificar no hay una influencia directa sobre la audiencia, afirma que el papel de los medios de comunicación es limitado. Las audiencias *reciben* de manera atenta y selectiva: "los 'efectos' de las comunicaciones masivas varían y dependen en gran medida de las respuestas de los individuos y de la interpretación que éstos hagan de sus mensajes" (Morley, 1996, p. 116).

Hall, en similar dirección, postula que no hay una simetría necesaria entre los códigos de codificar y decodificar, por lo que surgen distorsiones dada la falta de equivalencia. Morley (1996) refuerza esta idea, planteando que "el mensaje siempre contiene más de una 'lectura' potencial. Los mensajes proponen y prefieren determinadas lecturas en lugar de otras, pero nunca pueden llegar a cerrarse por completo en una sola lectura: siguen siendo polisémicos" (p. 125). A su vez, el sociólogo británico va más lejos al plantear que se puede hablar de "efecto" en las audiencias, en cuanto leen y atribuyen sentido a los mensajes transmitidos, y

en cuanto operan según esos sentidos en el contexto de su propia situación y experiencia.

Esto resulta sumamente pertinente, para entender que el proceso de producción comunicativa de Radio Sutatenza no debe ser entendido en términos de una circulación lineal, sino más bien de un circuito complejo, en el cual, la apropiación es necesaria para la efectividad de dicho proceso. Asimismo, es clave entender hasta qué punto las decodificaciones son resultado de códigos y discursos sustentados por diferentes sectores de la audiencia, que las modulan diferencialmente en virtud de la distribución establecida socialmente entre diferentes sectores de la audiencia (Morley, 1996).

Éstos son los elementos claves para analizar la información, y entrar a comprender los juegos entre las *lecturas preferentes*, en las que la decodificación es equivalente a la codificación del emisor; las *lecturas negociadas*, en las cuales se modifican, en parte, las significaciones establecidas; y las *lecturas oposicionales*, en las que el receptor hace aparecer como *extranjeros* los códigos propuestos (Maigret, 2005).

En la misma línea, Martín-Barbero plantea:

El consumo puede hablar y habla en los sectores populares de sus justas aspiraciones a una vida más digna [...] De ahí la necesidad grande de una concepción no reproductivista ni culturalista del consumo, capaz de ofrecer un marco a la investigación de la comunicación/cultura desde lo popular, esto es, que nos permita una comprensión de los diferentes modos de apropiación cultural, de los diferentes usos sociales de la comunicación (1990, p. 231).

En esta línea, el foco de atención se pone en los usos sociales que los campesinos le dieron a ello, la producción secundaria (De Certeau, 2010), entendida como aquella producción calificada de consumo, que no cuenta con productos propios, sino con maneras de emplear: “los usuarios trabajan artesanalmente las innumerables e infinitesimales metamorfosis de su autoridad para transformarla

de acuerdo con sus intereses y reglas propias” (p. XLIV). En relación al caso de Radio Sutatenza y ACPO, es necesario subrayar cómo el *usuario* deviene constantemente productor, cómo el destinatario deviene enunciador, debido a que el involucramiento de los campesinos superó la mera práctica de la escucha radial, como se mencionó anteriormente.

Contexto de apropiaciones y empoderamiento campesino

Antes de examinar la apropiación que hicieron los campesinos de Radio Sutatenza, es menester hacer una descripción de las condiciones sociales de posibilidad de apropiación por parte de los campesinos/usuarios. Como se dijo, Radio Sutatenza emprende su labor sobre una población rural que en un 50% era analfabeta y que padecía de uno de los niveles de concentración de tierra más altos del mundo. Ante esta situación, y en el marco de los intentos fallidos de reforma agraria que hubo durante el Frente Nacional, los campesinos se empezaron a apropiarse de políticas públicas que, de hecho, eran de contención política, pero que se salieron de las manos de las autoridades gubernamentales en diversos sentidos. Por tal motivo, se puede hablar de un ambiente de apropiaciones campesinas.

Al respecto, Archila (2003) hace la reflexión de que en los cincuenta la presencia pública de los campesinos era difusa, aunque el reformismo del Frente Nacional despertó la organización campesina. El historiador colombiano sostiene que

Con el tiempo la balanza se inclinó más hacia [los campesinos] que hacia [el Estado], con el ingrediente de una mayor autonomía [...] La organización abarcó desde jornaleros sin tierra hasta campesinos ricos, pasando por colonos, minifundistas e indígenas [...] En las áreas minifundistas se actuó con una lógica más gremial y de concentración, en las de colonización hubo más propensión a la acción directa (2003).

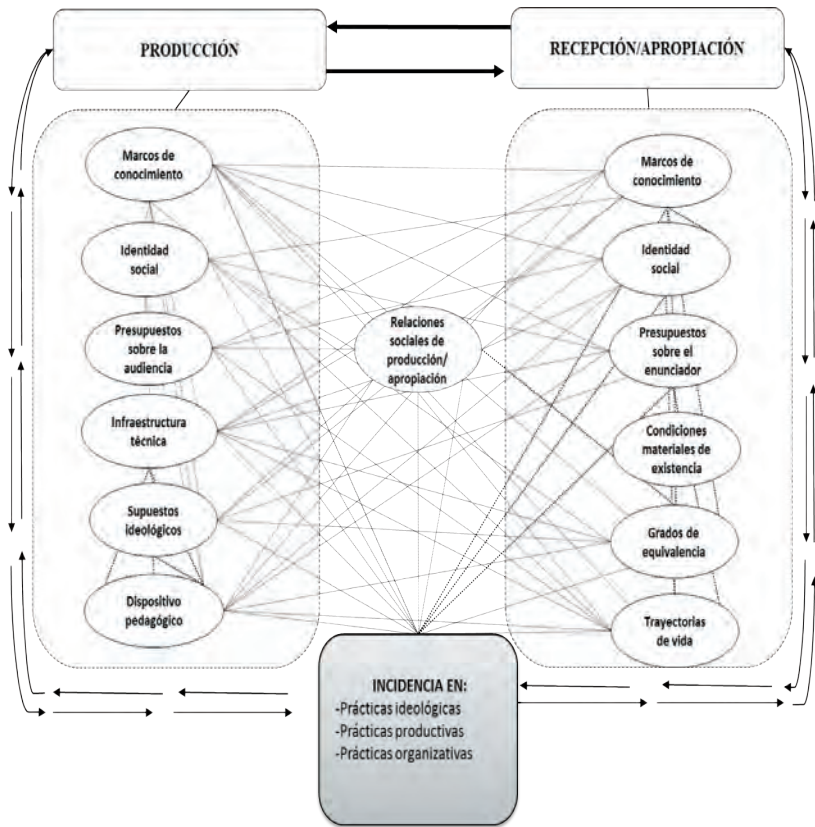
Palacios y Safford (2002) señalan que la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos (ANUC), la cual fue promovida por el presidente Lleras Restrepo (1968-1972), en el marco de la implementación de la reforma agraria, se creó con el fin de cooptar a los agricultores a una organización oficial.

Sin embargo, los mismos autores señalan que, conforme pasó el tiempo, desde la ANUC se desprendieron dos vertientes: la radical y la oficialista. La primera organizó marchas campesinas e invasiones de haciendas, latifundios ganaderos y baldíos disputados con empresarios.

En este marco de espacios que se van abriendo, se da la apropiación por parte de los campesinos de Radio Sutatenza. Pérez (2010) habla de los antecedentes del movimiento campesino, aludiendo a cómo la ANUC, inicialmente gestada por el gobierno, fue apropiada por los campesinos, saliéndose de control. Dice lo siguiente:

Antes de la ANUC, los campesinos siempre habíamos trabajado en lo que se conocía en algunos sectores del país como “minga”, la única forma de organización que teníamos. Aquí en la zona [Costa Caribe] se consideraba como “mano vuelta” o “mano prestada”. En el caso particular de nuestra vereda, los campesinos nos reuníamos con miras a trabajar para nuestros vecinos; los agricultores de aquí no contrataban trabajadores para hacer sus trabajos, sino que cada uno acordaba con quienes estuvieran dispuestos a trabajar. Unos trabajaban el lunes, otros el martes y sucesivamente toda la semana. Íbamos rotando nosotros mismos. O sea que el lunes iban todos los agricultores de aquí a trabajar a la parcela del vecino, le picaban el monte, se lo arreglaban, el martes iban a otra parcela y así sucesivamente; hacíamos “limpias”. Esa era nuestra forma de organizarnos. Una forma de colaboración espontánea [...] Sin estas experiencias organizativas, construidas desde la Iglesia para el caso de fanal o los sindicatos de tabaco con el Partido Comunista a la cabeza, la ANUC no hubiera tenido la fuerza que tuvo en esta región (p. 17).

Ilustración 2
Totalidad compleja del fenómeno de apropiación



Elaboración propia, 2017.

Apropiación de Radio Sutatzena traducida en prácticas sociales

La comprensión del fenómeno de la apropiación llevada a cabo por los campesinos del proyecto de Radio Sutatzena, entendido en su totalidad, pasa por varias instancias, en las que entran en juego diversos elementos: los marcos de conocimiento (previos y adquiridos), sus condiciones sociales de existencia, que inciden en la

lectura del mensaje de ACPO, influenciada por la identidad social del campesinado. De ahí se presenta la alteración de prácticas o conservación de otras, que impacta las trayectorias de vida de los agricultores. Todo esto se da en el marco de las relaciones, flujos y contraflujos dados entre las condiciones de producción y las condiciones de apropiación.

Las prácticas organizativas, las productivas y las ideológicas se vieron alteradas en todo el proceso. Entre éstas, se da una afectación recíproca, mas eso no quiere decir que cada una de estas dimensiones de la praxis social no tenga su especificidad, configuración particular y autonomía relativa, razón por la cual se torna pertinente abordar cada dimensión.

Con esto, se dilucida que lo epistemológico deviene en alteraciones en el orden de lo productivo y lo organizativo. Asimismo, el desarrollo de habilidades de lectoescritura trae consigo usos sociales que generan un impacto en las tres dimensiones. Lo mismo acontece con otras variables como la pedagógica, las prácticas culturales o la obtención de saberes técnicos, ya que la naturaleza de su impacto es disímil; se está hablando de un mismo proceso que se manifiesta diversamente.

En eso consiste el carácter *sui generis* del desarrollo de Radio Sutatenza y ACPO: el involucramiento con las audiencias no se limitaba a que éstas cumplieran con la recepción de un mensaje, desprendiéndose de su resultado. Se requería, por parte de las audiencias, una participación constante y comprometida, en todos los ámbitos. De ahí se resalta su capacidad no sólo como actor comunicativo, sino como actor político.

En el siguiente cuadro, se introducen los fundamentos analíticos con que se estudiaron los resultados del ejercicio de apropiación en cada una de las esferas exploradas, los pasos que se siguieron para llegar a identificarlos y algunas tentativas de resultados: el establecimiento de los elementos constituyentes –para, a partir de ahí, reconocer las correlaciones fundamentales–, de los fundamentos de la recepción, de los elementos analíticos.

Tabla 3
Tabla explicativa del proceso analítico

Construcción analítica			
Dimensión apropiativa	Prácticas productivas	Prácticas organizativas	Prácticas ideológicas
Elementos constituyentes	<p>Condiciones materiales de existencia</p> <p>Condiciones socio-epistemológicas</p> <p>Tecnificación del campo</p> <p>Aspectos culturales de la actividad productiva</p> <p>La incidencia de la cultura escrita en la producción</p>	<p>La incidencia de la cultura escrita en lo organizativo</p> <p>Dispositivo pedagógico y formación de habilidades organizativas</p> <p>La minga como forma de organización social</p> <p>La incidencia de la producción en lo organizativo</p>	<p>La mediación de la producción</p> <p>La cultura escrita como acceso a nuevos sistemas de clasificación</p> <p>Catolicismo/praxis social</p> <p>Lo organizativo en lo ideológico</p> <p>La variable de género</p> <p>Recreación como apuesta ideológica</p> <p>La politización campesina</p>
Fundamentos de la recepción	<p>Relaciones sociales de producción/apropiación, marcos de conocimiento (previos y adquiridos), identidad social dinámica de los campesinos, condiciones materiales de existencia, presupuestos sobre el enunciador, lecturas preferenciales, negociadas u opositivas, trayectorias de vida</p>		
Elementos analíticos	<p>Constructos de los campesinos: a) frente al contenido y los temas de Radio Sutatenza y las cartillas, b) frente a los modos de destinación y nivel de identificación con lo propuesto, c) sentidos comunes diferenciales –lo que se da por sentado–, d) criterios de evaluación de los campesinos, e) interdiscursividad</p>		
Corpus	<p>a) 31 cartas: Boyacá, Cundinamarca, Antioquia, b) ocho entrevistas a ex líderes campesinos, c) tres entrevistas a ex directivos de ACPO, d) 15 entrevistas a ex líderes campesinos (extraídas del documental <i>La ignorancia es pecado</i>)</p>		
Mecanismos de análisis	<p>Composición de análisis historiográfico, análisis de contenido y herramientas de análisis del discurso</p>		

(continuación)

Dimensión apropiativa	Prácticas productivas	Prácticas organizativas	Prácticas ideológicas
<p>Productos de la acción social (resultados clave)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intervención llevada a cabo a partir de las necesidades inmediatas 2. Creación negociada de nuevas necesidades sociales 3. Apropiación de técnicas productivas supervisada por el conocimiento acumulado previo campesino 4. Influencia del discurso desarrollista, con quiebres y fisuras 5. Los campesinos mediaron la producción con el discurso religioso, y ése mismo funcionó como facilitador de los cambios productivos 6. La lectoescritura como capital cultural no institucionalizado que dinamiza la producción 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La auto-organización y la autogestión campesina como vehículo de la alfabetización y la formación en técnicas agrícolas 2. En las escuelas radiofónicas, todo campesino devino en un líder educativo y social, directa o indirectamente 3. En el proceso de adquisición de conocimientos aritméticos, idiomáticos o técnicos, los campesinos forjaban el desarrollo de habilidades en liderazgo y gestión comunitaria 4. La <i>minga campesina</i> se reeditó. Esta práctica histórica de agricultores colombianos fue utilizada estratégicamente por ACPO, y los campesinos la recrearon 5. Los campesinos reconocieron el país por medio de su labor como líderes campesinos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El motor del cambio en la visión del mundo fue la praxis social 2. Las relaciones productivas sin modificarse radicalmente cambiaron elementos, y ello cambió la forma de relacionarse con el mundo 3. La apropiación de la cultura escrita le permitió al campesinado relacionarse con nuevos sistemas de clasificación 4. Sectores campesinos hicieron de una innovación educativa, que pretendía que se ajustaran a las demandas productivas contemporáneas, un reconocimiento crítico de las mismas 5. El discurso católico reeditado para ser fundamento del cambio social 6. La mujer se apropia de espacios tradicionalmente masculinos, a través del liderazgo ejercido en diversos frentes, tanto educativos como organizativos 7. La participación política promovida derivó en la politización heterogénea del campesinado

Elaboración propia, 2017.

Prácticas productivas

El éxito y eficacia de ACPO residió en llevar a cabo su labor desde las necesidades materiales inmediatas del campesinado colombiano, no necesariamente sentidas, ya que muchas fueron creadas. En el mundo rural la frontera entre la esfera privada y la laboral es borrosa, por lo que los espacios de descanso, alimentación, socialización, infraestructura, servicios eléctricos, estaban relacionados con la labor del campo. En ese sentido, se buscó alterar las condiciones materiales inmediatas de existencia, con el objetivo de alterar las prácticas productivas.

Se procuró cambiar una serie de elementos: en primer lugar, la vivienda (paredes, techos, pisos, cocina, habitaciones). La apropiación al respecto de esta campaña implicó que los campesinos comenzaran a reconocer nuevas utilidades, posibilidades y espacios en el lugar de vivienda y, en este sentido, a resignificar las nociones y las prácticas de descanso, de encuentro familiar, de alimentación y salubridad.

Un campesino relata en una carta el estado posterior de su vivienda al que se hace referencia: “tengo un lindo jardín que es el orgullo de la casa. del agua, hicimos un entablillado para que no se empuerque” (carta anónima, Santa Rosa de Viterbo, Boyacá, 1959).³ Mediante la apropiación de la campaña de vivienda iban dejando de percibir como natural su condición de pobreza y la precariedad de las condiciones de infraestructura. Asimismo, las mejoras en la vivienda era una forma de mejorar su estatus social y prestigio ante sus colegas agricultores y demás personas que se acercaran.

En cuanto a la alimentación, es importante resaltar que la producción para el autoconsumo era algo preexistente en las comunidades campesinas colombianas. El uso social que le dieron los campesinos a esta propuesta fue la de reorganizar el autoconsumo,

³ Los fragmentos de la correspondencia se transcriben de forma fidedigna, es decir, tal como aparecen en el documento original, por lo que no se modifican los errores ortográficos.

de manera planificada y racionalizada. El foso de abonos es otra de las campañas acogidas por los campesinos. Ésta buscaba que ellos mismos reciclaran y fertilizaran sus cultivos. Se relacionaba esta campaña con la de la huerta casera: “lo emos dado a conocer a los vesinos que han quedado muy encantados con los resultados, con el foso de abono emos sembrado café, la yuca y el jardin y la huera casera estan muy vonitas las matas” (carta de Segundo Sánchez, Toguí, Boyacá, 1959).

En cuanto a la campaña de higiene, se procuraba lograr cambios en la vivienda, como la construcción de fogones en alto, o la letrina, por ejemplo, guiada por ideologías higienistas, que tienen su génesis histórica en Colombia en discursos científico-racialistas que se orientaban por un supuesto “progreso de la raza” (Gutiérrez, 2010). Así, lo “higiénico” no deja de ser un concepto y una práctica arbitrarios, y algunos campesinos mostraron reticencia a la iniciativa de ACPO. Al no compartir los códigos propuestos por el enunciador en este aspecto, la evaluación operada de esta campaña estaba filtrada por el criterio dado por los hábitos histórica y socialmente reproducidos por los agricultores.

Por ejemplo, la campaña contra la chicha⁴ pasaba por el discurso higienista, argumentando que su elaboración artesanal atentaba contra la higiene. Un ex líder campesino, oriundo de Santander, relata cómo en las comunidades indígenas del Cauca, en las que llevó a cabo labores como dirigente campesino, se seguía consumiendo chicha bajo las técnicas propias del mascado de maíz: “los indios tomaban chicha mascando el maíz con los dientes, y yo les preguntaba ‘¿pero eso sí es potable?’ Y me decían: ‘¡claro! Siempre lo hemos hecho así’ [...] al final no me pasó nada” (entrevista a ex líder campesino 7, 2016).

Se puede detectar una distancia y desconexión entre el sentido común del enunciador y de sectores de la audiencia, y una devaluación de la importancia de esta campaña en parte de los campesinos,

⁴ La chicha es una bebida alcohólica hecha a base de maíz de origen prehispánico, consumida en Colombia y otros países suramericanos principalmente.

pues estaba atravesado por la reivindicación de sus costumbres ancestrales.

Por otra parte, la apropiación de la campaña del agua trae impactos en la vida productiva de los agricultores participes en la medida en que así se pueden controlar con mayor precisión los cultivos y, de la misma manera, combatir los cambios climáticos. Asimismo, algunos aspectos de las relaciones de producción como las implicaciones de ir hasta el río más cercano, que en muchos casos podía ser muy lejano, a traer agua al hogar transportándola en baldes, el tiempo que implica, la división social de trabajo que suponía esta práctica, son modificados. Se da un cambio cuando el agua se empieza a distribuir por medio de manguera, a lo que se llega por medio de una organización campesina específica, caracterizada por la autogestión.

Agricultura tradicional en pugna con agricultura tecnificada

El proyecto, en cuanto a la tecnificación del campo, no sólo estaba dirigido por ACPO, sino que había otras instituciones trabajando en este aspecto. La primera, dinamizaba la propuesta de tecnificación con su sistema combinado de medios y con sus institutos de formación de líderes. Los campesinos relatan la recepción del proyecto de tecnificación llevado a cabo por Radio Sutatenza, acompañado principalmente de las cartillas, reflejándose la visión de usuario y del dirigente campesino:

Yo estoy llevando a cabo esta obra en defender mi poco pedacito de suelo, no quemando, no destruyendo la poca capa vegetal, arando y cultivando al travez de la pendiente, abonando con producción del foso, y el establo de la vaquita llevando experimentos [...] los arboles veo esperanza los he cultivado y los cuido con todo esmero todo como lo enseña por la radio y las cartillas, me da gusto escuchar las clases porque para mi es un recuento de lo que estoy practicando y un repaso para enseñar a mis amigos (carta de Heliodoro Toloza, Macanál, Boyacá, 1959).

Por ejemplo, si se trataba de mejorar el suelo, para evitar la erosión, evitar la erosión de los campos, tomábamos la cartilla “Suelo

productivo” en nuestras manos, y nos íbamos a hacer el trazado del cultivo a través de la pendiente y no de manera vertical, porque era una manera práctica para obviar el deterioro de los suelos (entrevista de documental, ex líder campesino 1, 2014).

No obstante, éste no era un proceso con efectos directos. En ocasiones, los campesinos se negaban a los nuevos conocimientos propuestos por ACPO. Un campesino hace referencia a los retos a los que se enfrentó la institución: “antiguamente había gente buena, ACPO les ayudó más [...] antes mandaban los campesinos para hacer cultivos de maíz y ‘métale cándela, ahí se quema el gusano’ [...] ¡no!, ¡estábamos acabando con todo!” (entrevista a ex líder campesino 7, 2016). Era un proceso de negociación en el que se resistían *maneras de hacer* que se habían llevado a cabo durante cadenas generacionales.

Los campesinos tendían puentes entre lo viejo y lo nuevo; no todo era viejo y no todo era nuevo: “Aquí todo el mundo tiene la tradición para cultivar maíz, y que viniera un chino⁵ de 15 años, de 20, a enseñarle a un campesino a sembrar maíz no lo acepta, pero es ahí donde juega esto de aprender haciendo” (entrevista a ex líder campesino 6, 2016). Como se ve, las reticencias y el escepticismo inicial hacia la propuesta de ACPO no fue poca, un ex directivo menciona:

había una práctica ancestral del manejo de los cultivos que era las quemadas controladas, la gente le echaba candela a los potreros, cuando se hacía la reflexión de las consecuencias de eso, decían “eso lo hemos venido haciendo desde hace 200 años, no nos vengan a enseñar a nosotros” (entrevista a ex directivo 3, 2016).

La visión de la naturaleza cambiaba a la par, como lo deja ver un ex dirigente campesino: “uno ya no maltrataba animales, yo ya no volví a matar un pájaro con la cauchera” (entrevista a ex líder campesino 7, 2016).

⁵ Forma coloquial de referirse a una persona joven en Colombia.

Se presentan, a la par, brotes de reclamo furtivos: no todo lo que proponía ACPO era ignorado por los campesinos. Asimismo, se rechaza la insistencia en la “ignorancia” del campesino y el hecho de que se le quitara responsabilidad al hombre industrial, blanco, concebido como depredador:

Los indios nos ganaban, ellos cuidaban el agua sin que hubiera ACPO [...] Los indios cuidan mucho la naturaleza, ellos no le echaban venenos al agua, el blanco era el que le ponía dinamita y mataba a todos los pescados [...] el blanco es el que llevaba el barbasco, el mercurio, el indio no hacía eso. Yo vi indios sacando oro sin echar mercurio, ¿cómo hacían? No sé (entrevista a ex líder campesino 7, 2016).

Así, en el terreno de las apropiaciones, salen los llamados de atención indirectos para ACPO, que niegan que el único saber sea el científico-técnico, que desperdicia la experiencia acumulada en sistemas alternativos de producción, como lo expresa de forma latente una ex dirigente campesina:

Todo eso lo sé hacer, porque lo aprendimos desde niños. Los de esa época sí trabajábamos desde que empezábamos a caminar [...] Mi mamá hilaba lana muy fina y ella nos enseñó; después aprendí a tejer. Uno coge la lana que es como un copo de algodón y se le va sacando la hebrita delgadita y en tiras largas y se envuelven en el brazo. Al huso de madera se le coloca una tuerquita que se llama tortero, y se le empata a la madera para que coja fuerza. Las señoras que no tenían esos torteros cortaban un pedacito de arracacha o una papa y la ensartaban a eso para que cogiera un poco de peso. Uno pone el huso a bailar o a girar como a una pirinola, mientras tanto la hebrita está sostenida por unas orejitas de la madera y se va torciendo. Cuando el huso está lleno entonces uno saca esa lana y la envuelve en ovillos. Esa lana era la que se llevaba a vender y si no se lavaba para que quedara muy blanca y se mandaban a tejer las ruanas y cobijas (Blanca Inés González, ex líder campesina, entrevista citada en Carranza, 2010, p. 86).

Aspectos culturales en la actividad productiva

La actividad productiva de los campesinos colombianos está cruzada por la cultura, y la religión juega un papel muy importante. En los campesinos boyacenses se identifica un cruce de discursos en cuanto a lo productivo, en el que se hace presente el discurso de la religión católica como discurso explicativo de los vaivenes de la producción de alimentos, y de Dios como mediador de la misma. La mención constante a Dios no es poco significativa: “las semillas de los arboles maderables asta a hora están vien quiza Dios quiere que no se pierdan” (carta de Avalia Vega, Miraflores, Boyacá, 1959); “el párroco es muy estresado pero yo con la ayuda de Dios boy hacer mi foso y mi guerta casera” (carta de Angélica Rivera, Floresta, Boyacá, 1959). Así como en otras esferas, la religión permite y detona los cambios productivos.

La incidencia de la cultura escrita

El intercambio epistolar, posibilitado por el hecho de que los campesinos adquirieran habilidades básicas o desarrolladas de escritura, permitió que, a través de los saberes de lectoescritura, generaran un flujo informativo que impactó en las maneras de producir. Esto se ve claramente en las cartas de los campesinos, que dan cuenta de cómo asumieron el uso de ACPO: “[el campesino decía] voy a cultivar como me dijo la líder, pero voy a conservar mi parte. El cultivo estaba lleno de frijol, y fue la mejor lección para él. Mejoró su casita, aprendió a leer, su esposa también” (entrevista a ex líder campesino 15, 2016).

Los campesinos boyacenses y antioqueños, en general, asumen los temas propuestos por ACPO como importantes y prácticos. En las cartas se puede reconocer que se entabla un contrato comunicativo, basado en la solicitud de información sobre los temas de la producción, tales como la huerta casera, el uso de semillas o el tratamiento de cultivos y animales. En cuanto a los temas productivos, se da un reconocimiento a su importancia y pertinencia. Asimismo, en cuanto a los contenidos, se nota un reconocimiento de su uso en la vida cotidiana.

Prácticas organizativas

En las nociones de la Educación Fundamental Integral había, de forma implícita, preceptos que intervenían y suscitaban cambios particulares, generados por el paso a capacidades letradas, pero no se agotaba ahí. Se buscaba la formación de líderes, innovaciones en los modos de producción, la participación en la vida pública, y esto pasa por impactos en la dimensión organizativa. El campesino, en su proceso de aprender a leer, a escribir, a hacer cuentas, a adquirir conocimientos aritméticos básicos, comienza a relacionarse con los campesinos y con la ciudad de una manera distinta.

Por otro lado, la tarea de hacer del campesino un profesor que guiaba el proceso de alfabetización de otros generó otra serie de cambios organizativos. De hecho, hay varios detonadores de impacto en las prácticas organizativas: la cultura escrita y todo lo que involucra, los cambios productivos, los institutos de formación de líderes, el despliegue pedagógico, la intervención en las necesidades concretas, las Juntas de Acción Comunal y los espacios de encuentro de campesinos de todo el país, diseñados por ACPO.

La alfabetización, como se ha señalado, no se agota en sí misma. Tras de ella, había un proceso colectivo en el que los campesinos se volvían agentes sociales de la incorporación de la cultura escrita. A su vez, por medio de la acción de ACPO, se generó formación de líderes comunitarios que se desenvolvían como mediadores entre los alumnos y la ACPO. Un ex líder campesino relata así este proceso:

a mí me tocaba empezar a visitar las comunidades de base, era familia por familia, por lejos que estén había que llegarles. Empezar a ver quién sabe leer, quién no, cómo hacemos para que esos también aprendan a leer, y si le ponen cuidado llevamos material, el disco-estudio, las cartillas, y a mí me tocaba cargar un proyecto de filminas, a uno lo preparaban bien, eso era una verraquera, era como teatro que uno les hacía, y yo manejaba mi aparato, lo llevaba en mula, uno como que ya tenía idea, los sallistas son unos tenaces, para uno era divertido, uno se ganaba la comunidad, lo querían a uno [...] En el Cauca estuve seis

meses, después me tocó la parte de la sierra nevada, el Catatumbo fue después, por la parte de Valledupar y después la sierra, eso fue muy lindo (entrevista a ex líder campesino 7, 2016).

Hubo varios agentes en este proceso, pero el papel del auxiliar inmediato fue básico. A éste se le asignó la dirección de una o varias escuelas radiofónicas, desarrolladas en diversos lugares (en las casas de los mismos campesinos o en las parroquias), el registro de la asistencia, además, resolvía dudas. El auxiliar inmediato se reunía con el representante parroquial, que ayudaba al párroco, quien distribuía material, recibía y enviaba correspondencia y organizaba reuniones con los auxiliares inmediatos que dependían de la parroquia.

El criterio para ser el auxiliar inmediato era tener más conocimientos. La enseñanza no siempre estaba a cargo del jefe de hogar. Las mujeres podían dirigir el proceso, lo que generaba un extrañamiento en las estructuras patriarcales del campo colombiano. La participación de las mujeres en estos procesos sociales campesinos fue relajando las condiciones de estructuración del mundo rural, en una perspectiva de género. Una ex líder campesina relata este proceso:

yo viendo esa población en las mismas circunstancias mías y viendo esa posibilidad de esas clases que transmitían por radio porque pues ya las fui identificando, con ayuda de mi mamá organicé una escuela radiofónica [...] Tenía 13 años, en un año yo hice todos los cursos y luego asumí el papel de auxiliar inmediato y entonces organizamos la escuela radiofónica, fuimos al pueblo y buscamos al representante de escuelas radiofónicas para que me diera más información y me entregó las cartillas. Yo oía hablar que las cartillas, las cartillas, y sí me entregó las cartillas, me entregó tiza y un barniz verde para el tablero. Entonces hicimos el tablero y toda la cosa, eso fue bastante emocionante, aunque mi papá ponía mucha dificultad [...] Fue en mi casa. Funcionó a las mil maravillas (entrevista a ex líder campesina 1, 2016).

Todas estas tareas no eran estériles en la comunidad. La escuela radiofónica suponía la organización de la vereda, de familia o la

comunidad a ese proceso de formación, en el que no mediaban ganancias económicas, todo dependía de la iniciativa de las mismas comunidades. El auxiliar, como agente, debía llevar a cabo un trabajo organizado con determinadas actividades, por lo que debía adquirir competencias de seguimiento pedagógico. Como lo afirma una persona que fue dirigente campesino: “un auxiliar inmediato era mucho más líder que un alcalde del municipio, que un funcionario público, eran más mujeres que hombres” (Entrevista de documental, ex-líder campesino 12, 2014). De la misma manera, el siguiente testimonio da cuenta del sentido otorgado por los propios líderes campesinos a su labor realizada como auxiliares inmediatos:

El curso [de formación de líderes] fue muy bueno, acabado el curso yo me devolví para el Tolima, y organicé una escuela radiofónica en mi casa, con mis hermanos y unos vecinos, yo era el auxiliar inmediato. Había unos vecinos que no sabían leer y escribir y yo les hice el curso [...] cuando a los años en Ibagué me encontré con uno de los muchachos de la escuela radiofónica y me dijo “yo estoy muy agradecido con usted, lo que usted hizo por mí no lo hizo nadie, usted no sabe lo que significa para mí haber aprendido a leer y escribir”, y eso para mí significa mucho en la vida (entrevista a ex líder campesino 8, 2016).

La minga campesina

La minga es una tradición prehispánica de trabajo colectivo voluntario, caracterizado por la reciprocidad de las labores y que, actualmente, es vigente en varios países latinoamericanos. Ésta es llevada a cabo con el objetivo de construir bienes sociales, de distinto orden: su utilidad comunitaria puede ser la construcción de casas de la comunidad, la ayuda a una persona o familia, o puede llevarse a cabo con el fin de hacerse una cosecha de papas u otro producto agrícola, entre otras, siempre con una retribución variable para quienes han ayudado.

ACPO no propuso nada nuevo al respecto: los campesinos colombianos habían adelantado esta forma de organización durante siglos, la institución se apropió de esta propuesta de origen campesino y la

dinamizó. Se ve que, en la relación entre el enunciador y el destinatario, el primero se apropia elementos del segundo. Una campesina expresa el significado que le da a las mingas de esta manera:

Algunas personas, de los adultos, los papás, nos ayudaron a gestionar en el pueblo los sanitarios y se hicieron hasta mingas, cuántos iban a ayudar a esta familia, y luego éstos allá. Las mingas eran que se ponían de acuerdo vecinos, quiénes podían, quiénes querían ir tal día, tal hora, a colaborar en la familia de tal para hacer el sanitario o mejorar la casa. De hecho también las mingas se utilizaron para el arreglo del camino y las mingas es una tradición de las comunidades indígenas, pero que ha sido acogida por toda la vida por los campesinos, pero ahora el modernismo ha ido desplazando esa forma de trabajo que realmente son muy bonitas, porque es como en otros lados le llaman trabajo “manocambiada”, yo voy le colaboro al vecino y posteriormente él viene y me colabora, pero la minga es más comunitaria, o sea generalmente la mayoría va allá a ese lugar de trabajo y luego se rotan en las casas de las familias (entrevista a ex líder campesina 1, 2016).

A su vez, un ex dirigente campesino relata la experiencia de las mingas de esta manera:

comenzamos a organizar las mingas, digamos usted hoy tenía que agarrar maíz, 30 personas, y al otro día íbamos a donde el otro, a sembrar semillas, a recoger café, a limpiar el potrero, y la gente se encantó de eso, y la gente participaba muchísimo (entrevista a ex líder campesino 6, 2016).

Visiones del mundo

En este punto es crucial romper la escisión ideología/praxis, y evitar percibir lo ideológico como lo no-tangible, sino algo constitutivo de las prácticas cotidianas, costumbres, hábitos o en el folclor mismo. La ideología es algo perceptible, que se encarna delimitando el camino de la acción de los seres humanos, en virtud de las luchas

de la significación. Para Gramsci (2009), ya no sólo es “sistema de ideas”, sino una práctica social habitual y vivida, que debe incluir dimensiones inconscientes y no articuladas de la experiencia social, así como el funcionamiento de las instituciones formales. Al entender esto, se comprende que la ideología no recaía en un ejercicio radial explícito de difusión de pautas doctrinarias específicas. No, la Radio Sutatenza *construye* ideología, y los campesinos la *recrean* en el proceso de alfabetización, en la socialización con otros campesinos, en los procesos productivos, en los emergentes espacios organizativos y participativos, etcétera.

La efectividad de ACPO radicaba en el hecho de que no partía de la actividad discursiva, sino práctica. A partir de lo concreto, que para el campesino era el cultivo de su tierra, se buscaban cambios en el terreno ideológico. A través de los cambios en la actividad productiva se iban generando cambios en la visión del mundo:

en la praxis se tiene, se cuida, se administra la vaca y a partir de esa dinámica se llevó a cabo la alfabetización. Se está enseñando, pero llevando a que la gente produzca, consuma, cambie, mejore y haga todo un cambio a nivel de su familia” (entrevista de documental, ex líder campesino 14, 2014).

Las modificaciones en las relaciones de producción iban forjando mentalidades diversas en el campesinado, en cuanto tendieron a mejorar los tiempos y la calidad productiva, y a asociarse con otros para mejorar ganancias. Sin cambiar los fundamentos de las relaciones productivas, se modificaron los hábitos productivos, lo que viabiliza que el campesino se empodere más de las posibilidades de su finca, y de las relaciones con sus colegas que es donde, principalmente, se forja el cambio de las mentalidades: en la sociabilidad expandida.

Por otro lado, en cuanto a la cultura escrita, no se puede hablar de un salto de un desconocimiento total de habilidades de lectura y escritura a su dominio. Los conocimientos previos en lectura y escritura son diversos, y el ser analfabeto no significaba serlo totalmente. Al respecto, resulta pertinente retomar la obra de *La formación de la*

clase obrera en Inglaterra, de E. P. Thompson, estudio en el que, describiendo el proceso de construcción de conciencia de clase, afirma:

El analfabetismo de ningún modo excluye a los hombres del discurso político. En la Inglaterra de Mayhew los cantores de baladas y los “charlatanes” tenían todavía una ocupación floreciente, con sus farsas callejeras y sus parodias de esquina que variaban según el humor popular y daban un aire radical o antipapal a sus monólogos satíricos o recitados, según la situación del mercado (2012, p. 763).

Queda claro que el analfabetismo no suponía *atrofia intelectual*, no obstante, sí se dio un paso importante al adquirir habilidades más formales. Como lo afirma Hurtado (2012):

[eso] significó la mutación cultural profunda, a la manera de las transformaciones que vivieron las sociedades tradicionales estudiadas por Jack Goody [...] la conquista de un conjunto de habilidades que antes aparecían de manera escasa y distante introdujo nuevas formas de relacionarse con el mundo a partir de categorías y modos de clasificación hasta entonces desconocidos (pp. 69-70) [...] Los diferentes grados de adquisición y dominio de la palabra escrita estaban en relación con la diversidad de las prácticas de lectura y escritura que generaban los diferentes niveles de formación ofrecidos por ACPO, que iban desde los cursos de formación elemental que comprendían la enseñanza del alfabeto y algunos rudimentos de lectura y escritura, hasta los cursos de formación avanzada para líderes campesinos que comprendían un periodo de internado en los Institutos de Sutatenza, donde se ofrecía instrucción alrededor de las diferentes actividades pedagógicas y administrativas que posteriormente éstos debían desempeñar en sus veredas (p. 73).

Por otra parte, el mecanismo de correspondencia ACPO permitió el flujo comunicativo entre auxiliares inmediatos, auxiliares o representantes parroquiales, líderes campesinos y los directivos de ACPO, o alumnos y los mismos oyentes. El intercambio se daba en un formato muy institucional, no obstante, no se limitó estricta y

necesariamente a dicho marco. Por medio de la palabra escrita se podía tejer otro tipo de relaciones, como de amistad. En ese espacio, los nuevos alfabetizados empezaban a explorar el mundo de otra manera y su autoreconocimiento como grupo social fue mutando:

imagínate que eres un campesino, y has tenido unos intercambios sociales muy mínimos, en esa época el campesino era muy falto de información, y que te llegue alguien con un computador, pero tú no tienes ni idea de qué es eso, pero tú como no tienes ideas del potencial de eso, no sabes leer y escribir, entonces sólo haces las labores rutinarias del campo, y nunca has pensado leer un libro, ni saber leer el periódico, sólo la rutina de los oficios, de hacer mandados. Al aprender a leer y escribir él deja de ser un objeto y se convierte en un sujeto, porque entiende quién es él, sabe firmar, y cómo un periódico lo puede leer (entrevista a ex líder campesino 8, 2016).

De igual forma, entrar al mundo de la lectura y la escritura conlleva a adquirir competencias con las cuales entran en juego nuevas maneras de clasificar y ordenar el mundo. La adquisición de habilidades de lectoescritura permite acceder a otras formas de pensamiento que se vincularon con la introducción de la escritura, tales como el silogismo, los esquemas, etcétera. De ahí, se desprenden diversos caminos y formaciones intelectuales e ideológicas, aun cuando siempre están mediadas por el contexto histórico concreto.

En cuanto a lo organizativo, las relaciones e influencia entre las distintas dimensiones son recíprocas. Lo productivo incidió en lo organizativo, y se entiende que lo organizativo alteró lo productivo. Igualmente, lo ideológico, mediado por lo productivo, altera lo organizativo, a su vez, mediado por lo productivo.

Se puede entrever que había formas de organización preexistentes en el mundo campesino:

A nosotros nos levantaban desde las 4:00 am para que nos organizáramos, a través de tomarnos un tinto o un agua de panela, y saliéramos a trabajar en todas las actividades agrícolas, hasta cuando ya se acababa

la luz del día. La vida del campo es esa (entrevista de documental, ex líder campesino 1, 2014).

La organización giraba en torno a su vida productiva que, en muchas ocasiones, no iba más allá de su micromundo familiar. Los campesinos usaron todo el proceso ACPO para reconocer que había una organización que iba más allá de sus mundos particulares y aislados, y que su situación social podría mejorar en compañía de otros agricultores. Esto pasaba, en primera instancia, por su reconocimiento como agente de cambio social: “el campesino es muy inteligente, muy vanidoso, no hay que verlo chiquitico, hay que valorar sus conocimientos, su capacidad organizativa, capacidad de gestión” (entrevista de documental, ex líder campesino 15, 2014). Ese reconocimiento, que daba lugar a la organización social, pasaba por reconocer el lugar que ocupaban en el mundo y sus problemáticas, de manera crítica:

nosotros éramos microproductores [...] la vida familiar era una vida de violencia [...] a mi papá le decían que yo era un vagabundo, lo único válido era lo material, eso de la organización social y comunitaria nada” (entrevista de documental, ex líder campesino 10, 2014).

sin pretenderlo, fue apareciendo [a partir del radio] una relación de comunicación con mi comunidad, y hacer el papel de auxiliar inmediato, de traducir lo que decía el profesor por la radio. Fue un liderazgo que fue apareciendo, se creó la junta veredal, se creó escuela. Me invitó a Sutatenza a hacer un curso [...] esas enseñanzas del instituto me llevaron a mi pueblo con otra visión, con otras ideas, y empezamos a organizar el movimiento radiofónico en el municipio (entrevista de documental, ex líder campesino 6, 2014).

Sobre la irrupción de la mujer campesina en la esfera pública, los campesinos y las campesinas se apropiaron de esta nueva dinámica de una manera particular. La lectura de la situación la hace una usuaria campesina, oriunda de Sutatenza: “Yo aprendí a leer y escribir

ahí, letra pegada. Mi madre no tenía mucha decisión porque decía que la escuela era para los varones” (entrevista a usuaria campesina 5, 2016). Sin negar toda la carga ideológica de ACPO, su manera de operar no siempre era conductista, bajo la lógica estímulo-respuesta, sino al contrario, se daba mucho espacio abierto para apropiaciones heterogéneas, no programadas.

Por otro lado, el hecho de que fuera mediante la práctica que se promovía la participación de la mujer, daba paso para que tanto mujeres y hombres empezaran a gestionar cambios en las lógicas patriarcales, a su manera. Que fuera una mujer quien liderase una escuela radiofónica, la que dirigiera procesos pedagógicos y de formación en técnicas agrícolas, la que dinamizara la organización campesina para lograr objetivos comunes, creaba cambios en las visiones de género preestablecidas, todo a través del famoso *aprender haciendo*:

[las mujeres] eran muy buenas para motivar a la gente, para la huerta, para el sorbo de agua, para el mejoramiento de la vivienda. Y los resultados muy buenos, una de las condiciones para acceder al siguiente curso era mostrar resultados, en un año, según lo que logren hacer, vuelven acá (entrevista a ex líder campesino 6, 2016).

era ver a la mujer aparte de verla como la conductora, el pilar de un hogar, ella no debía ser una mujer sometida, agachada, que era lo que se daba. Los que participaban eran los hombres. Nos daban herramientas y nos motivaban para que mujeres, participen, levanten la cabeza, no se dejen humillar, argumenten (entrevista de documental, ex líder campesino 4, 2014).

Uno de los momentos en que esta apuesta fue cristalizada por los campesinos fue con la polémica campaña de la *procreación responsable*, la cual promovía la planificación familiar y reproductiva, que conllevó todo un conjunto de problemas con los sectores religiosos del país. Los testimonios campesinos dan cuenta de que, a partir de esta campaña, desarrollaron una concepción crítica ante la idea católico-conservadora en cuanto a la procreación:

Una de las cosas que siempre quise es que las mujeres defendieran sus derechos ¿en qué sentido? En que pudieran planificar la posibilidad de cuántos hijos tener, que una no era una máquina de hacer hijos, sino que fuera al médico, que consultara y buscara la forma de que le explicara bien el método para tenerlos o no tenerlos, no era el aborto, sino era el evitarlos, de hacerle ver que no se podía quejar que no tenía o no podía, si tenía cómo (entrevista a ex líder campesina 4, 2016).

A la gente en esa época la misma iglesia los embobaba, decía que el campesino tenía que tener los hijos que Dios le regalaba, así estuviera en la pobreza y que ésa era la voluntad de Dios. ¡No! Dios le dio al hombre la voluntad de elegir, y si no los tengo cómo educar, cómo vivir, entonces de común acuerdo vamos a tener dos (entrevista a ex líder campesino 6, 2016).

Lo político más allá de la política

Vas a encontrar campesinos que hicieron carrera política, en el sector cooperativo, en el movimiento de sindicalismo campesino, y otros que son ricos (risas), que manejan empresas grandes y otros que estuvieron o están en la guerrilla. Eso es lo que pasa con la organización de base, todas las alternativas son posibles (entrevista a ex directivo 1, de ACPO, 2016).

En el terreno de lo político, los agricultores llevaron a cabo caminos y apropiaciones diversas, lo cual da cuenta de la producción secundaria de las audiencias, que, como proyecto de adoctrinamiento conservador (apartidista, pero conservador), no funcionó totalmente. Como se vio, ACPO, dentro de su discurso de apoliticidad, tenía sus propios intereses políticos. Era un proyecto apoyado por grupos conservadores, por lo que quería tener una influencia en el campesinado desde este aspecto. En ocasiones, se encontraron con campesinos que descodificaban en la clave propuesta por ACPO:

sus reberencias disen que el comunismo esta muy serca a Colombia no es que esta serca sino que con sus juntas beredales que hacen en las beredas les estan apoyando mismo el campesino que les dicen que es comunista [...] los infelises comunistas ahora ya no hay sino en todas las beredas sus reuniones [...] no es sino que les den alas para bolar (carta de Ruperto Castiblando, Fusagasuga, Cundinamarca, 1959).

La organización no era inocente en este sentido, sólo jugaba con manifestaciones latentes anticomunistas que permeaban el campo colombiano de tiempo atrás; no estaba realmente diciendo nada nuevo, sólo dinamizando viejos discursos anticomunistas y reaccionarios. No obstante, se ha resaltado la ambigüedad de ACPO como proyecto político. La dimensión de lo político es quizá en la que más se pueden encontrar apropiaciones disímiles, en la que más ACPO estaba deviniendo en un proyecto inestable para los grandes poderes políticos del país. El mismo ex directivo plantea:

cuando fui rector de los institutos, la gente estaba todo el semestre de domingo a domingo: en uno de esos semestres nos tocó hacer trabajos con milicianos que provenían del Quintin Lame, del M-19 y de otros dos grupos guerrilleros. Todos eran campesinos [...] llegaron ahí a formarse como líderes de sus comunidades [...] en una ocasión los estudiantes hicieron un paro por mejores alimentos, era gente bastante bien formada [...] muchos, después de haber reflexionado sobre su realidad, encontraron que el único camino era la subversión [...] el mensaje era que una decisión tenía que ser muy bien pensada (entrevista a ex directivo, de ACPO 3, 2016).

Otro directivo de ACPO expresa la misma cuestión así:

lo que necesitábamos era que la gente pudiera convivir y participar, ACPO fue tremendamente político, porque hizo que la gente pensara, reflexionara, tomara sus decisiones, que no fuera un instrumento, un borrego [...] alguna crítica que le hicieron a ACPO es que formábamos a la gente, pero no la conectábamos en algún movimiento religioso, y de

repente había guerrilleros, ex alumnos, no podemos garantizar nada, no dominamos a la gente, no manejamos a la gente, ¡nosotros le dijimos a la gente que se maneje! (entrevista a ex directiva 2, 2016).

Pese a la pluralidad de caminos tomados y de asumir lo político, se puede reconocer un logro: contribuir a la politización del campesino. Esto significaba que el campesino, más allá de asumir una postura anticomunista o no, promovida por ACPO, una vez sabiendo escribir y leer, organizarse con otros campesinos, dirigir procesos, podía salirse de las directrices trazadas por la institución. Los campesinos dan cuenta de esto:

se fue integrando en mí un sentido social, de servicio [...] ACPO promovía mucho la participación en la vida política. No funcionó en mí el partidismo, me funcionó más la ideología, las ideas de progreso, de dignidad, de trabajo, de constancia (entrevista de documental, ex líder campesino 13, 2014).

uno concebía la política en dos partidos: conservadores y liberales. Eso era lo que teníamos en mente. La política es algo mucho más allá de dos partidos. Eso nos dio luces para orientar a la gente (entrevista de documental, ex líder campesino 7, 2014).

A su vez, se puede ver que hay un desarrollo incipiente de una conciencia de clase, que no pasaba por la adopción de discurso o afiliación partidaria, sino por reconocer el lugar que el campesino ocupa en el espectro social colombiano:

el campesino colombiano es muy dado a echar pa' adelante, le suceden sus cosas, tienen sus problemas, tanto que al otro día ya se le olvida, está pensando cómo conseguir para sobrevivir. El que tiene plata no se da cuenta de muchas cosas porque ya lo tiene, pero el campesino en sí, aquel que no tiene tierra, o tiene muy poquita, o que desea conseguir una hectárea, pero no puede porque el rico la tiene y no se la vende, ese campesino está metido en el cuento de progresar, no se dejan morir

[...] hay campesinos que quieren un pedacito de tierra, pero el jornal no alcanza, pero sí hay grandes terratenientes que la tienen toda. Si hubiera un poquito de equidad, que la cerca de ese señor no fuera de cientos de kilómetros, estuviéramos la verraquera (entrevista a ex líder campesino 7, 2016).

Cabe recordar las palabras de E. P. Thompson (2012), quien afirmó que la clase como relación

debe estar siempre encarnada en gente real y en un contexto real [...] La clase cobra existencia cuando algunos hombres, de resultas de sus experiencias comunes –heredadas o compartidas–, sienten y articulan la identidad de sus intereses a la vez comunes a ellos mismos y frente a otros hombres cuyos intereses son distintos –y habitualmente opuestos– a los suyos [...] La conciencia de clase surge del mismo modo en distintos momentos y lugares, pero nunca surge exactamente de la misma forma (p. 27).

Conclusiones

Tal vez cuando decididamente la Iglesia católica, organismos internacionales y los gobiernos del Frente Nacional financiaron la apuesta de Radio Sutatenza, para que deviniera en el conjunto de escuelas radiofónicas más grande del mundo, lo hacían esperando un campesino que fuera receptor pasivo. No contaban con que estos agricultores se apropiarían de esto y, a través de los usos sociales, generaran procesos múltiples. En este estudio, no se habló de los efectos producidos por el enunciador/educador en el campesino –audiencia/educando– dado que, en muchas ocasiones, fue éste último quien ocupó ese lugar. Y eso para muchas instituciones se tornaba peligroso.

¿Qué dejó Radio Sutatenza? Difícilmente se puede determinar su impacto en efectos identificables y cuantificables, ya que sus resultados siguen latentes. Es complejo medir de qué manera se mejoraron los índices de producción, que fue algo en lo que

intervinieron instituciones tanto gubernamentales como privadas. También, cuántos campesinos alfabetizados fueron resultado de la labor de ACPO. Sí se puede sostener que 25 000 campesinos participaron en los Institutos de Formación de Líderes, mas no los afectados por el efecto “bola de nieve”: un campesino formaba a otro campesino, que era un líder en potencia.

No se puede afirmar que Radio Sutatenza/ACPO generó cambios estructurales, como creían Camilo Torres y Bertha Corredor (1961), ya que si bien Radio Sutatenza y ACPO habían contribuido al mejoramiento de calidad de vida de los campesinos colombianos, no lo habían hecho contundentemente al cambio de las estructuras sociales:

el mejoramiento obtenido no corresponde aún a las necesidades objetivas ni a las necesidades sentidas de los campesinos [...] Los resultados obtenidos por ACPO afectan y son más visibles en el género de vida del campesino que sobre el nivel de vida en sí. Esto se debe a que la acción de ACPO ha sido, en su primera etapa, predominantemente educacionista, sin incluir suficientemente elementos de reforma de estructuras. Por ello, y para mejorar el nivel existente, será necesario que en la segunda etapa se dedique una atención preponderante a la reforma absoluta de estructuras (1961, p. 53).

Esa *reforma absoluta de estructuras* quizá tiene un terreno abonado, ya que el campesino que aprendió a leer y escribir, a su vez, aprendió a organizarse, a reunirse con los otros, a dialogar, a controvertir. Eso no estaba programado, ni planeado. Hace parte de los efectos no esperados de la acción, y ese legado sigue latente. De esta manera, teorizar sobre Radio Sutatenza permite teorizar sobre la comunicación educativa y popular como tal, desbordando el mero estudio de recepción de contenidos, para pensar lo que deja, no en cifras, sino en términos de energías y procesos sociales acumulados. Más aún, cuando un fenómeno de esta naturaleza permite pensar y evidenciar cómo el receptor puede devenir en productor comunicativo, no en potencia, sino en acto, en todo su esplendor.

Bibliografía

- ACEVEDO RUIZ, María José. *La alfabetización como base para la transformación campesina: Funciones atribuidas a la alfabetización en relación con la transformación del campesino en el proyecto emprendido por Acción Cultural Popular entre 1958 y 1962*. Pregrado. Pontificia Universidad Javeriana, 2014.
- ARCHILA, Mauricio. *Idas y venidas, vueltas y revueltas: Protestas sociales en Colombia, 1958-1990*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia / Centro de Investigación y Educación Popular, 2003.
- BELTRÁN, Luis Ramiro. “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo”. *Anagramas, rumbos y sentidos de la comunicación*, vol. 4, núm. 8, enero-junio de 2006.
- BERNAL, Hernando. *Radio Sutatenza: de la realidad a la utopía*. Bogotá: Fundación Cultural Javeriana, 2005.
- _____. “Radio Sutatenza: un modelo colombiano de industria cultural y educativa”. *Boletín Cultural y Bibliográfico del Banco de la República*, vol. 46, núm. 82, pp. 5-41, 2012.
- BERNSTEIN, Basil. *La estructura del discurso pedagógico. Clases, códigos y control*, vol. 4. Madrid: Ediciones Morata, 1994.
- BRATICH, Jack. “Amassing the Multitude: Revisiting Early Audience Studies”. *Communication Theory*, vol. 15, núm 3, 2005, pp. 242-265.
- CARRANZA, Andrea. *Acción Cultural Popular: crónicas de una historia no contada*. Pregrado. Pontificia Universidad Javeriana, 2010.
- DE CERTEAU, Michel. *La invención de lo cotidiano: Artes del hacer*. México: Editorial Iberoamericana, 2010.
- ESCOBAR, Arturo. “La invención del desarrollo en Colombia”. *Lecturas de Economía*, núm. 20, 1986, pp. 9-35.
- _____. *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación Editorial El perro y la rana, 2007.
- GRAMSCI, Antonio. *La política y el Estado moderno*. Barcelona: Diario Público, 2009.
- GUTIÉRREZ, María Teresa. “Proceso de institucionalización de la higiene: estado, salubridad e higienismo en Colombia en la primera

- mitad del siglo XX". *Revista de Estudios Socio-Jurídicos*, vol. 12, núm. 1, 2010, pp. 73-97.
- HALL, Stuart. "Codificar/decodificar". En Stuart Hall *et al.*, *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, Londres: Routledge / University of Birmingham, 1996.
- _____. "Sobre los estudios culturales". En Eduardo Restrepo, Victor Vich y Catherine Walsh (editores), *Sin Garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca, 2014.
- _____. "Notas de Marx sobre el método: una 'lectura' de la Introducción de 1957". En Eduardo Restrepo, Victor Vich y Catherine Walsh (editores), *Sin Garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca, 2014.
- HUERGO, Jorge. "Comunicación/Educación: Itinerarios transversales". En Carlos E. Valderrama (editor), *Comunicación-Educación, coordinadas abordajes, travesías*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2000.
- HURTADO, Aura. "La cultura escrita en sociedades campesinas: la experiencia de Radio Sutatenza en el Suroccidente colombiano". *Boletín Cultural y Bibliográfico del Banco de la República*, vol. 46, núm. 82, 2012, pp. 70-91.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili, 1991.
- MAIGRET, Éric. *Sociología de la comunicación y de los medios*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- MARX, Karl. *Introducción general a la crítica de la economía política*. Ciudad de México: Ediciones pasado y presente, 1977.
- MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1996.
- PALACIOS, Marco y Frank Safford. *Colombia: país fragmentado, sociedad dividida*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2002.
- PEPPINO, Ana María. *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina. Origen, evolución y perspectivas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 1999.

- RIASCOS, Clara (directora y productora). *La ignorancia es un pecado* (documental audiovisual, 2014).
- THOMPSON, Edward Palmer. *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Madrid: Capitán Swing, 2012.
- TORRES, Camilo y Berta Corredor. *Las escuelas radiofónicas de Sutatenza, Colombia: evaluación sociológica de los resultados*. Bogotá: Centro de Investigaciones Sociales, 1961.
- TREJOS, Luis Fernando. *Comunismo y anticomunismo en Colombia durante los inicios de la guerra fría (1948-1966)*. *Tiempo Histórico*, núm. 3, 2011, pp. 83-103.
- VACA, Hernando. *Processos interativos midiáticos da Rádio Sutatenza com os camponeses da Colômbia (1947-1989)*. Doctorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009.
- _____. “Procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos de Colombia (1947-1989)”. *Signo y Pensamiento*, vol. 30, núm. 58, 2011, pp. 254-269.
- VILLALBA, Carlos. *Más allá de leer y escribir: las apropiaciones campesinas de Radio Sutatenza*. Tesis de maestría. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 2017.
- VOLOSHINOV, Valentín. *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1976.

Fuentes primarias

Entrevistas directas realizadas a ex líderes campesinos

- Ex líder campesino 1. Rosmira Henao.
- Ex líder campesino 2. Flor de Suescún.
- Ex líder campesino 3. Hilaria Gutiérrez.
- Ex líder campesino 4. Luz Myriam Mahecha.
- Ex líder campesino 5. Habitante de Sutatenza.
- Ex líder campesino 6. Arnoldo Candela.
- Ex líder campesino 7. Gabriel Santamaría.
- Ex líder campesino 8. Darío Montaña.

Entrevistas extraídas del documental *La ignorancia es un pecado*

Ex líder campesino 1. Jaime Cardona Manrique, Vereda San Juan, Caldas.

Ex líder campesina 2. Tránsito Castellanos, Vereda Portones, Municipio San Bernardo, Cundinamarca.

Ex líder campesino 3. Alfonso Donaldo Tovar, Municipio Tamalameque, Cesar.

Ex líder campesina 4. Rosmira Henao, Liborina, Antioquia.

Ex líder campesina 5. Blanca González, Nuevo Colón, Boyacá.

Ex líder campesino 6. Roselino Albarracín, Panqueba, Boyacá.

Ex líder campesina 7. Gilma Barbosa Cubillos, Chipaque, Vereda Flores, Cundinamarca.

Ex líder campesina 8. Perfinía Belaidez, La Mojana Sucreña, Bolívar.

Ex líder campesina 9. Aura Inés Jojoa, Municipio de Pasto, Nariño.

Ex líder campesino 10. Álvaro Suarez Montoya, Vereda Arcabuco, Boyacá.

Ex líder campesina 11. Hilaria Gutiérrez, Gramalote, Norte de Santander.

Ex líder campesina 12. Miriam Estupiñan, Tutazá, Boyacá.

Ex líder campesino 13. Marco Carvajal, Socha, Boyacá.

Ex líder campesino 14. Darío Montaña, Ibagué, Tolima.

Ex líder campesina 15. Ana Istety Jaimes, Piedecuesta, Santander.

Entrevistas a ex directivos de ACPO

Ex directivo 1, Hernando Bernal Alarcón, ex director general de ACPO.

Ex directivo 2, Luis Alejandro Salas, ex director general de ACPO.

Ex directivo 3, Gabriel Rodríguez Jiménez, ex rector de Institutos de Formación.

Correspondencia Usuarios campesinos-ACPO

Muestra aleatoria. Boyacá, Antioquia, Cundinamarca. Período de 1958 a 1974.

#RadioComunitaria
Participación ciudadana sin límites.
editado por Bonilla Artigas Editores,
se terminó de imprimir en marzo de 2020.

En su composición se utilizó la Horley Old Style
(8, 10, 11 y 15 pts.)

Para los interiores se utilizó papel creambook
y para la portada papel couché de 300 gramos.

La edición consta de 1000 ejemplares.

Sin licencia o con ella, la radio comunitaria se ha impuesto en la realidad latinoamericana. Para comunidades rurales, indígenas y urbanas, este medio ha sido la única posibilidad de dar visibilidad a las contradicciones, injusticias y diferencias que padecen. Las radios comunitarias han sido también espacios de expresión, cohesión y lucha por el derecho a la comunicación, a la información y a la cultura.

Durante las primeras décadas del siglo XXI el marco jurídico que regula a los medios de comunicación y las políticas públicas hacia la radiodifusión se modificaron y, aunque de manera insuficiente, las nuevas normas reconocen y garantizan condiciones para el desarrollo de la radio comunitaria. Este libro recoge la discusión actual sobre tales cambios. Además, en sus páginas se muestran las coordenadas para pensar a los medios sociales cuando la digitalización ha operado un cambio de fondo en los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos, al mismo tiempo que ha afianzado las formas de interacción entre medios y comunidad. En los dos estudios de caso aquí incluidos se describen fundamentales experiencias ciudadanas para el ejercicio de la libertad de expresión.

Este libro es una lectura indispensable para comprender el avance de la radio comunitaria que, alentada por ciudadanos de variadas preocupaciones y delante de la hegemonía de la comunicación comercial, de los medios públicos y de los oficiales, construye un perfil propio y ocupa un sitio singular en el nuevo ecosistema comunicacional.

Radiodifusión / Comunicación

