

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Transmitiendo desde el pueblo

comunicación comunitaria cordobesa : pasado,
presente y futuro

Año
2017

Autor
Castro, Rocío Magalí

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Castro, R. M.; Paz, C. E. y Cárdenas, B. P. (2017). *Transmitiendo desde el pueblo*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María

TRANSMITIENDO DESDE EL PUEBLO

Comunicación comunitaria cordobesa: pasado, presente y futuro.

Área Temática: Comunicación Política.

Sub-área Temática: Comunicación y participación ciudadana. (4. 3)

1 Autor:

Apellido y nombre: Castro, Rocío Magalí.

Pertenencia Institucional: Universidad Nacional de Villa María.

Dirección Postal: 5109

Ciudad: Unquillo

Correo electrónico: lapatriaeselotro22@gmail.com

2 Autor:

Apellido y nombre: Paz, Carlos Eric.

Pertenencia Institucional: Universidad Nacional de Villa María-Sede Córdoba

Dirección Postal: 5000

Ciudad: Córdoba Capital

Correo electrónico: carlitoschau@hotmail.com

3 Autor:

Apellido y nombre: Cárdenas, Brenda Paola.

Pertenencia Institucional: Universidad Nacional de Villa María-Sede Córdoba

Dirección Postal: 5006

Ciudad: Córdoba Capital

Correo electrónico: brendacardenas97@hotmail.com

Palabras clave: comunicación comunitaria, ciudadanía, hegemonía discursiva.

Introducción

La comunicación es parte de la esencia del hombre, y uno sin el otro no podría subsistir. Ya que es la principal herramienta en la extrapolación de la significación humana.

Como la comunicación lo colectivo también es parte esencial, así nuestro objetivo es relacionar, desde una mirada histórica los movimientos y protestas sociales y la emergencia de radios comunitarias, en la transversalidad de demandas populares que rebalsaban a las instituciones

representativas, en plena crisis del sistema político, donde lo subalterno presenta el nuevo paradigma ciudadano en la esfera pública pretendiendo entablar agenda con potencialidad transformadora estructural significativa, en el ámbito de interacción discursiva donde persisten enclaves hegemónicos. Frente a esto es de suma importancia preguntarnos ¿Qué define a lo subalterno? ¿Cuál es su fin? ¿y su núcleo de acción? Nos enfocaremos en el proceso de las radios comunitarias en Córdoba, desde la visión federalista, regionalista y localista que merece, evaluando y analizando los posibles procesos para su consolidación donde es preciso interrogarnos sobre la brecha entre normatividad y esfera pública.

El campo normativo en la comunicación federal, regional y local.

Para comenzar es importante recalcar que hasta el 2009 los medios estaban regidos por un decreto-ley sancionado en 1980 durante la dictadura cívico-militar, vigente en Argentina de 1976 hasta 1983.

La normativa entendía la comunicación como un mecanismo de control, afirmaba la doctrina de la “Seguridad Nacional”, con una clara noción mercantilista de la información. El rol del estado, en ese sentido era subsidiario: tenía que gestionar medios en aquellos lugares que no

fueran rentables para las empresas privadas y no contemplaba que las organizaciones sin fines de lucro pudieran gestionarlos. Así las Audiencias se convertían en objeto de control y consumo.

Desde la recuperación de la democracia se presentaron 73 proyectos para una nueva ley, pero ninguno llegó a aprobarse. La década de los 80 presenta la apertura a los comienzos de la profundización de la injerencia internacional en la aceptación del “Consenso de Washington” y con ésta en los 90 se gesta una matriz jurídico-político comunicacional, que se asientan sobre los procesos del “proyecto geopolítico globalizador”.²⁸

El decreto ley de la dictadura fue modificado en varias oportunidades, en vista a un proceso de privatización de los servicios público y un “achicamiento del estado”, los canales y radios estatales

²⁸ Eliades, A.; Piovani, V.; Piovani, M.N. (2005). *La nueva matriz jurídico-político-comunicacional de la Argentina.*

pasaron a manos privadas, con excepción de Canal 7 y Radio Nacional, se permitió la compra de radios y canales de televisión con capitales extranjeros y se produjo la transferencia de licencias, facilitando la compra-venta de medios y dificultando el seguimiento de los compromisos asumidos por los licenciatarios.

Todo ello llevo al fortalecimiento de la concepción de la comunicación como un negocio y no como un derecho humano.

La concentración de la propiedad de medios en pocas manos se hizo visible en la conformación de multimedios, con la Ley 23.696, llamada “Ley de Reforma del Estado” de 1989. Producto de la construcción de un discurso institucional que quería extrapolar claros signos dentro del modelo de la infoglobalización en la concepción de desarrollo. Allí cabe destacar los llamados tratados de “promoción y protección recíproca de inversiones” en tanto permiten el arribo de capitales extranjeros en el negocio mediático. (Eliades, A.; Piovani, V.; Piovani, M.N. 2005.)

A su vez éste proceso de concentración implicó efectos en el sistema federal donde se engrandeció la centralidad de Buenos Aires como cabecera de radios y canales y se redujo la participación de las provincias. Este proceso está intrínsecamente relacionado con la inexorable derrota de las políticas nacionales de comunicación y la posibilidad que establece la convergencia a partir del avance tecnológico que permite la prestación de varios servicios teniendo un único soporte.

Pensando en el modelo de la comunicación del desarrollo, y su planteamiento según Eliades, A.; Piovani, V.; Piovani, la contradicción es inevitable ya que el proceso privatizador en general en nuestro país, no ha tenido en miras el fomento de la competencia, sino el aumento de la inversión extranjera o la captación de ingresos fiscales. Profundizando la circunscripción de las políticas públicas a un rol subsidiario.

Luego de la crisis económica y social que asoló al pueblo argentino, producto del colapso de un modelo periférico y dependiente del capital internacional. Se sanciona el decreto 527/2005 que dispuso suspender por el plazo de diez años los términos que estuvieren transcurriendo de las licencias de servicios de radiodifusión o sus prórrogas previstos en el Artículo 41 de la Ley 22.285.

Vuelve en cierto sentido a reconocer la legitimidad de la ley de la dictadura a la vez que organiza el mapa de los medios de comunicación durante los próximos 20 años aproximadamente sin ninguna

consulta pública y aún más, sin la discusión de la norma en el Congreso de la Nación según Eliades, A.; Piovani, V.; Piovani.

Otro hecho a recalcar es la adhesión y participación de Argentina en La Declaración de Bávoro sobre la Sociedad de la Información, en donde se plantea la necesidad de generar igualdad de oportunidades en el acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicación, y el compromiso de desarrollar acciones tendientes a superar la brecha digital, la cual se debe a desigualdades estructurales. Teniendo los gobiernos un rol activo en la conducción de la coordinación entre la clásica división de empresa privada y sociedad civil. Pero la “sociedad civil” tiene un rol de “cliente – consumidor”.

Dentro de la normativa internacional el Principio 12 de la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión, aprobada por la OEA en el año 2000 en su 108° Período de sesiones

Establece que 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.

Por otro lado, otro hecho relevante en la legislación nacional fue la reforma del Artículo 45 de la Ley de Radiodifusión. Esto como un precedente de iniciativa de las bases, en clave con ello en el 2004, nace la “Coalición por una Radiodifusión Democrática” grupo de sindicatos de prensa, universidades, organizaciones sociales, radios comunitarias, pequeñas radios comerciales y organismos de derechos humanos, entre otros. Es importante recalcar que una demanda federal de inclusión comunicativa de Córdoba fue el puntapié inicial, antecedente inmediato a la Coalición por una radiodifusión democrática. Estos se asienta en los en los casos “Asociación Mutual Carlos Mujica c/ Poder Ejecutivo Nacional” el 8 de septiembre de 2003, ratificado luego en el caso “Cooperativa de Servicios Públicos Villa Santa Rosa c/ P.E.N” que sentaron jurisprudencia al señalar que el Artículo 45 de la Ley de radiodifusión era inconstitucional por su carácter discriminatorio, al vulnerar el derecho constitucional a la igualdad, a la libertad de expresión y el derecho a dar y recibir información (Arts. 16, 14 y 75 inc. 22 C.N.) De ésta forma los medios sin

fines de lucro fueron reconocidos, sin embargo, la participación de éstos se relegó a lo que “sobraba” del espectro radiofónico.

“...por el 99´ cuando Menen se estaba yendo, llama a la regularización de los medios del espectro radiofónico y piden que se presenten a concurso y la Ranchada no estaba en condiciones de poder presentarse porque si bien tenía un permiso precario y provisorio, no tenía licencia, todavía sigue sin tenerla, la ley vieja solo permitía a las radios comerciales las únicas que podían presentarse, se presentó un recurso de amparo con el Doctor Rodríguez Villafañe, alegando la inconstitucionalidad del artículo 14 de la ley de radiodifusión y se logró la inconstitucionalidad, esa presentación fue un disparador para que todas las cooperativas mutuales y asociaciones civiles pudieran acceder a un medio, ya sea canal de cable o radios comunitarias, de allí se empieza a trabajar en la formación de una nueva ley y se generan diferentes mesas de discusión y que se llega después a la ley de medios” (Cabrera, José) ²⁹

La comunicación atraviesa la totalidad de la experiencia social, representa, “el espacio donde cada quien pone en juego su posibilidad de construirse con otros”. A la vez, es un terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social “un terreno a partir del cual diferentes actores proponen sus propios sentidos de ese orden. En otras palabras, la comunicación produce significaciones y abre posibilidades de creación de significaciones nuevas.³⁰ En esta línea la comunicación popular, los sistemas comunitarios entra en choque con los grandes grupos de difusión ya sean grandes cadenas televisivas o grandes grupos de diarios. La comunicación popular / comunitaria, aquella que propone una disputa por el sentido desde una multiplicidad de prácticas en diversos medios de comunicación (radios comunitarias, televisoras populares, blogs ó portales en internet), apunta a la construcción de lo común, en el sentido de comunidad de bienes y sentidos. A este segmento apunto la

²⁹ 2 José Cabrera, periodista deportivo, con trayectoria en comunicación comunitaria desde 1990, participando de Radio “La Ranchada” como director y a partir del 2005, como dueño y luego director de la radio comunitaria “Nativa” en la localidad de Unquillo.

³⁰ Tensiones y Desafíos emergentes para las radios comunitarias en la implementación de la Ley SCA. Judith Gerardo.

ley de medios, ya que quiso darse la oportunidad de poder expresarse a los pequeños medios muchos de los cuales no persiguen el ánimo de lucro que caracteriza a los grandes.

En éste contexto la emergencia de lo subalterno, obtuvo protagonismo por la vía institucional estatal, y en ese enclave en marzo del 2009, se redactó el anteproyecto de ley, de la famosa “Ley de Medios” que fue presentado ante la ciudadanía por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, este documento fue fruto de un arduo debate popular, con 24 foros de discusión en todo el país, donde fueron presentadas 1300 propuestas y se realizaron 120 modificaciones al texto original. Posteriormente fue presentado y discutido en el Congreso de la Nación y finalmente, fue aprobada en el Senado el 10 de octubre del 2009. Es necesario recalcar que se utilizó por primera vez un mecanismo que le diera protagonismo a la ciudadanía en la matriz comunicacional, pero evidentemente cabe cuestionarnos la composición de dichas audiencias, en vistas de proceso de movilización popular en los últimos tiempos.

La “Ley de Medios”, constituye su fundamento en el “Derecho Humano a la comunicación” y por lo tanto determina a las Audiencias como sujetos de derecho.

En el artículo 2.º de la nueva ley, la actividad de los medios de comunicación audiovisual es de "interés público", porque sirven a la población para "exteriorizar el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones".

Y en vista al proceso de concentración mediática determina licencias intransferibles y la creación de un órgano de aplicación democrático, el Comfer fue reemplazado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), un órgano autárquico y descentralizado, cuyo directorio debería estar conformado por representantes del Poder Ejecutivo nacional y de las provincias, y de la primera y segunda minorías del Congreso y entre otros también crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, como organismo encargado de recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión.

Dentro de sus principales puntos se puede nombrar el reconocimiento como posibles licenciatarios al sector privado, a organizaciones sin fines de lucro y al Estado, reservando un 33% del espectro para cada uno. Y excluye como titulares a quienes hayan sido funcionarios jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de Derecho y la vida democrática.

Otro punto focal es el plazo de las licencias que duraban diez años y se podían prorrogar por diez años más, previa realización de audiencias públicas. Y luego de ello, eliminaba la posibilidad de solicitar una nueva extensión de plazo por ningún título. Y estipulaba un control para evitar que con la incorporación de nuevas tecnologías la digitalización un licenciatarlo multiplique sus señales, generando un nuevo modo de concentración. También establecía un máximo de medios que puede tener un mismo licenciatarlo para evitar conformación de En éste contexto la emergencia de lo subalterno, obtuvo protagonismo por la vía institucional estatal, y en ese enclave en marzo del 2009, se redactó el anteproyecto de ley, de la famosa “Ley de Medios” que fue presentado ante la ciudadanía por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, este documento fue fruto de un arduo debate popular, con 24 foros de discusión en todo el país, donde fueron presentadas 1300 propuestas y se realizaron 120 modificaciones al texto original. Posteriormente fue presentado y discutido en el Congreso de la Nación y finalmente, fue aprobada en el Senado el 10 de octubre del 2009. Es necesario recalcar que se utilizó por primera vez un mecanismo que le diera protagonismo a la ciudadanía en la matriz comunicacional, pero evidentemente cabe cuestionarnos la composición de dichas audiencias, en vistas de proceso de movilización popular en los últimos tiempos.

La “Ley de Medios”, constituye su fundamento en el “Derecho Humano a la comunicación” y por lo tanto determina a las Audiencias como sujetos de derecho.

En el artículo 2.º de la nueva ley, la actividad de los medios de comunicación audiovisual es de "interés público", porque sirven a la población para "exteriorizar el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones".

Y en vista al proceso de concentración mediática determina licencias intransferibles y la creación de un órgano de aplicación democrático, el Comfer fue reemplazado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), un órgano autárquico y descentralizado, cuyo directorio debería estar conformado por representantes del Poder Ejecutivo nacional y de las provincias, y de la primera y segunda minorías del Congreso y entre otros también crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, como organismo encargado de recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión.

Dentro de sus principales puntos se puede nombrar el reconocimiento como posibles licenciatarlos al sector privado, a organizaciones sin fines de lucro y al Estado, reservando un 33% del espectro

para cada uno. Y excluye como titulares a quienes hayan sido funcionarios jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de Derecho y la vida democrática.

Otro punto focal es el plazo de las licencias que duraban diez años y se podían prorrogar por diez años más, previa realización de audiencias públicas. Y luego de ello, eliminaba la posibilidad de solicitar una nueva extensión de plazo por ningún título. Y estipulaba un control para evitar que con la incorporación de nuevas tecnologías la digitalización un licenciatario multiplique sus señales, generando un nuevo modo de concentración. También establecía un máximo de medios que puede tener un mismo licenciatario para evitar conformación de monopolios u oligopolios y exige la adecuación de aquellos licenciatarios que excedan la cantidad de medios posibles de gestionar.

A su vez, pondera la incorporación del capital nacional permitiendo cuando el prestador fuera una sociedad comercial, la participación de capital extranjero sólo de hasta un máximo del 30% del capital accionario. También, estipulaba cuotas de programación nacional, local e independiente, de éste modo los servicios de televisión abierta deberían emitir un mínimo del 60 % de producción nacional; con un mínimo del 30 % de producción propia que incluya informativos locales y las radios privadas, el 30 % de la música emitida debería ser de origen nacional, emitiendo un mínimo de 50% de producción propia, que incluya noticieros o informativos locales y finalmente un 30% de la música emitida de origen nacional.

Posteriormente, la histórica estructura de la matriz comunicacional, tensionó la normativa cuando el Grupo Clarín s .A., Arte Radiotelevisivo Argentino S.A., Cablevisión S.A., Multicanal S.A., Radio Mitre S.A. y Teledigital Cable S.A. planteó la inconstitucionalidad de los artículos 41, 45, 48 segundo párrafo, 161 la ley 26.5224, obstaculizando con sucesivas medidas cautelares, el cumplimiento de la ley . No obstante, luego de unos recursos de Per Saltum el caso llevo a la Corte en la cual se decidió la constitucionalidad prima facie de la ley. Los jueces consideran que este tipo de regulaciones es una práctica internacionalmente difundida y aceptada. Citan numerosos precedentes de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, la Declaración de Principios sobre la libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, así como fallos nacionales e internacionales. En donde el derecho internacional reafirma la construcción local, en cuanto defensora del derecho comunicacional.

Los debates promovidos en torno a la necesidad de una nueva ley de radiodifusión movilizaron reflexiones y aportes, no sólo acerca de la compleja concentración de medios existente en nuestro país, sino también acerca del marco jurídico que contempla las actividades de comunicación e información y acerca del rol del Estado en dichas dinámicas.

No obstante, muchas veces una agradable ley se vuelve abstracta, tomando como ejemplo la ciudad de Córdoba en donde dos radios (Radio Mitre y Cadena Tres) ejercen un claro predominio y tienen un contenido editorial similar.

Identidad contra-hegemónica, en la construcción del derecho comunicacional popular y su consolidación.

De la modernidad se encauza, el planteamiento de una razón instrumental en el desarrollo civilizatorio de un mundo que habla de paz, democracia y desarrollo, pero que opera desde la dominación y la exclusión. Poniendo así en contradicción el ámbito de construcción subjetiva del hombre y el “Mito de la Razón”.

El conjunto de creencias, valores y normas que instituyen el sentido moral del sujeto para con la sociedad, lo ligan al movimiento social, según Alain Touraine al oponerse a ciertos procesos que enfatizan la racionalización por encima de la subjetivación. Por ende, se produce la parcialidad de discurso de la modernidad en cuando situamos a los sujetos como populares, al instituir en la construcción del significante el “yo y su circunstancia”, (Salazar y Pinto, 1999: 93).

Así la radio se transforma en medio de lo popular, “se constituye en enlace privilegiado de la modernización racional informativo-instrumental con la mentalidad expresivo-simbólica del mundo popular” (Martín Barbero, 1987: 203).

El pueblo, como nicho de acto y exposición de la palabra en la visibilización, da la potestad a la comunicación, en su carácter constructor de las condiciones determinantes para el pensamiento crítico, un carácter participativo real, es decir necesariamente dentro de la esfera pública, donde los elementos significantes atraviesan la formación de los enclaves políticos en la arena del poder.

El papel del significante tiene en la historia provincial y nacional un papel paradigmático. En especial cuando se visibilizó la progresiva brecha entre la sociedad y el sistema político, producto irrefutable del neoliberalismo y el tratamiento del conflicto como demanda individual de la esfera privada, degradando la trama social y el espacio público como núcleo de visibilización de la demanda social.

Esas lógicas de poder se extrapolaban a través de lógicas de comunicación hegemónica: “...cuando nace nativa, era un desafío muy grande porque por muchos años habían dejado de existir radios en Unquillo, la mayoría de las radios que escuchaba la gente eran radios de Córdoba, nuestra vulnerabilidad es que estamos muy cerca de la capital...” (Cabrera, José).

Frente a la hegemonía, la alteridad comunicativa comenzó a desarrollarse en la década de los '80 con los medios llamados: alternativos, populares, comunitarios, de los oprimidos. Que forjan en la diversidad constitutiva una identidad común, de ser “la opción” frente al discurso dominante y que como Máximo Simpson Grinberg, propone “surge en respuesta a la estructura transnacional de los medios de comunicación masiva; y por lo alternativo en función con los vínculos con sus proyectos de cambio social.”

El cambio social en clave a la desigualdad regional, que nuclea las bases determinantes de la emergencia y la ruptura, fruto de la negación y frustración del sujeto marginado dentro del capitalismo mundial.

Frente a esto, y a pesar de que un mayor fortalecimiento del formalismo del sistema democrático, en la aceptación de partidos y elecciones como instituciones legítimas que calo en la región, se presentan marginadas demandas populares, autónomas y no reguladas que desbordan los parámetros representativos, como lo es aquella de la cual se produjo “La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”, y la emanación federal de “*numerosas experiencias de medios sin fines de lucro, que trabajan desde perspectivas comunitaria y/o populares pero que no logran construir proyectos y propuestas comunicativas capaces de disputar con los medios hegemónicos.*” (Debanne, Luciano)³²

31

³² Luciano Debanne, Desde el año 2001 hasta el año 2011 formo parte del Colectivo de trabajo de Radio Revés, la radio de la Facultad. de Cs de la Comunicación de la UNC, que tiene un fuerte vínculo con las experiencias

La comunicación alternativa y popular se funda teniendo contacto directo con la comunidad, el vecino, que pasa ser ya no solamente un oyente, o un cliente, es un amigo, un pariente, hay una relación más directa, es un conocerse las caras y que después puede llegarse a considerar un cliente porque también las radios comunitarias manifestaron su necesitan subsistir, pero está en un orden de menor prioridad.

A partir de las demandas se dispone la identidad colectiva, donde “Ese afán constructivo del colectivo debe primar, por sobre el “afán destructivo contra el enemigo” (Salazar, 2009: 287).”, representando una multiplicidad y transversalidad de demandas, enmarcadas dentro del proceso de democratización social en la profundización de derechos.

La reivindicación de la comunicación como un derecho inalienable del hombre, viene a debatir la subsistencia de enclaves hegemónicos. En la provincia la situación radial *“es caótica, especialmente en la ciudad de Córdoba que sigue estando tipificada como zona de conflicto. Existe una proliferación de radios comerciales no autorizadas que hacen usufructo del espectro radiofónico, que es público, con fines privados.”* (Debanne, Luciano).

Las experiencias alternativas provinciales conllevan un proyecto de transformación social que incluye a la comunicación, pero es político. Ya que los medios comunitarios

intentan instalar una agenda que reivindique el derecho comunicacional en la lucha contra los procesos de desigualdad, que se presenta ante un *“mercado concentrado, con estructuras de negocio cruzadas entre diferentes medios, y con medios públicos y universitarios que si bien tienen*

de radios comunitarias y es parte de redes de radios comunitarias nacionales e internacionales. Se desempeñó en

tareas de capacitación y formación en medios comunitarios. Fue parte de la coordinación de AMARC-

Argentina en representación de Radio revés durante dos años. Se desempeñó como tallerista en temáticas

vinculadas a la comunicación popular en numerosas oportunidades, trabajando especialmente con

organizaciones sociales, medios comunitarios y sectores juveniles. Tarea que hoy desempeña desde la

Defensoría del Público.

una envergadura considerable no llegan a disputar agendas ni líneas editoriales.” (Debanne, Luciano).

Cuando se habla de luchas sociales es indefectible dirigirse a la juventud, en plena etapa de formación de una identidad frente a las contradicciones e inestabilidades del medio y como principales actores en la mediación informativa de las nuevas tecnologías,³³ proponiéndose como generadores de tendencias en la opinión pública. El dilema se entabla en si realmente la juventud a pesar de su capacidad informativa es realmente parte de los discursos comunicacionales vigentes, y ante eso la “Declaración sobre la juventud y los medios audiovisuales” dio amplios testimonios federales, a través de audiencias públicas con la plena participación de la Región Centro (Santa Fe, Entre Ríos, Córdoba y La Pampa) el 23 de mayo en Casilda, Santa Fe. Allí, frente a la autoflexión de la juventud representativa, se visualizó ella misma como estereotipo de demonización negativa, sobre todo en situación de vulnerabilidad, en el rol de la imagen mediática generada en el imaginario social. La juventud se entablaba, así como sinónimo de delincuencia, vagancia, drogas y alcohol y estadísticamente su aparición en el espacio público se definía en estos tópicos que vendían un rentable producto mediático, exacerbando la histórica desvalorización de la militancia juvenil. Por lo tanto se propone la creación de espacios gestionados, producidos y protagonizados por jóvenes, desde una perspectiva de derechos humanos para redimir las exclusiones e inclusiones que generan los medios de comunicación audiovisual y la participación no solo se convirtió en un debate de juventud sino en un debate de juventud federal, expresado en la preocupación de ésta por el imperialismo cultural y la necesidad de estrategias de llegada de la demanda provincial, denotando el establecimiento de la realidad

mediática de Buenos Aires como única realidad en el territorio nacional, los jóvenes no eran ajenos a la historia que les precedía. Son un claro ejemplo de marginalidad comunicacional.

³³ “...principales actores en la mediación informativa de las nuevas tecnologías...”, allí se visibiliza el enlace de la modernización racional informativo-instrumental con la mentalidad expresivo-simbólica del mundo popular.

Para ello las radios se establecen “como espacios de agregación social” (Mata 2009), y así es clara la experiencia que nos comenta Genaro Garbarino ³⁴ como tendencia progresiva de estos últimos años: *“Mi experiencia en relación a la comunicación popular y comunitaria empezó en la Radio Local Paravachasca 88.1 en el 2014. En paralelo a eso,*

la militancia me hizo relacionarme más con este campo por el hecho de cruzar a muchísimos comunicadores en reuniones, marchas y actividades.”

Donde tomando seriamente la reticencias populares como explicaba Freire, ³⁵*“aquellos sectores vinculados a los medios comunitarios y populares quizás deban repensar su lugar en la promoción de ese derecho y diseñar nuevas estrategias” (Debanne, Luciano), para*

que los sujetos populares forjen una identidad de pertenencia con el medio y su producción y se vuelven protagonistas en su intervención, *“la gente se fue asociando, encontrando una identidad, encontrándose, porque la escuchaba, escuchaba a su vecino, se preocupaba por intereses y problemáticas de la comunidad, eso fue haciendo que el vínculo fuera cada vez más estrecho”.* (Cabrera, José)

Es necesario ver la política en clave de construcción social, frente a la exposición crítica del orden social. Esa visión es ejemplificada ampliamente por la reciente participación de Córdoba a partir del pasado año, en el Boletín Radiofónico Federal de la Juventud, llamado “Aire Joven”: *“Esto es un hecho trascendental para la juventud porque es el primer programa realmente representativo para este sector que siempre fue estigmatizado y agredido por los medios de comunicación masivos.”* (Garbarino, Genaro).

³⁴ Garbarino Genaro, joven representante del Boletín Radiofónico Federal de Juventus llamado “Aire Joven”, en la provincia de Córdoba.

³⁵ No es posible organizar programas de acción político-pedagógica sin tomar seriamente en cuenta las resistencias de las clases populares” (Freire, 1996: 54). Se refiere a las “mañas, costumbre y creencias que los medios deben a adaptar para generar identidad en lo popular.

Pero la consolidación del derecho comunicacional en la provincia se encuentra en etapas preliminares aún y necesita *“un profundo trabajo de formación colectiva que permita a la ciudadanía reconocer que la comunicación es un derecho y que ese derecho tiene aristas que le asisten en relación a los medios.”*, y más aun visualizando *“...escenarios provincial, nacional e internacional regresivos en relación a las garantías de derechos ciudadanos y en particular del derecho a la comunicación.”*³⁶

En este último tiempo, con la modificación de puntos muy importantes de la ley de medios, el cambio de organismos estatales como el ASFCA³⁷ y junto al estado de acefalía de la Defensoría del Público,³⁸ brinda un panorama muy poco alentador para el ámbito comunicacional más desvalido en términos de ejercicio del poder.

En ese sentido, *“Quizás el principal desafío para las propuestas de medios populares cordobeses sea construir organizaciones de segundo orden que fortalezcan las experiencias particulares y definir acciones comunes tanto en relación a las propuestas hacia las audiencias, como en relación a la gestión y la organización de dichos medios.”* (Debanne, Luciano).

Dejando como herramienta indispensable para la sobrevivencia de estos espacios en el nucleamiento. *“...nosotros adheridos a FARCO,³⁹ y varias radios de Córdoba venimos trabajando ahí y da la posibilidad de poder competir en contenidos con las grandes cadenas...”*⁴⁰, aunque ese nucleamiento siempre se hace primando la realidad local, indefectible dentro del trabajo territorial comunitario.

9 Debanne, Luciano

³⁷ ASFCA, Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual, es un organismo creado por la misma ley de medios para aplicarla, interpretarla y hacerla cumplir.

³⁸ Defensoría del Público, organismo autónomo creado por la misma ley de medios para recibir y canalizar las denuncias del público, comprendido como sujeto nuevo de derecho, no ya como usuario o consumidor, sino como ciudadano

³⁹ FARCO, Foro Argentino de Radios Comunitarias.

⁴⁰ José Cabrera.

A su vez actualmente también el apoyo económico que brindaba el Estado a través de los FOMECA, se encuentra en duda y con él la subsistencia de muchos espacios de comunicación comunitaria.

Toda esta inestabilidad que sufren los medios comunitarios se visualiza en el debate que discute la postura que interpreta el derecho comunicacional. Por un lado, se muestran medios comunitarios que coinciden con diferentes reclamos y a pesar de tener un posicionamiento ideológico, no toman una postura porque les sería difícil tener parcialidad para el público y por otro a medios también comunitarios con una clara postura y que, a pesar de la disímil opción, priman la visibilización de la línea editorial de origen como signo de claridad. Frente a ésta tensión cabe preguntarnos qué dinámica editorial les permite permear su viabilidad como medio que más allá del desequilibrio estructural, plantea un nuevo paradigma cultural en la esfera pública y en la adopción de ciertas dinámicas propias de los medios hegemónicos como el mito de la prensa independiente que no ratifica sus posturas, atribuyendo falsamente un concepto de neutralidad plagado de intereses, como forma de interpelar desde el imaginario construido a las masas populares que aún reproducen las estructuras propias de la comunicación del desarrollo, como rituales culturales públicos que son reconocidos y disfrutados por el pueblo masivamente.

Consideraciones finales

Lo subalterno, siempre mantiene la identidad de la marginación en un ámbito territorial limitado y a pesar de que el Estado ha absorbido su demanda, la ruptura con las estructuras históricas que mantienen el poder no va a poder cambiar hasta que la ciudadanía en su

apreciación de pueblo se envista de un carácter activo y prime en la creación subjetiva el cuestionamiento social y reivindicativo frente a los silenciosos y ya incorporados procesos de dominación hegemónica que se han naturalizado luego de décadas de “vacío normativo” en cuestión de derecho comunicacional.

La realidad cordobesa es una de las más preocupantes con medios con gran capitalización de poder económico, con el cual en la precarización de los medios comunitarios no pueden competir por el establecimiento de una agenda, ya que lucha para subsistir. Los beneficios para achicar esa brecha existente peligran ante el gobierno de turno con una clara visión empresarial, siendo así la única

esperanza de los medios comunitarios los lazos que han forjado en sus comunidades desde el localismo íntegro que los identifica y la Juventud que se ha capacitado y organizado en pos de esta reivindicación social, en donde les espera un panorama muy cruel de primacía del yo, que ya no se puede identificar en una sola clase social porque los medios han logrado la transpolación y apropiación de intereses por parte de las clases populares que les son contraproducentes.

Nos es posible plantearnos varios interrogantes futuros como la relación entre la tecnología y la disputa por la agenda pública, hasta qué punto eso es cierto y en qué sentido la normatividad asegura el destino de la comunicación visibilizando los hechos coyunturales que se están viviendo en los últimos tiempos.

“Nadie defiende un derecho que no conoce” es una frase muy cierta y que guiara la lucha del colectivo en el espacio público en cuanto a la comunicación como derecho y esto es clave a analizar la inclusión de los medios dentro del concepto de modernización y en el mismo órgano que la telecomunicaciones en el nuevo ente ENACOM, y la rápida incorporación de modificaciones en la “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” a través de decretos y la poca movilización que generaron éstos en las masas populares.

Bibliografía.

LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL 26.522/; con prólogo de Cynthia Ottaviano y Mario E. Lozano. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Eudeba, 2014.

JUDITH GERBALDO. (2013) “Tensiones y Desafíos emergentes para las radios comunitarias en la implementación de la Ley SCA, eje temático: Movimientos Sociales y Comunicación”. Córdoba, Argentina. Compañan.

GERMÁN J. PÉREZ, SEBASTIÁN PEREYRA. (2013) “La protesta social entre las crisis de la democracia argentina”. *Revista SAAP* (ISSN 1666-7883) Vol. 7, N° 2, 463-471.

PABLO LEANDRO DÍAZ Y VÍCTOR ADRIÁN DÍAZ. “Educación, movimientos sociales y comunicación popular”. *Polis* [En línea], 28 | 2011, Publicado el 13 abril 2012, consultado el 30 septiembre 2016. URL : <http://polis.revues.org/1461>

CARLOS LEAVI; MARTÍN IGLESIAS. “Las radios sin fines de lucro: comunicación desde la ciudadanía, estrategias, posicionamientos y tensiones frente al mercado y la regulación del Estado. “Oficios Terrestres N° 29 ISSN 1668-5431.

GRACIELA DI MARCO. (2003). “Movimientos sociales emergentes en la sociedad argentina y protagonismo de las mujeres”. Segunda Época volumen VIII, la Aljaba.

ELIADES, A.; PIOVANI, V.; PIOVANI, M.N. (2005).” La nueva matriz jurídico-político-comunicacional de la Argentina.” IV Jornadas de Sociología de la UNLP,

23 al 25 de noviembre de 2005, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.6680/ev.6680.pdf