



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Los medios indígenas en la Argentina: el caso de estudio de dos radios kollas de Salta y Jujuy

Autores (en el caso de tesis y directores):

Emilse Siales

Alejandro Pérez, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación- Tesis de grado



Los medios indígenas en la Argentina:

El caso de estudio de dos radios kollas de Salta y Jujuy

Autora:

Emilse Siales DNI 34859845 emisiares@gmail.com

Director:

Alejandro Pérez

Abril de 2017

Los medios indígenas en la Argentina:

El caso de estudio de dos radios kollas de Salta y Jujuy

ÍNDICE

RESUMEN	4
AGRADECIMIENTOS	5
1. INTRODUCCIÓN	7
1.1 Desde dónde venimos	7
1.2 Hacia dónde vamos	10
2. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE	12
2.1. Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular	12
Genealogía de las radios comunitarias, alternativas y populares.....	12
Literatura y aportes teórico-conceptuales.....	15
2.2. Comunicación Indígena	22
Genealogía de los medios de pueblos originarios en Abya Yala.....	22
Las aproximaciones teóricas a los medios de pueblos originarios.....	24
2.3. Los MPO en las reformas latinoamericanas en el ámbito de la comunicación: la comunicación indígena como un derecho	30
El caso de Argentina: la LSCA y los MPO	34

3. ANÁLISIS DE CASOS	3.9
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	43
4.1. Génesis y objetivos del proyecto comunicacional	44
4.2. Agenda y Programación	48
4.3. Organización Interna	51
4.4. Relaciones Externas	56
4.5. Postura frente a la LSCA	60
5. CONCLUSIONES	64
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
7. ANEXOS	76

Resumen:

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 (LSCA) incorpora a los pueblos originarios como prestadores de derecho público no estatal, de acuerdo con la propuesta de inclusión del “derecho a la comunicación con identidad” presentada por las mismas organizaciones indígenas en el anteproyecto de ley con la intención de obtener un reconocimiento legal de aquellos medios de pueblos originarios (MPO) que desde hace décadas apuntan a visibilizar saberes y tradiciones ancestrales así como luchas y problemas territoriales. En efecto, los MPO surgieron a partir del vínculo con los medios comunitarios, Alternativos y Populares (CAP) con los que comparten parte de su recorrido histórico (Doyle, 2013; Yanniello, 2014), así como objetivos, proceso de gestión y condiciones socio-económicas (Salazar, 2014; Lizondo, 2015; Cerbino y Belotti, 2016). Se trata de experiencias que, si bien surgieron como herramientas de organización y visibilización de las luchas indígenas (Salazar, 2003; 2010), devienen objetos y sujetos de reivindicación en sí mismos porque es en el espacio público mediatizado donde se juega, en gran medida, la disputa por la descolonización de las representaciones sobre los pueblos originarios y sus luchas (Mata, 2006; Doyle, 2013).

En este marco, nos proponemos analizar dos experiencias de emisoras de pueblos originarios en el noroeste argentino. Elegimos el caso del pueblo Kolla, específicamente de las dos primeras autorizaciones otorgadas por la ex Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) en las provincias de Salta y Jujuy.

Palabras clave:

Comunicación Indígena, Comunicación con Identidad, Radios de Pueblos Originarios

Agradecimientos

A toda mi familia, por el apoyo incondicional.

A mis compañerxs Francesca y Alejandro, por el acompañamiento en este trabajo, por los debates, las charlas, las historias y la convicción de que un mundo mejor es posible.

A mis hermanxs kollas, por narrarme y hacerme parte de sus experiencias y sus luchas.

A mi compañero de vida, por el amor y la paciencia.

A mis amigos y amigas que me alientan a hacer siempre lo que me gusta.

El agradecimiento a la *Pachamama* es un ritual central en el hacer andino. Se realiza en un mojón, con los bienes más preciados que poseemos los kollas: la cosecha, la coca, el vino y las coplas. Es una ceremonia muy hermosa que conjuga el sentido de pertenencia y respeto a la Tierra, así como la humildad y la gratitud que caracteriza a la gente de barro. En este simbólico agradecimiento, quisiera hacerle llegar a nuestra Mama la noticia de que aún trabajamos y peleamos día a día por construir un mundo mejor, más igual y menos destructivo. También le agradezco y le pido por ustedes, queridxs compañerxs, amigxs y hermanxs; la mejor cosecha es saber que no estamos solxs.

¡Pachamama Kusilla Kusilla!

¡Jallalla!

“Se puso en movimiento un proceso imparable, en el que las voces siempre acalladas se van a hacer escuchar, y serán escuchadas. Y tendrán que hacerles caso a nuestras palabras, porque nosotros ya no estamos dispuestos a que nos condenen al silencio”

Rigoberta Menchú

Foro de Porto Alegre, 2002.

1. Introducción

Desde dónde venimos

Dar cuenta del proceso de esta tesis es también dar cuenta de una trayectoria personal, atravesada por lo afectivo, lo académico y lo político, pero también, de diferentes momentos histórico-políticos que dejan huellas tanto en lo individual como en lo colectivo.

Definir nuestro objeto de estudio no fue una tarea sencilla. Esto debido a que, tal como lo definen Bourdieu, Chamboredon y Passerón (1975), el proceso de construcción del objeto de investigación implica una doble objetivación. Esto es: la del objeto, realizada por el investigador que recorta una “porción” de la realidad y también es necesaria la objetivación del sujeto objetivante. Así, es necesario reconocer que ningún fenómeno social puede definirse o pensarse escindido del sistema de relaciones históricas en las que está inserto; y también que el investigador es parte del conjunto social que estudia, por lo que su posición en ella condiciona el proceso de construcción del objeto de investigación.

Por ello intentaremos dar cuenta brevemente del proceso del que surge este trabajo. Esta tesis es el producto de inquietudes personales gestadas hace tiempo. En primer lugar, en torno a la identidad: la propia, la ajena, la (de) construida a lo largo de la historia. Nací y me crié en un pequeño pueblo de la provincia de Salta. En la escuela nos enseñaron que el lugar en el que vivíamos había sido territorio indígena, pero que nosotros/as ya no éramos eso: la escuela nos enseñaba que los indios ya no existían; y muchas veces, esa palabra era usada de manera despectiva, para graficar los “atrasos” en los que vivíamos. Sin embargo, aún quedaban “resabios” de “lo indio” en nuestras maneras de estar en el mundo, en las ceremonias a la Madre Tierra, en las palabras cotidianas, y en nuestros cuerpos y rostros.

Esas primeras (in)definiciones y la pregunta por ¿quién/es soy/somos? me llevaron a acercarme cada vez más a mis raíces andinas y originarias. Sin embargo, el contexto socio-histórico que atravesamos, nos impulsó a emigrar a mí como a muchos jóvenes de nuestra tierra, para poder estudiar y trabajar. Así, empecé a cursar mis estudios en Ciencias de la Comunicación, en la Universidad de Buenos Aires, que luego me acercaron al campo de la Comunicación Comunitaria. Esta tesis es producto, también, de aproximaciones teóricas, debates y experiencias a lo largo de la orientación de esta carrera en Comunicación

Comunitaria. Ahora bien, durante el recorrido bibliográfico de nuestra área, el tema de los Pueblos Originarios y sus luchas cotidianas –y siempre actuales- no es abordado. En este sentido, entonces, las experiencias de los medios indígenas son centrales para acercarnos a –tal vez- un nuevo concepto: la comunicación indígena.

Una vez definido esto, me acerqué al Grupo de Investigación en Comunicación (GIC) sobre “Debates teóricos y políticos en los colectivos de comunicación alternativa, comunitaria y popular”, coordinado por Alejandro Pérez. Esto porque, luego de múltiples debates y acercamientos a este “campo”, considero que las experiencias en comunicación de los pueblos originarios comparten características, dificultades y desafíos con los medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares (CAP). Y porque además considero necesario que, como futuros Comunicadores Comunitarios debemos dar(nos) el espacio para el debate y la reflexión sobre este “tipo” de práctica comunicativa, de sectores también populares y marginados como lo son las comunidades originarias en nuestro país.

En este marco, empecé a profundizar el vínculo con organizaciones de pueblos originarios en Argentina, para poder conocer el escenario político del movimiento indígena. Asistí a diferentes convocatorias indígenas, donde el tema de la comunicación a veces era abordado. En este período pude comprender que el movimiento indígena, como cualquier movimiento político, tiene discusiones internas que puede llegar a representar fracturas. Pero también, que se mantiene unido en torno a las problemáticas que comparten, esto es: el saqueo de tierras ancestrales, las nuevas formas de conquista y colonización, la desnutrición, la debilidad del sistema de salud, la violencia del sistema educativo, el abuso de ciertas instituciones públicas, la represión, entre otras. Por ello, quizás, el tema de la comunicación es todavía incipiente debido a que muchas comunidades originarias están concentradas en resolver necesidades básicas que aún no han sido cubiertas. Sin embargo, hay una voluntad de comunicar lo que les sucede, las luchas que atraviesan, y por ende, la comunicación indígena es considerada –por lo menos- un tema a debatir.

Al mismo tiempo, comencé la búsqueda de material bibliográfico sobre Comunicación Indígena en Argentina. Esto no fue tan sencillo, debido a que la bibliografía existente se concentra mucho más en experiencias latinoamericanas. Sin embargo, pudimos reconstruir algunos aportes teóricos en nuestro país. Uno de los primeros antecedentes que rastreamos

fue una tesis de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), sobre la Comunicación Mapuche, desde la mirada de algunos medios del sur argentino. Esta investigación fue llevada adelante por Florencia Yaniello (2014), y luego fue convertida a libro, gracias a un proyecto de financiamiento colectivo. Tuvimos la posibilidad de conversar con Yaniello y desde el GIC “Debates teóricos y políticos en los colectivos de comunicación CAP” pudimos realizar la presentación del libro *Descolonizando la palabra. Los medios de comunicación del pueblo Mapuche en Puelmapu*, en las instalaciones de la facultad. También pudimos acceder a las tesis y artículos de dos profesoras: Magdalena Doyle (2013,2015) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y Liliana Lizondo (2013,2015) de la Universidad Nacional de Salta (UNSa). Ambas investigaciones se concentran en algunas experiencias de comunidades originarias luego de la aplicación de La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 (LSCA) y exploran conceptos como Comunicación Indígena y Comunicación con Identidad. Además, pudimos acceder a dos tesis de egresadas de Ciencias de la Comunicación en nuestra casa de estudios. La primera, de Camila Soledad Fuster (2015) titulada *Proceso, conceptualización y práctica de la comunicación con identidad. La comunicación indígena en argentina en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*. La segunda de Julieta Godoy (2015) denominada *Festival de cine indígena de Buenos Aires BAIN. Entre la intervención política y las industrias culturales*. Estas dos últimas, dan cuenta de cómo las comunidades originarias en nuestro país se fueron apropiando de los medios de comunicación “occidentales” luego de la aplicación de la LSCA, aunque no profundizan casos puntuales. También nutrimos nuestra investigación con bibliografía sobre medios CAP en Latinoamérica y Argentina, y sobre experiencias de medios de pueblos originarios en otros países latinoamericanos.

Cuando definimos nuestro objeto de estudio aún estaba en vigencia la LSCA. Esta normativa incorporó a los pueblos originarios como prestadores de derecho público no estatal, de acuerdo con la propuesta de inclusión del “derecho a la comunicación con identidad” presentada por las mismas organizaciones indígenas en el anteproyecto de ley. Así lo hicieron porque tenían la intención de obtener un reconocimiento legal de aquellos medios de pueblos originarios (MPO) que desde hace décadas apuntaban a visibilizar saberes y tradiciones ancestrales así como luchas y problemas territoriales.

En este marco, entendimos la necesidad de abordar las experiencias de comunicación llevadas adelante por pueblos originarios en nuestro país. Si bien es cierto, las prácticas de comunicación indígena pueden ser rastreadas mucho antes de la sanción de la LSCA (Doyle, 2015a), cuando definimos abordar los casos de estudio, lo hicimos con aquellas comunidades que poseían autorización otorgada en el marco de dicha normativa. Esto para poder acotar el universo de MPO considerados. Una vez definido esto, decidimos tomar como caso de estudio dos radios pertenecientes al pueblo Kolla en el Noroeste Argentino. Hablamos específicamente de FM Pachakuti de Jujuy y de FM Runa Simi Kolla de Salta. Ambas experiencias fueron las primeras en obtener la autorización a emitir por la ex Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)

Hacia dónde vamos

Como pudimos reconstruir a lo largo del recorrido bibliográfico que realizamos, los MPO surgieron a partir del vínculo con los medios Comunitarios, Alternativos y Populares (CAP) con los que comparten parte de su recorrido histórico (Doyle, 2013; Yanniello, 2014), así como objetivos, proceso de gestión y condiciones socio-económicas (Salazar, 2014; Lizondo, 2015; Cerbino y Belotti, 2016). Se trata de experiencias que, si bien surgieron como herramientas de organización y visibilización de las luchas indígenas (Salazar, 2003; 2010), devienen objetos y sujetos de reivindicación en sí mismos porque es en el espacio público mediatizado donde se juega, en gran medida, la disputa por la descolonización de las representaciones sobre los pueblos originarios y sus luchas (Mata, 2006; Doyle, 2013). Cabe aclarar, además, que no es el propósito de este trabajo definir los límites entre MPO y medios CAP, sino más bien conocer las particularidades de los primeros y reconocer las similitudes que comparten con los segundos.

En este marco, en este trabajo nos proponemos como Objetivo General **(OG)**: Analizar las prácticas de comunicación mediatizada indígena en su vinculación con procesos de construcción identitaria, atendiendo a las formas que asume la identidad étnica en la totalidad del proceso comunicacional, es decir, en la gestación y gestión de un medio así como en la generación de los contenidos.

Por su parte, los Objetivos Específicos que nos proponemos alcanzar son los siguientes:

OE1: Explorar la experiencia en materia de comunicación desplegada por el pueblo kolla en los casos específicos de dos emisoras: FM *Pachakuti* y FM *Runa Simi Kolla*, en la gestión de un medio de comunicación propio, a través de un relevamiento que considerará: 1) génesis y objetivos del proyecto comunicacional, 2) agenda y programación, 3) organización interna, 4) relaciones externas y 5) posicionamiento frente a la LSCA.

OE2: Explorar cómo se articulan las formas tradicionales de comunicación kolla en las prácticas mediáticas, focalizándonos en cómo se despliega la identidad étnica en los procesos organizacionales, en la construcción de la agenda y en la interacción con las comunidades.

De este modo, elaboramos algunas preguntas hacia nuestro objeto de estudio:

- ¿Qué es la Comunicación Indígena?
- ¿Qué es la Comunicación con Identidad?
- ¿Cuáles son las diferencias y cuáles las similitudes entre los medios CAP y los MPO?
- ¿Cómo se gestiona un MPO en estas experiencias?
- ¿Cómo se despliega “lo kolla” en dicha gestión?
- ¿Cuáles fueron las oportunidades y debilidades de la LSCA con respecto a los MPO?

La hipótesis que planteamos es que **(H1)** los MPO son espacios mediáticos donde las formas tradicionales de comunicación indígena se resignifican en pos de la descolonización mediática y donde la lucha por la identidad étnica se hace evidente en todo el proceso comunicacional, desde la gestación y gestión del medio hasta la interacción con las comunidades. También planteamos que **(H2)** los MPO, aunque no se reconozcan como tal, comparten su recorrido histórico, así como objetivos, proceso de gestión y condiciones socio-económicas con los medios CAP.

2. Marco Teórico y Estado del arte

Tal como lo afirma Liliana Lizondo (2015) se reconocen en la Comunicación con Identidad, es decir, en las experiencias de comunicación mediatizada indígena, objetivos y prácticas políticas con características similares a la comunicación CAP. Entonces, adoptaremos para esta investigación un marco teórico nutrido de estudios e investigaciones en torno a las experiencias de medios comunitarios, alternativos y populares (CAP) y de medios de pueblos originarios (MPO) asumiendo que estas prácticas comparten la necesidad de intervenir en el terreno de lo simbólico (Huidobro et al, 2015) debido a que, hoy en día, es en el campo de la comunicación mediatizada que se juega la disputa por la transformación social; porque, como argumentan Lamas y Villamayor (1998: 13), los medios “se convierten en el espacio de articulación de lo social, de lo político y de lo cultural” (Lamas y Villamayor, 1998: 13). En efecto, autores como Vinelli (2014) y Kejval (2009) han identificado ciertas características constitutivas de la comunicación CAP que pueden ser rastreadas también en las experiencias de comunicación mediatizada indígena : éstas son la horizontalidad y la gestión colectiva del medio, la voluntad de transformación social y el vínculo orgánico que une la actividad comunicacional con las luchas territoriales y sus protagonistas (Lizondo, 2015; Gutiérrez Ríos, 2015; Yaniello, 2014; Salazar 2003, 2010).

2.1 Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular

Genealogía de las radios comunitarias, alternativas y populares

Los orígenes del campo de la Comunicación CAP no pueden pensarse escindidos de los contextos socio-políticos y económicos en los que surge, así como los hitos históricos que lo originaron (Cardoso, 2002). En las décadas siguientes a la segunda Guerra Mundial una nueva reorganización del mundo, nuevas medidas económicas, políticas y sociales para afrontar la reconstrucción, la crisis del estado interventor y aplicación de políticas neoliberales, los procesos de globalización y masificación configuran el escenario apropiado para el surgimiento de movimientos sociales con una postura crítica y de prácticas alternativas y disruptivas en un mundo convulsionado.

Las primeras experiencias que aportaron a la conformación del campo están relacionadas con la Teología de la Liberación, el Cine Militante y el surgimiento de Radios con participación popular. Todas ellas vinculadas a una amplia movilización social y revolucionaria a lo largo y a lo ancho del continente. La Teología de la Liberación, por ejemplo, nace en Latinoamérica tras el concilio Vaticano II y la conferencia de Medellín. Ésta buscaba alcanzar una fe liberadora en un contexto latinoamericano de opresión lo que implicaba un compromiso en la lucha por la liberación de los pueblos del Tercer Mundo. En Argentina, uno de los destacados seguidores de estos principios fue el padre Carlos Mugica, de Villa 31. Desde este movimiento se denunciaba el orden injusto latinoamericano y también se predicaba la esperanza de una posibilidad de liberación de los pueblos. La Teología de la Liberación permitió unir el cristianismo con el socialismo, a partir de dos hitos en la historia latinoamericana: la Revolución Cubana (1959) y el triunfo de Salvador Allende en elecciones chilenas (1970). Desde entonces, superar al capitalismo y construir una sociedad sobre valores como la solidaridad, justicia, equidad salía del terreno de la utopía.

Otra forma de expresión fundante en el campo de lo comunitario fue el Cine Militante, que promovía la resistencia y la búsqueda de una transformación social desde diferentes actores sociales. Impulsado por directores como Fernando Solanas (1936), en Argentina; Miguel Littín (1942), en Chile; Glauber Rocha (1939-1981), en Brasil y Tomás Gutiérrez Alea (1928-1996), en Cuba (Villanova, 2013). “Sus proyectos crearán, cada uno con su propio estilo y en base a la propia realidad y coyuntura nacional, un cine de denuncia y movilización política, comprometido e innovador, en el contexto latinoamericano.” (Villanova, 2013:93). Sus objetivos fueron la independencia política y la búsqueda de la integración latinoamericana para la liberación. Sus producciones fueron exhibidas fuera de los circuitos comerciales de la industria cinematográfica. Así, por ejemplo, en Argentina los cineastas representantes de este tipo de producción cultural fueron Fernando Solanas y Octavio Getino, quienes elaboraron escritos entre 1968 y 1973 (Metsman, 2009) y ya hacia 1971 establecieron una definición de su propuesta de Cine Militante: “como una categoría interna, “la más avanzada”, del Tercer Cine, concebido este último como un cine de “liberación”, de “descolonización cultural”, que podía expresarse a través de diversas concepciones estéticas o narrativas”(Metsman, 2009: 124). En mayo de 1968, con la

aparición del film *La hora de los hornos*, se declaraba a dicha obra como un acto para la liberación, abierta al diálogo con voluntades revolucionarias. La apuesta era a rehabilitar a los espectadores del siglo XX argentino: el espectador convertido en actor, en protagonista de una sociedad convulsionada. También existieron otras formas de expresiones artísticas como la escultura, fotografía, muralismo que se conformaron como alternativos y de resistencia.

Con respecto a las experiencias radiales pueden destacarse las radios sindicales y de base. Ya desde finales de los años 40 y hasta mediados de los 70 en América Latina estas experiencias fueron motorizadas principalmente por la Iglesia Católica y los sindicatos mineros. Nos referimos, por ejemplo, al caso paradigmático de *Radio Sutatenza*, fundada en Colombia en 1947 por el párroco Joaquín Salcedo. Se trataba de una pequeña radio-escuela rural cuyos objetivos eran la alfabetización y evangelización (Kaplún, 2007). Sin embargo, gracias a su repercusión y a apoyos oficiales diversos, esta experiencia se consolidó como una emisora de gran alcance. Así, hacia los años setenta, se estima que la Iglesia Católica había impulsado en el continente latinoamericano medio millón de emisoras (Pepino, 1999), inspiradas en esta primer experiencia.

Alrededor de 1946 surgieron en Bolivia las primeras radios mineras. Estas experiencias emergieron al calor de las luchas sindicales de los mineros, por lo que fueron perseguidas y sus equipos destruidos. Pese a que la revolución nacionalista en 1952 consolidó un clima óptimo para éstas, nunca tuvieron un estatus legal definido ni una existencia tranquila (Kaplún, 2007). A través de ellas se difundieron acciones e ideas de los sindicatos, por lo que sus audiencias eran más que nada trabajadores sindicalizados. Debido a ello, no pudieron ampliar sus audiencias ni enriquecer su lenguaje radiofónico. La primera de estas experiencias fue *La voz del minero* (1947), de la mina Siglo XXI y su objetivo principal fue ser la voz de los trabajadores, en oposición a los periódicos estrechamente vinculados a los empresarios mineros (Merayo, 2007). Sin embargo, no puede pensarse esta experiencia sin la de *Radio Pío XI* (1959) que fue fundada por la congregación católica de los sacerdotes oblatos. Su objetivo político era combatir la ideología de izquierda y alejar a los trabajadores del ateísmo que se propagaba por la radio *La Voz del minero*. Pero, hacia 1965,

esta radio fue testigo de una masacre en Llallagua¹, por lo que cambia radicalmente su postura: denuncia los hechos junto a otras emisoras, que luego serían acalladas y desmanteladas.

Tal como reconstruye Kaplún (2007), a estas primeras experiencias se sumarán las llamadas radios “insurgentes”, clandestinas y vinculadas a las guerrillas en Latinoamérica. Fueron utilizadas como meros instrumentos de comunicación, en este contexto: de agitación y de propaganda. Se consolidan como radios revolucionarias ante el triunfo de la revolución, como los casos de *Radio Rebelde* (Cuba), *Radio Sandino* (Nicaragua) y *Radio Venceremos* (El Salvador). En esta etapa ampliarán y diversificarán su programación, aunque tendrán cierta dificultad para continuar debates y no volverse oficialistas y, como consecuencia, perder audiencias.

El evento más trascendente se produjo en 1983 cuando se reunieron en Montreal seiscientos radiodifusores, de 36 países, y fundaron la Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Se consolidó así una nueva red para defender y promover esta nueva propuesta de comunicación. Con la reconstrucción de gobiernos democráticos en el continente entre los años Ochenta y Noventa comenzaron a nacer experiencias vinculadas a reivindicaciones de diferentes movimientos sociales como los de mujeres, estudiantes, trabajadores y campesinos. Todos estos proyectos sin fines comerciales eran llevados adelante por actores que luchaban contra toda forma injusta de explotación y autoritarismo en pos de una sociedad más justa (Cardoso, 2012), y siempre con la necesidad de aportar una mirada crítica y alternativa al modelo comunicacional hegemónico.

Literatura y aportes teórico-conceptuales

Los estudios en el campo de la comunicación CAP, han sido nutridos por corrientes teóricas que establecieron nuevas maneras de concebir al mundo y las relaciones sociales. Desde el Marxismo, por ejemplo, se desentraña aquello que está oculto o naturalizado por

¹ Conocida como masacre de San Juan, tuvo lugar en Catavi el 24 de junio de 1967. Fue ordenada por el entonces presidente de facto de Bolivia, general René Barrientos Ortuño y dejó un saldo de ochenta y dos muertos y doscientos heridos.

las sociedades capitalistas. Aunque esta corriente teórica no analice específicamente los medios de comunicación, se considera fundacional para los aportes teóricos al campo. Es la Escuela de Frankfurt la que aportó una mirada crítica del dispositivo cultural, destacando la función de servicio que los medios de comunicación masivos despliegan: esto es, consolidar el orden social que requiere el capitalismo.

Los miembros de la Escuela Crítica o Escuela de Frankfurt, como T. Adorno, M. Horkheimer, W. Benjamin, E. Fromm, H. Marcuse, mantuvieron una postura crítica frente al establishment de la comunicación. [...]Estudiaron cómo la estructura económica “domina” los más distintos niveles de la estructura cultural y “penetra” en la subjetividad de las personas que determinan la estructura de los valores, los deseos, las normas y las representaciones del placer. Con su tarea esta Escuela aportó a las ciencias sociales la visión original de recuperar para el análisis crítico, marxista, al estudio psicológico y su perspectiva freudiana. (Cardoso, 2000: 6)

En los años Sesenta, los Estudios Culturales aportaron a la visibilización de las culturas populares y obreras, entendiendo a la cultura como un espacio de conflicto, no homogéneo, y por lo tanto como un factor clave en la construcción de la hegemonía. Sus teóricos más representativos fueron Hoggart, Williams, Thompson y Hall, quienes promovieron estudios “de las estructuras sociales y los procesos a través de los cuales las instituciones de las comunicaciones de masas sostienen y reproducen la estabilidad social y cultural” (Cardoso, 2000: 6). Así, el concepto de cultura no quedaba en un plano simbólico sino que además consideraba a las prácticas de los grupos sociales que las sostienen. Es así que la

interrelación entre cultura y medios de comunicación se produce cuando los medios audiovisuales de la época (cine, radio y televisión) adquieren carácter de consumo masivo y cuando, además de ser transmisores de información, se advierte que pueden convertirse en portadores y difusores de “bienes culturales”. Estos hechos transforman los sistemas de transmisión de la cultura e introducen importantes cambios en sus contenidos, que se homogenizan (Cardoso, 2000:6)

En aquellos años, mientras tanto, en América Latina se levantaba un espíritu de cambio relacionado con la construcción de una “identidad latinoamericana”. En este marco surgió

la Teoría de la Dependencia, a través de la cual científicos sociales latinoamericanos denuncian las diferencias existentes entre los países desarrollados y en vías de desarrollo en materia de comunicación. Estos teóricos luchaban por la igualdad de posibilidades de los estados para acceder a las tecnologías de la comunicación e información internacional, al tiempo que provocaban una ruptura con la clásica concepción de comunicación lineal gracias a los dispositivos digitales y sus potencialidades de participación. Esta teoría denunciaba la situación de dominación en que se encuentran los países latinoamericanos en relación a los países centrales, remarcando las grandes diferencias entre las cadenas monopólicas internacionales, las cadenas nacionales y los pequeños medios locales.

Alrededor de la primera mitad de la década del setenta se instauraron en el debate internacional las políticas de comunicación e información. Así, en el 1980, en el marco de la XXI Conferencia de la UNESCO, se presentó el polémico Informe Mac Bride. En él se llamaba a cooperación internacional para superar los desequilibrios que existían en cuanto a la información y la comunicación; también se instaba a los países “en vías de desarrollo” a fortalecer la producción y difusión de contenidos nacionales y autóctonos. Intelectuales como Ariel Dorfman, Armand Mattelart, Mario Kaplún, Fernando Reyes Matta, Antonio Pasqualli, Héctor Schmucler, promovieron una ruptura con el concepto tradicional de comunicación. Criticaron a los modelos tradicionales de comunicación, partiendo de la idea de que los medios “informan”, puesto que la comunicación no es lineal sino que se trata de un proceso “dialógico”. Esto es: siempre hay un “feedback”, una respuesta o retroalimentación, de los destinatarios en los procesos comunicativos. Esta capacidad de diálogo no estaba presente en los medios masivos. Es así como

el estudio de los medios de comunicación se incorpora como uno de los temas de la lucha ideológica. Un trabajo que ilustra el pensamiento crítico latinoamericano, con respecto a los medios de comunicación de la época, fue *Para leer al Pato Donald*, donde A. Dorfman y A. Mattelart develan los mecanismos específicos mediante los cuales la ideología burguesa capitalista (norteamericana) se reproduce a través de los personajes de Disney (Cardoso, 2000: 9)

Desde el campo de la educación también existieron perspectivas en esta misma sintonía. El caso más destacado en América Latina es el del brasileiro Paulo Freire (1968; 1973; 1993;

1994) quien desarrolló un modelo para la educación de adultos que se enmarca en la concepción de la educación como práctica liberadora, emancipadora. Como aclara María Fiori en la introducción a *Pedagogía del oprimido* (2005), el método de Freire es “un método de cultura popular, da conciencia y politiza. No absorbe lo político en lo pedagógico ni enemista la educación con la política. Las distingue sí, pero en la unidad del mismo movimiento en que el hombre se historiza y busca reencontrarse, esto es, busca ser libre” (Freire, 2005: 27).

El surgimiento del campo de la comunicación CAP es producto de cruces de marcos teóricos con prácticas y experiencias mayormente latinoamericanas. Tanto desde la práctica como desde la teoría presenta una mirada crítica hacia el orden hegemónico del sistema capitalista en toda la sociedad como en el sistema mundial de medios de comunicación. Permite entonces, pensar a la comunicación como un fenómeno social y político. Origina un conjunto de prácticas comunicacionales diversas que tienen en común no sólo una postura crítica sino también un deseo de transformación de lo establecido, de lo cristalizado y hasta naturalizado por un sistema basado en la desigualdad social. Si asumimos el campo de la comunicación como nunca cerrado, acabado ni definido de una vez y para siempre, siendo la comunicación en sí un objetivo en movimiento (Lizondo, 2015), entendemos como hacia el interior del campo de la comunicación CAP se produjeron tensiones que refieren tanto a momentos históricos como a perspectivas teóricas (Mata 2011) las cuales atañen a las maneras de nombrar² a las prácticas que la componen. Como explica Huergo (2003: 1):

han proliferado diversas denominaciones que, a veces, resultan confusas, para agrupar distintos tipos de prácticas (...) Por lo general, estos nombres han intentado reflejar características propias de las prácticas y experiencias comunicacionales

² Al respecto, Huergo (Huergo, 2006:1) nos advierte que “el problema no es tanto cuál es el nombre con que designamos nuestras experiencias y prácticas, sino cómo, de qué maneras, esos nombres posibilitan el desarrollo más autónomo de ellas o, en cambio, las enclaustran y las constriñen en una zona con diversas limitaciones. En definitiva, la relativa confusión de los nombres de la comunicación puede llevarnos a perder un proyecto de enriquecimiento y de politicidad de nuestras experiencias, por un lado, y de ausencia de articulación de las mismas con contextos socioculturales y políticos en situación de crisis y transformación, por el otro.”

pero, además, resaltar el papel de la comunicación respecto de la sociedad o de algún sector social, en especial la articulación de la comunicación con lo político.

Esta aclaración nos sirve para reflexionar en torno a los tres adjetivos que delimitan el campo de la comunicación CAP en relación a las dinámicas que originan las prácticas comunicativas, ya que, como afirman Vinelli y Esperón (2014), se trata de dar cuenta de un proceso y no de un estado. Por lo tanto estos adjetivos no son modelos o estándares sino más bien dimensiones potenciadas, en tensión o yuxtapuestas en el ejercicio de cierto tipo de comunicación.

Cuando hablamos de “comunitario” pensamos en quiénes gestionan los medios: esto es, una comunidad de personas que comparten un territorio, intereses, lazos históricos, económicos y/o culturales (RNMA, 2013), las cuales construyen vínculos entre el medio y su entorno territorial y social mientras se apropian de ello (Gumucio-Dagron, 2001). En este sentido, los medios CAP sirven a la comunidad en la que están incorporados y, a la vez, promueven su participación social y política (Kaplún y García, 1987; Martín-Barbero, 1991).

En Argentina, las radios denominadas como “comunitarias” cobraron fuerza con el proceso de regreso a la democracia, entre 1985 y 1989 (Huergo, 2003). Durante esos años proliferaron miles de radios de este tipo, motivadas por la necesidad de ampliar y diversificar el espacio público mediatizado, que se hallaba restringido por la concentración de los medios en grandes grupos editoriales. Estas experiencias estuvieron vinculadas a procesos culturales y sociales locales: en su mayoría eran llevadas a cabo por movimientos sociales, sindicatos, clubes, entre otros.

El atributo “popular” caracteriza estos medios por su impronta contra-hegemónica en cuanto pertenecen a sectores sociales históricamente silenciados (Beltrán y Reyes, 1993) que desde sus propios medios pretenden poner en cuestión el orden establecido en lo mediático (Mata, 2011), proponiendo discursos y visiones del mundo que son diferentes de las dominantes precisamente porque están vinculadas a los dominados (Martín-Barbero, 1980). Como explica Huergo (2003: 2):

Lo “popular” no sólo significa la democratización de la voz y la palabra, sino que fundamentalmente significa luchar contra las formas injustas de vida. Quiere decir

que lo “popular”, más que por su origen, se define en virtud de los antagonismos sociales a los cuales se adscribe; por lo que posee una politicidad indudable. Esto nos permite sostener que la comunicación popular es el campo comunicacional del trabajo político que busca el protagonismo popular, habida cuenta de determinados antagonismos sociales (de clase, de género, generacionales, sexuales, étnicos, raciales, etc.).

En este sentido, en Argentina, la impronta popular de las radios tuvo su apogeo en los años Setenta, cuando lo que se destacaba de las prácticas comunicacionales era especialmente su capacidad de habilitar la expresión de todo sujeto social, esto es, su capacidad de ampliar la participación ciudadana. Al respecto de la participación ciudadana, María Cristina Mata (2011) reconoce que “la práctica ciudadana constituye 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” (Mata, 2011: 18). Entonces, la ciudadanía no es un modo de nombrar a los sujetos sino más bien una *praxis*, y en este sentido

[...] La comunicación popular debe disputar a los medios de comunicación hegemónicos lo que me gusta llamar el trazado del mapa de la ciudadanía. Contra la proliferación de individuos y colectivos aislados entre sí que reclaman en pantallas y ondas por su sufrimientos; contra la irrupción también parcial de propuestas, lo que nos toca hacer visible es una urdimbre hecha con hilos de diferente espesor y color pero capaz de entretejerse diseñando combinaciones que alteren los lugares y jerarquías establecidas en las prioridades de gobernantes, en las agendas mediáticas, en las ofertas culturales del mercado. Ese nuevo mapa, ese nuevo territorio sonoro, gráfico, visual, escénico, debe posibilitarnos comprender las regularidades y conexiones que existen entre los diferentes tipos de exclusión y la posibilidad de colectivizar las alternativas de inclusión y equidad. (Mata, 2011:20)

Finalmente, cuando referimos a lo “alternativo”, en cambio, definimos a estos medios por oposición a los medios públicos y comerciales, es decir, por lo que los diferencia: la agenda que se proponen y la manera de abordarla, que apuntan a visibilizar temas y miradas

ausentes en la oferta mediática, así como la organización interna y el proceso comunicacional, que son horizontales (Rodríguez, 2009).

Este tipo de experiencias surgieron ante la necesidad de diferentes grupos sociales de “conquistar un espacio de expresión pública -lo que ahora se denomina la esfera pública-”. Estas prácticas generaron incomodidad en los medios dominantes debido a su carácter contestatario, motivo por que fueron reprimidas. En ellas, el aspecto central es la apropiación de “la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante de las luchas sociales. Por apropiación no entendemos solamente la propiedad de los medios y de la tecnología, aunque esto es sin duda central para la independencia de la comunicación alternativa” (Gumucio-Dagron 2011, 37).

Al respecto de la cuestión de la alternatividad, Natalia Vinelli (2014) reconstruyó cómo este concepto ha ido mutando en los estudios latinoamericanos sobre comunicación CAP, de acuerdo al enfoque con el que es abordado. Si lo que aglutina a los estudios sobre la alternatividad es la idea fuerza de transformación social, las tensiones se generaron en torno a la manera en que se concibe/construye dicha transformación. Así, los estudios durante los 60 y 70 centraron su mirada en la comunidad como espacio de acción popular para el cambio social, sobre todo con la vuelta a la democracia en los años 80. Luego, en la década del 90, se producirá el pasaje de la alternatividad a la cuestión de la alteratividad, alejándose del concepto de clase. En estos años, la centralidad de los análisis del campo es una preocupación por la construcción de ciudadanía y respetos a las identidades.

En Argentina, las radios que se definen como “alternativas” son aquellas que, según Huergo (2003: 2), “inicialmente acompañaron los movimientos insurgentes y revolucionarios que buscaban la toma del poder por parte de los sectores populares. En los Ochenta, [...] pasa[n a ser]aquellas emisoras que expresan prácticas de transgresión, es decir, a “lo otro”, más bien entendido como lo original.” (Huergo, 2003: 2)

Por lo tanto, siguiendo la experiencia de Kejval (2009), podemos considerar el conjunto de los rasgos que emergen de las experiencias de radios comunitarias, alternativas y populares porque su “diversidad no necesariamente se corresponde con los adjetivos que las radios eligen para nombrarse” (Kejval, 2009:11). En consecuencia, tendremos en cuenta las características que aglutinan y definen a estas experiencias, tales como: el carácter contra-hegemónico de las prácticas mediales que adoptan, el vínculo con los contextos en los que

surgen y se desarrollan, la manera en la que se nombran a sí mismos y, por ende, su proceso de construcción de una identidad colectiva, las formas de participación que despliegan y los objetivos de transformación social que persiguen. (Kejval, 2009; Vinelli, 2014)

2.2 Comunicación Indígena

Genealogía de los medios de pueblos originarios en Abya Yala⁴

Las primeras experiencias de participación de los pueblos originarios en la arena mediática latinoamericana pueden rastrearse, según Doyle (2013), hacia finales de la década del '40 y principios de la década del '50, y luego, con mayor vigor, en los años 60 y 70. Estas primeras experiencias se dieron en el marco de medios CAP, puesto que tanto los pueblos originarios como los sectores populares compartían una necesidad emancipadora y proyectos contra-hegemónicos. Tal como lo especifica Lizondo (2015: 51), “los medios indígenas y los medios comunitarios no nacieron como compartimentos, sino que ambos tienen en común la necesidad de hacer visibles sus problemáticas”. En esta fase, las primeras prácticas mediatizadas indígenas se encontraban vinculadas a la Iglesia Católica, y sus objetivos principales eran la alfabetización y la evangelización de los oprimidos. Así, resulta ejemplificador el caso de *Radio Sutatenza* (Gumucio-Dagron, 2001; Doyle, 2013), fundada en el año 1974. Muchas de estas experiencias se llevaron a cabo en comunidades donde sólo se hablaba una lengua pre-hispánica, por lo que la programación debía ser emitida en dicha lengua⁵.

⁴ Nombre dado a América por el pueblo Kuna de Panamá y Colombia antes de la colonización y que es utilizado en documentos y declaraciones del movimiento indígena latinoamericano.

⁵ Doyle(2015 : 3) nombra algunas de estas primeras experiencias: “Nos referimos, por ejemplo, a Radio San Gabriel, creada en Bolivia en 1955; Radio Onda Azul, fundada en Perú en 1958; Radio Pío XII, fundada en Bolivia en 1959; Escuelas Populares Radiofónicas del Ecuador y Radiofónicas (ERPE), creadas en 1962 por el obispado de Riobamba (Ecuador), de la mano de Monseñor Leonidas Proaño; Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (fger), creada en 1965 como un espacio de coordinación de las actividades de varias emisoras católicas, educativas y culturales de Guatemala (Radio Mam, Radio Chortis, La Voz de Nahuala, La Voz de Colomba y La Voz de Atitlan); Radio Huayacocotla La voz de los campesinos, creada en 1965 en Veracruz (México)”

El segundo momento abarca las décadas de los Ochenta y Noventa, cuando aparecen los primeros MPO en el marco de lo que Bengoa (2000) llama “emergencia indígena en América Latina”:

Hacia fines de los años ‘80 cobra fuerza en América Latina un proceso político/cultural/económico que, en términos muy generales, ha consistido en la tendencia a promover, al menos en el plano discursivo, el respeto a diferencias antes invisibilizadas. Y, en el marco de ello, se fue produciendo paulatinamente la conversión de los pueblos indígenas en sujetos de derecho internacional. (Doyle, 2013: 4)

Este escenario es el que propicia que los pueblos originarios comiencen a crear sus propios medios, con el objetivo de ponerlos al servicio de sus luchas. En estos casos, la indigenidad de los sujetos se convierte en el elemento articulador y reivindicatorio central (Doyle, 2013) en cuanto “categoría de identificación cuya configuración es relacional y producto de procesos históricos de articulación de condiciones económicas, políticas y culturales” (Doyle, 2013: 39). Además, es en esta etapa donde empiezan a constituirse las primeras redes de comunicadores y comunicadoras indígenas, en tanto estrategia política para el fortalecimiento de los movimientos de pueblos originarios a partir de problemáticas comunes y específicas.

Un tercer momento puede ser identificado desde los finales de los ‘90, donde se multiplicaron los MPO en todo el continente y se fueron desarrollando nuevos procesos de lucha, no sólo por el territorio, sino también por la auto-representación en el espacio público mediatizado (Salazar, 2014), siendo este último una arena de disputa simbólico-política para el sentido común. Este proceso es explicado por Salazar (2014) con el concepto de “conquista al revés”: esto es, la disputa por nuevos derechos -entre ellos el acceso a la información y comunicación- aglutina los pueblos originarios en razón de una condición común de precariedad e invisibilización que se transforma en una enzima para la organización de la lucha indígena.

Como reconstruye Doyle (2013) aparecieron en escena más espacios de comunicación mediática que se ubicaban bajo la categoría de “indígena”, o bien, identificándose –y

también a sus audiencias- con el nombre del pueblo al que pertenecían. En 1990, por ejemplo, nace en Bolivia la *Radio Mallku Quiririya* y en 1993 la *Radio Comunitaria Indígena Ondas del Titica*. En el caso de México, en 1999 se crea la agencia de noticias *Prensa Indígena*, gracias al impulso del movimiento zapatista⁸. En Chile, en 1999 nace el boletín llamado *Gulu Mapu* y su página web *Mapuexpress*; también, en el año 2000 surge un portal de internet: *Colectivo Lientur de Contrainformación*, que luego se convertirá en *Azkintuwe* –periódico y agencia de noticias-. Estas experiencias fueron orgánicas a las luchas del Pueblo Mapuche y su objetivo fue denunciar y visibilizar los conflictos de éste pueblo. Y en el caso de Argentina, hacia el año 2002 surge la *Radio Comunitaria La Voz Indígena*, ubicada en la provincia de Salta. Mientras que en El Salvador, en el año 2006 aparece la *Radio RAIS (Rescate Ancestral Indígena Salvadoreño)*.

Las aproximaciones teóricas a los medios de pueblos originarios

En paralelo a la reconstrucción de los momentos que tuvo la comunicación indígena en América Latina, Doyle (2013) repasa también las maneras en la que ésta fue abordada desde el campo de la comunicación. Según ella, pueden diferenciarse tres etapas en las que identifica perspectivas teóricas específicas que tienen a que ver con las representaciones de la alteridad a lo largo de la historia del continente que, a su vez, reconstruyó Svampa (2016).

Cabe aclarar, de hecho, que las prácticas mediáticas de los pueblos originarios en la historia Latinoamericana no pueden ser escindidas del “modo en que lo indígena aparece inscripto política, cultural y socialmente en la esfera de la subalternidad/alteridad” (Svampa, 2016: 35). Al respecto, Svampa (2016) reconstruye dos grandes etapas sobre las tensiones que se han ido generando en torno a pensar, definir, nombrar “lo indígena”. La primera fase abarca desde el 1900 a 1960, donde se instauran los primeros debates sobre el indigenismo, vinculado específicamente a conceptos como “raza”, “lo autóctono” e “indigenismo social”. El concepto de raza es una categoría relacional que remite a “una construcción histórico-social, en gran medida de la anexión violenta de América al orden que impusieron los

⁸ El zapatismo fue pionero en hacer un uso intensivo y amplio de Internet para difundir su lucha a nivel mundial y crear solidaridades en relación a sus causas (Augurto y Messco, 2012).

procesos de conquista española y portuguesa” (Svampa, 2016:36). En base a este concepto lo indígena fue abordado desde una perspectiva darwinista: desde el positivismo racialista. Luego, en un primer momento indigenista, entre fines del siglo XIX y principios del XX, se desarrolló un proceso de revalorización de lo indígena a través del “discurso de lo autóctono”. En este momento las culturas pre-hispánicas “pasarían a ser consideradas como cuna o cimiento de la nacionalidad” (Svampa, 2016:47). A principios del siglo XX se desarrollaron movilizaciones obreras y campesinas y con ellas un primer acercamiento de los pueblos originarios a la idea de “clase”. Uno de los representantes de esta línea de pensamiento denominada “indigenismo social” fue el pensador peruano Carlos Mariátegui. Fue él quien comenzó a pensar los problemas de los pueblos indígenas desde una perspectiva marxista, de clase. De acuerdo a la reconstrucción de Doyle, las primeras experiencias de comunicación indígena se ubicarían en la última etapa de esta fase, cuando dominaba cierto indigenismo integracionista que apuntaba a la solución del problema indígena desde una perspectiva integradora obviamente asumida por parte de los no-indígenas que miraban a los pueblos originarios con la intención de “actualizarlos”, “modernizarlos” y, por ende, de superar las señales o elementos de la identidad indígena (Doyle, 2013).

De hecho, desde fines de los años 40 a la década del 70, los estudios en el campo de la comunicación trataron a la indigenidad como un conjunto de rasgos culturales que se “contaminaban” a la hora de cruzar la frontera tecnológica, o, por otro lado, focalizándose en la dimensión conflictual de los medios CAP.. En otros términos, “gran parte de las investigaciones y reflexiones sobre las experiencias de comunicación con participación indígena producidos en estos años pensaron las prácticas de los sujetos en tanto prácticas de comunicación popular, rural o campesina” (Doyle, 2013:4).

La segunda fase que reconstruye Svampa (2016) a la hora de pensar la subalternidad/alteridad va desde 1960 al 2000, cuando se produce una “reinvención de la indianidad”. Esto es, cuando los indígenas dejan de ser una minoría y ganan el status de pueblos y naciones indígenas (Briones, 2008) constituyéndose como actores políticos autónomos.. En este nuevo contexto se desarrollarán las dos etapas siguientes de la comunicación indígena mediatizada reconstruidas por Doyle (2013). Entre los años 80 y 90,

la literatura oscilaba entre adscribir estas experiencias al campo de la comunicación CAP en tanto ámbito de articulación de la lucha de clase y marcar lo que distinguía los MPO de las prácticas de otros grupos sociales. Así, dice Doyle, este período representa un momento bisagra entre dos tipos de abordajes: por un lado, el de la comunicación CAP, centrados en las cuestiones de clase, lo que evidenciará la necesidad de dimensionar y reflexionar sobre otro tipo de prácticas que no podían adscribirse únicamente al concepto de clase. Luego, a partir del año 2000, “el eje se desplaza desde los procesos políticos a las potencialidades de las tecnologías, y donde el clivaje étnico adquiere preeminencia, al punto que conlleva a veces a la omisión de la permanente interacción de este clivaje con otros que configuran también la identidad de los sujetos.” (Doyle, 2013: 6)

Así, en un tercer momento, iniciado desde los finales de los 90 cuando se multiplicaron los MPO en todo el continente, los estudios de comunicación sobre estas experiencias se incrementaron, pero bajo aportes de otras disciplinas como la sociología de la técnica, la antropología interétnica o las ciencias políticas. Así, una gran parte de la literatura producida en esta fase se centró en analizar el rol de las TICs en las comunidades, y los cambios que introdujeron en las mismas. Por otro lado, el fenómeno fue leído desde una postura determinista que, a su vez, incorpora una concepción instrumental de la tecnología: esto es, pensar a las tecnologías escindidas de la sociedad, es decir, descontextualizadas y auto-generadoras. De este modo, el cambio tecnológico es leído como un motor para el cambio social, que sobresale de las demás fuerzas sociales.

En esta instancia, también, se multiplicaron los estudios que consideraron a los medios de comunicación como “espacios fundamentales de negociación en las disputas político identitarias libradas por los grupos indígenas” (Doyle, 2013: 6). Luego de este recorrido, podemos afirmar que para poder acercarnos al fenómeno de la comunicación indígena mediatizada, debemos, en primer lugar contextualizar la indigenidad en los procesos y escenarios complejos en donde diversos factores la moldean y caracterizan tales como la trayectoria histórica de los pueblos indígenas en Latinoamérica, las alianzas estratégicas con otros sectores populares y la lucha en contra del Estado por el reconocimiento y cumplimiento de sus derechos.

También, debemos entender las nuevas formas de identidad y sus especificidades en materia en el marco del resurgimiento étnico que han llevado adelante los pueblos indígenas en América Latina (Bengoa, 2000), ya que este proceso de revitalización cultural implicó también que los pueblos indígenas devengan en actores políticos autónomos.

Ahora bien, si entendemos al espacio público mediatizado como una arena en disputa, podemos afirmar que los pueblos indígenas debieron también conquistar este territorio. Por lo que se fueron generando nuevas formas de activismo político en pos de la descolonización de ese espacio. En otros términos, los MPO surgieron en tanto herramientas, espacios y prácticas de identidad cultural (Doyle, 2013), autodeterminación y ciudadanía comunicativa de tipo étnico (Mata, 2006; Salazar, 2014). Esto es: es el ejercicio de la capacidad de los pueblos originarios de ser sujetos de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y, a la vez, el ejercicio mismo de ese derecho y de esa demanda en tanto mapuches, aymaras o zapotecas (de la Peña, 1995).

Tal como afirma Hall la identidad es “una construcción, un proceso nunca terminado [...] en el sentido de que siempre es posible «ganarlo» o «perderlo», sostenerlo o abandonarlo” (Hall, 2003:15). Entonces, es en el escenario de las relaciones de poder que atraviesan y que al mismo tiempo organizan a la sociedad que se va configurando la (auto)adscripción identitaria de los pueblos originarios, es decir, el proceso de su subjetivación que se despliega en torno a las marcas y diferencias étnicas y, de ahí, el modo en que se piensa y nombra su *ser indígena* (Doyle, 2013).

A partir de estos procesos surgen las experiencias de comunicación indígena mediatizada y se van consolidando como “formas desafiantes del activismo político” de los pueblos originarios y de su “comunicación intercultural” (Salazar, 2009: 508). Como lo explica Doyle (2013: 102), son “espacios centrales y ámbitos de configuración” de una disputa en torno a la definición del ser indígena, una disputa material y simbólica por espacios en el presente y no sólo en el pasado.”

De este modo, muchos medios indígenas surgieron para reaccionar a las narraciones estigmatizantes, reduccionistas y estereotipadas que los medios hegemónicos dan de las organizaciones y comunidades originarias (Reguillo, 2000). Así lo reconstruyeron Yaniello

(2014), Salazar (2003, 2014) y Guitérrez Ríos (2014) a la hora de aproximarse a los medios de comunicación del pueblo mapuche del Wallmapu¹⁰. En muchas ocasiones el pueblo mapuche ha sido criminalizado en los medios hegemónicos por sus protestas y resistencias por lo que la disputa por el control de la información se ha convertido en una reivindicación central en la elaboración del imaginario activista mapuche (Salazar, 2014).

En el caso del territorio chileno, por ejemplo, las representaciones mediáticas dominantes rondaban en torno a la violencia y desobediencia del “conflicto mapuche”, deslegitimándolo y obviando por completo los motivos reales que lo originaron y lo sostienen, como los desplazamientos territoriales y el extractivismo (Salazar, 2003). Además, “los medios tradicionales criminalizaban la protesta mapuche, la acusaban de terrorista, (...) y solo le daban espacio cuando ocurría algún proceso violento. Ahora también lo hacen, pero la diferencia es que el movimiento mapuche supo levantar sus propias voces” (Gutiérrez Ríos, 2014: 194) desde plataformas online, por ejemplo: desde allí, los comunicadores mapuches llevan en adelante acciones políticas que buscan desafiar la esfera pública dominante, más que ser solo independientes de ella (Salazar, 2010, 2014), generando así contra-esferas públicas a pequeñas escalas. En el lado argentino sucedió algo similar: los medios se referían a los pueblos originarios o como una problemática para resolver o en términos paternalistas y, para reaccionar a eso, surgieron proyectos comunicacionales que apuntaron a generar un contrapeso informativo y contrarrestar esa estigmatización que instala estereotipos en el imaginario común (Yanniello, 2014).

Por lo tanto, sostenemos que los medios indígenas existen porque hay una necesidad de contar una (otra) realidad y una versión de la historia que no aparece en otros medios (Salazar, 2003), y que abarca no sólo las luchas de las comunidades originarias sino también su vida cotidiana misma (Salazar, 2010). En todo este proceso se genera una transformación de las prácticas comunicacionales que dejan de acompañar simplemente las luchas territoriales o culturales, sino que se convierten en herramientas de lucha en sí mismas: se trata, en otros términos, de lo que Pasquinelli (2002) llama “mediactivismo”, es decir, la experimentación táctica y, habitualmente, en red de formas de autogestión de la

¹⁰ Denominación con la que el pueblo Mapuche se refiere a su propio territorio, comprendido entre Argentina y Chile.

comunicación arraigadas en lo local pero que intervienen en lo global, con contenidos alternativos y miradas contra-hegemónicas. Los medios se consolidan entonces como espacios discursivos y a la vez performativos, lugares desde donde los pueblos indígenas visibilizan su cultura y, al mismo tiempo, delinean un imaginario activista que revitaliza la lucha por la auto-determinación (Salazar, 2014).

Hay, entonces, una disputa por la descolonización de espacio público¹¹, que se lleva adelante en tanto y en cuanto los medios son centrales, ya que reconfiguran los dispositivos y lógicas de enunciación, así como los tiempos y espacios de las prácticas sociales (Mata, 1999). Este proceso de descolonización implica, representar mediáticamente en el espacio público la identidad cultural y política de cada pueblo originario e instalar discursos alternativos sobre auto-determinación política y reconocimiento étnico (Salazar, 2002).¹² Además, la descolonización del espacio público significa gestionar la articulación entre “las prácticas que los indígenas desarrollan desde [las] tecnologías de la comunicación, y las prácticas de comunicación tradicionales de sus comunidades” (Doyle, 2015: 106), esto teniendo en cuenta que cada pueblo posee una concepción propia de la comunicación, que además preexiste a la colonización cuando se materializaba en lenguajes y soportes diversos, como la oralidad, los libros, las representaciones iconográficas, las artes corporales y sonoras o los monumentos (Beltrán, et. al., 2008) . En estos soportes se hacían

¹¹ Tal como afirma Caletti (2002: 66) citado por Doyle (2013: 29) “la esfera de lo público construye y define identidades –en disposición de intervenir con la palabra o con la acción sobre lo que es común- que arrastran consigo las dimensiones culturales de la vida social: Los basamentos culturales constituyen [...] el interpretante de lo público auto-representado en su visibilización general.”

¹² Al respecto del reconocimiento étnico Salazar (2009) afirma que la Declaración de los Derechos de los Pueblos Indígenas de la ONU (2007) marcó un punto nodal, puesto que –aunque no tiene carácter legalmente vinculante- marca un avance dinámico de las normas jurídicas internacionales y refleja el compromiso de los estados de avanzar en ciertas direcciones. “El propio documento hace hincapié en el derecho de los pueblos indígenas a mantener y fortalecer sus propias instituciones, culturas y tradiciones, ya proseguir su desarrollo de conformidad con sus propias necesidades y aspiraciones. La Declaración confirma el derecho de los pueblos indígenas a la autodeterminación, así como su derecho a permanecer diferenciados ya perseguir sus propias visiones de desarrollo económico y social. Declarar el derecho a la autodeterminación es declarar el desarrollo”. (Salazar, 2009: 506)

presentes los procesos de circulación y uso de significaciones y sentidos vinculados a una vida comunitaria fuertemente organizada en torno a experiencias religiosas y espirituales. Así, estos principios regulaban específicos “régimenes de enunciabilidad en el seno de los cuales se articulaba lo individual y lo colectivo” (Lizondo y Ortega, 2013: 6), que puede rastrearse también en las intenciones de los MPO actuales.

Asumimos entonces que los pueblos originarios “indigenizan” los medios (Salazar, 2002). Esto implica una apropiación y uso de las tecnologías de información y comunicación que responde a las lógicas con las que organizan la vida de y en sus comunidades, y a los vínculos orgánicos que desarrollan para el empoderamiento y la autonomía. Esto se pone en evidencia, por ejemplo, en el caso de la *FM La Voz Indígena* de Salta: “Son las voces de las mismas comunidades que se instalan en el medio, y no solo el medio el que va al territorio” (Lizondo, 2015: 137).

Finalmente, podemos afirmar que en los medios indígenas son herramientas, espacios y al mismo tiempo prácticas de expresión de la identidad cultural de cada pueblo originario (Doyle, 2013) y de su movimiento hacia la auto-determinación (Salazar, 2009). Por lo tanto, se abren nuevas posibilidades para el ejercicio discursivo y performativo de la ciudadanía comunicativa de tipo étnico (Mata, 2006; Salazar, 2014). De hecho, “los pueblos indígenas apuntan a invertir el sentido común hegemónico (la estigmatización de lo indio) a trastocar o modificar los marcos de denominación colonial (el Estado monocultural) para reformularlos en un nuevo lenguaje desde el cual el indio sea pensable como sujeto y actor político, a partir del ejercicio de los derechos colectivos y la demanda de autonomía” (Svampa, 2016: 117).

Así, los MPO pronto fueron consolidándose como espacios para la descolonización del espacio público mediatizado: esto es, los pueblos originarios “indigenizan” los medios y los resignifican de acuerdo a su identidad cultural y política (Salazar, 2002) con la intención de representarla mediáticamente e instalar discursos alternativos sobre auto-determinación política y reconocimiento étnico (Salazar, 2002; Lizondo y Ortega, 2013; Lizondo 2015). Así, la (auto) adscripción identitaria de los pueblos originarios (Doyle, 2013) se traslada a las prácticas mediáticas, transformando la comunicación indígena en una forma importante del activismo indígena (Salazar, 2009).

2.3. Los MPO en las reformas latinoamericanas en el ámbito de la comunicación: la comunicación indígena como un derecho

Según Salazar (2014: 6), la emergencia indígena supone también una urgencia “que tiene un vínculo directo con la supervivencia cultural y la demanda de reconocimiento étnico como una reivindicación fundamental de los derechos humanos”. En este sentido, los pueblos indígenas fundamentaron sus demandas en acuerdos internacionales que reconocen la comunicación como derecho humano, por un lado, y la identidad cultural como derecho inalienable de los pueblos indígenas, por otro. Nos referimos específicamente a la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), la Declaración de UNESCO (1978) y la Declaración sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (2007). Esta última, en su artículo 16 establece:

1. Los pueblos indígenas tienen derecho a establecer sus propios medios de información en sus propios idiomas y a acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación.
2. Los Estados adoptarán medidas eficaces para asegurar que los medios de información públicos reflejen debidamente la diversidad cultural indígena. Los Estados, sin perjuicio de la obligación de asegurar plenamente la libertad de expresión, deberán alentar a los medios de información privados a reflejar debidamente la diversidad cultural indígena.

Sin embargo, el autor advierte que, tras el concepto de reconocimiento se oscurece estratégicamente el concepto de “autodeterminación”, puesto que desvincular el reconocimiento, que tiene una impronta más cultural, de las demandas económicas no permite evidenciar las desigualdades que viven los pueblos originarios. A esa relación entre reconocimiento y redistribución, Salazar llama “desarrollo”, entendiéndolo como el proceso que lleva a la autodeterminación de los pueblos, que, al mismo tiempo, sólo puede generarse si hay una supervivencia cultural.

A partir de las demandas de reconocimiento y participación de los pueblos indígenas en la arena mediática¹³, y con el sustento jurídico internacional, se llevaron adelante en el continente reformas significativas en el campo de la comunicación. Así, la *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual* (LSCA) de Argentina es un ejemplo pionero. Aprobada en 2009, y luego de debates e instancias de participación ciudadana, reconoce a los MPO como prestadores de derecho público no estatal, respondiendo a las demandas

¹³ Estas demandas en torno al espacio público mediatizado cobran fuerza en las Cumbre Indígenas de Abya Yala (Doyle, 2015). En 1990 se lleva a cabo en Quito, Ecuador, el Primer Encuentro Continental de Pueblos Indios. En él se plantea la necesidad del acceso a los medios para difundir la cultura de los pueblos indígenas y sus luchas. En éste “se reconoce a los medios como espacios fundamentales de visibilización, de existencia pública, y se los comienza a reconocer como ámbitos en relación a los cuales constituirse en sujetos de derecho” (Doyle, 2015: 98). Luego de estos encuentros se realizaron otros a lo largo del continente pero no se abordaron temas relacionados a la comunicación.

En el año 2007 se llevó a cabo el Primer Congreso Nacional de Comunicación Indígena en México. Si bien el mismo fue organizado en torno a los debates del 2006 sobre la modificación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y la Ley Federal de Radio y Televisión de ese país, surgieron debates y propuestas en relación a la idea de crear una “figura jurídica especial para la regulación de ese derecho para los pueblos indígenas: es decir, que no estén contemplados por el régimen del sector público (los medios públicos estatales) ni del sector privado (medios privados con fines de lucro y privados sin fines de lucro), sino que sean reconocidos como indígenas en las legislaciones sobre los sistemas de comunicación audiovisual.”(Doyle,2015: 101)

En el año 2009 se llevó a cabo en Perú la IV Cumbre Continental Indígena, donde cobró más fuerza la idea del derecho a la comunicación de los pueblos indígenas como Derecho Humano y el rol de los medios como centrales en los procesos de luchas. Luego de ello, en los años (Colombia) y 2013 (México) se realizan las I y II Cumbre de Comunicación Indígena del Abya Yala. En ellas los debates se organizaron en torno a “a) las estrategias para demandar a los Estados la inclusión de los derechos a la comunicación de los pueblos indígenas en sus legislaciones acerca de los servicios de comunicación audiovisual, así como la implementación de políticas de comunicación tendientes a garantizar la sustentabilidad de los medios indígenas; 2) las problemáticas y estrategias de los propios medios para lograr la continuidad de los espacios, esencialmente en términos económicos y de capacitación; 3) la definición de una conceptualización propia de la comunicación indígena masiva y mediatizada, de los medios masivos de comunicación de los pueblos originarios.” (Doyle, 2015: 102)

reflejadas en la propuesta presentada por algunas organizaciones indígenas en las instancias previas (Doyle, 2015).

También en el 2009, la Ley 1341 de Colombia incluye a los MPO. Dicha normativa junto a la Resolución número 415 del año 2010 del Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones, reconocen a los MPO como “Emisoras Territoriales” que su vez, se encuentran dentro del “Servicio de Radiodifusión de interés público”. Sin embargo, esto las condiciona a la hora de vender espacios publicitarios y se genera una dependencia casi total del financiamiento estatal. (Doyle, 2015).

En 2010 la Ley 20.433 de Chile crea los Servicios de Radiodifusión Comunitaria y Ciudadana de los que los pueblos indígenas pueden ser concesionarios al igual que el sector sin fines de lucro. Sin embargo, esta normativa limita el alcance de las emisoras de ese sector, y establece que “tendrán como zona de servicio máxima una comuna o una agrupación de comunas”, aunque se aclara que los MPO podrían tener una diferencia (mínima) con los medios CAP, en tanto y en cuanto el objetivo sea “potenciar las identidades culturales de los pueblos indígenas y de sus lenguas originarias”.

En el 2011, se sanciona en Bolivia la *Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación*. En ella se reserva el 17 % de las frecuencias de radiodifusión a los “Pueblos indígenas originarios campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas” (artículo 10), además se los exceptúa del pago por el uso y derecho de asignación de las frecuencias y les garantiza participación en el delineado de políticas públicas en los ámbitos que competen a dicha ley.

En el 2013, se sanciona en Ecuador la *Ley Orgánica de Comunicación*, que asignan el 34% del espectro radioeléctrico a los medios comunitarios. Dentro del sector comunitario se incluyen a los medios cuya propiedad, administración y dirección corresponden a organizaciones sociales sin fines de lucro, comunidades y nacionalidades indígenas. En ella se destaca el “derecho a la comunicación intercultural y plurinacional” (Art. 36) y se fomenta la producción y difusión de contenidos vinculados a la cultura, tradiciones y conocimientos de los pueblos indígenas.

En 2014, en México se promulga la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. Esta normativa incorpora a los pueblos indígenas dentro del sector sin fines de lucro y los autoriza a solicitar concesiones de uso social del espectro radioeléctrico. Además, se reserva un 10 por ciento de la banda de radiodifusión FM para emisoras indígenas y comunitarias. Esta ley también refiere a las transmisiones en idiomas indígenas, las habilita, pero aclara que serán adicionales a las transmisiones en castellano.

El proceso de lucha iniciado por los pueblos indígenas de Abya Yala no se reduce sólo a la lucha por la sanción de leyes en materia de comunicación, sino que se trata de una disputa que excede la instancia jurídica. La apuesta es por la *descolonización del espacio público mediático* que

no implica sólo acceder a los espacios del decir, sino forzar las barreras lógicas de la producción de información y construcción de agenda, los modos de entretenimiento, los espacios y tiempos de habla en los medios [generando] posibilidades de expresión desde los propios idiomas, desde las propias dinámicas de la vida cotidiana y modo de organización, resignificando las tecnologías y cuestionando las lógicas hegemónicas de interacción en el espacio público. (Doyle, 2015: 105)

El caso de Argentina: la LSCA y los MPO

Retomando la normativa en materia comunicacional de nuestro país, trataremos de dar cuenta brevemente del proceso de sanción de la LSCA, haciendo foco en la participación indígena, así como las especificidades que ésta establece en materia de servicios de comunicación audiovisual indígena. Así mismo, aclaramos que, previo a la LSCA, ya existían en el país experiencias de comunicación indígena mediatizada, algunas de ellas vinculadas a otros sectores como la Iglesia o los medios CAP, por lo que “la lucha indígena por transformar la configuración hegemónica no nació en el año 2009 sino que se remonta a muchas décadas antes, y ha estado atravesada por distintos factores y coyunturas.” (Doyle, 2015: 2).

En marzo de 2009 se iniciaron debates públicos para reemplazar al decreto-ley 22.285 sancionado en 1980 por la última dictadura militar (1976-1982): a través de 23 foros en

distintas ciudades del país, todos los ciudadanos podrían realizar aportes, sugerencias y críticas al anteproyecto que luego sería enviado al poder legislativo.

Ya en el año 2004 se había conformado la Coalición por una Radiodifusión Democrática, cuyo documento “Iniciativa Ciudadana 21 puntos para una Ley de Radiodifusión de la Democracia”¹⁴ fue central en las discusiones preliminares. Luego, la Coalición se consolidó como el espacio que nucleó a diversos sectores que luchaban por la democratización del sistema de medios en Argentina, y por la elaboración de un nuevo marco legal que lo regule. Se buscó instalar públicamente que los derechos a la comunicación son derechos humanos, y lograr “una redefinición de los medios como instituciones públicas pasibles de ser reguladas, orientadas y organizadas bajo los fundamentos de la institucionalidad democrática: igualdad y libertad” (Córdoba, 2013: 183). Desde el año 2004, algunos comunicadores indígenas participaron esporádicamente en reuniones de la Coalición y fueron siguiendo los debates que se daban en ese espacio, aunque muchos no se sentían plenamente incluidos en las discusiones y propuestas.

El anteproyecto de ley incluía a los MPO dentro del sector privado sin fines de lucro. Además, cuando se hablaba de las obligaciones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de transmitir programación en el idioma oficial del país, no se hablaba “idiomas” sino de “lenguas indígenas”. Como reconstruye Doyle, estas cuestiones:

motivaron que, inmediatamente después del anuncio, algunos jóvenes de la Confederación Mapuche de Neuquén que venían trabajando en producción radiofónica comenzaran elaborar una primera propuesta de inclusión de los pueblos indígenas en el anteproyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual. Y contaron para ello con el asesoramiento legal de los abogados del Observatorio de Derechos Humanos de los Pueblos Indígenas, de Neuquén., (Doyle, 2015: 10)

Así, en el Encuentro Nacional de Organizaciones de Pueblos Originarios por un Estado Intercultural, realizado en Buenos Aires en marzo de 2009, se definió la necesidad de trabajar en un documento en respuesta, que llamarían “Propuesta de inclusión del derecho a la comunicación con identidad de organizaciones de los pueblos originarios en el anteproyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual”. En dicho documento se

¹⁴ Documento disponible en:

<http://www.telam.com.ar/advf/imagenes/especiales/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf>

argumentaba que, debido al reconocimiento constitucional de la preexistencia de los pueblos indígenas, éstos no podían ser incluidos bajo la categoría de “minorías” y demandaban la creación de “cuarta categoría, la de pueblos indígenas, y que éstos sean reconocidos como sujetos de derecho público” (Doyle, 2015: 10). Sin embargo, durante el proceso de negociación, los pueblos originarios aceptaron ser incluidos dentro del sector público, en calidad de sujetos de derecho público no estatal.

Además, en esta contrapropuesta se demandaba que los pueblos originarios pudieran ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA), y que las mismas fueran otorgadas de manera directa, en función de las demandas de cada pueblo, sin necesidad de licitación previa. El fundamento de esta demanda era reivindicar el reconocimiento de los pueblos originarios como sujeto de derecho público no estatal, y en relación a ello, también demandaron al Estado fondos para asegurar el sostenimiento de sus propios SCA.

También, exigieron al Estado¹⁵ la garantía de la promoción y difusión de las culturas de los pueblos originarios en medios públicos y privados. También demandaron la participación de representantes indígenas en los órganos colegiados de aplicación de la Ley.

En este documento se denunciaba además el silenciamiento de los pueblos indígenas por parte de los medios comerciales y el papel que juegan los medios CAP al asumir el rol de voceros de los pueblos indígenas, señalando el gesto paternalista que esto les significaba.

Este documento fue discutido, tensiones mediante, hasta que finalmente, algunas de sus propuestas, fueron incluidas en el proyecto de ley presentado al Congreso de la Nación.

Finalmente en 2009 fue aprobada la LSCA, que, en materia de comunicación indígena, establece en el artículo 3 (inciso Ñ) que entre sus objetivos a la preservación y promoción de la identidad y de los valores culturales de los pueblos originarios. En el artículo 9 se reconocen los idiomas de los pueblos originarios. Además, tanto el artículo 16 (inciso I) como el artículo 124 (inciso G) establecen que un representante indígena participará en el

¹⁵ Como explica Doyle (2015) estas demandas tuvieron un fundamento jurídico y político-cultural. Por un lado, se sustentaron en el reconocimiento constitucional de la preexistencia indígena, que coloca a estos pueblos en paridad a toda entidad pública. Por otro, se sustentaron en la idea de que los medios son espacios centrales para el ejercicio del derecho a la verdad, es decir, como pueblos indígenas a tienen derecho contar su historia, atravesada por saqueos y violencia, de “inclusión” en el Estado argentino moderno.

Consejo Federal de Comunicación Audiovisual y en el Consejo Consultivo Honorario de Medios Públicos. A su vez, en los artículos 37, 89 y 151 se reconocen a los pueblos indígenas como sujetos de derecho público no estatal; esto posibilita, por ejemplo, que puedan acceder de manera directa las frecuencias, sin que caduquen las autorizaciones otorgadas. De acuerdo al artículo 89 (inciso E), se reserva una frecuencia de AM, una frecuencia de FM y una frecuencia de televisión para estos pueblos en las localidades donde se encuentre cada pueblo originario. Las comunidades de pueblos originarios pueden conseguir una autorización a emitir presentando una memoria descriptiva de su proyecto técnico y cultural, y acreditando la sustentabilidad de la emisora y del modo en que se cubrirán las cuotas de programación (art. 4, 22, 37 y 151). Además, los MPO, entre otros, son designados como beneficiarios del 10% de los ingresos públicos que están destinados a sostener el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), y pueden contar con otras financiaciones –por ejemplo, recursos específicos proporcionados por el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI) (art. 97 inciso F, art. 152). Además, la LSCA habilita a los pueblos originarios a la producción de contenidos producidos en red para cubrir sus programaciones.

En este escenario, luego de la sanción de la LSCA, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) otorgó sesenta y cuatro autorizaciones a emitir a comunidades originarias¹⁶. En algunos casos, las autorizaciones fueron otorgadas a emisoras radiofónicas que ya estaban en funcionamiento; pero, en gran mayoría, se trató de otorgamientos a comunidades que aún no poseían SCA propios por lo que debieron iniciar gestiones de fondos para equipamiento y capacitación.

También, en materia de capacitación, el AFSCA en conjunto con el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI) y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual llevaron adelante instancias de formación en producción de contenidos audiovisuales para comunicadores indígenas.

Además, a través de los Fondos de Fomento Concursables (FOMECA) del AFSCA, se promovió el acceso a recursos financieros. Los FOMECA, implementados desde el 2013, estaban destinados al sector sin fines de lucro y a los pueblos indígenas, y se organizaron en

¹⁶ Según datos hasta abril de 2016, entregados por ENACOM de acuerdo al Decreto 1172/03 de acceso a la información pública.

distintas líneas: la producción de contenidos audiovisuales para radio o televisión, la compra o mejora de equipamiento para radio o televisión, y la mejora de distintos aspectos económicos, legales y sociales de la gestión de emisoras de radio y televisión. Desde el 2013 y hasta diciembre del 2015 se realizaron y cerraron sólo 13 concursos y, de los 629 premios entregados, solamente 63 se dirigieron a los pueblos originarios (Marino et al., 2015).

Hubo otras líneas de apoyo financiero y en materia de capacitación para los MPO, como el caso del Programa Comunicarnos Fortalece, que implementó la Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación durante el 2015, las capacitaciones organizadas en los territorios de las comunidades llevadas a cabo por la Defensoría del Público.

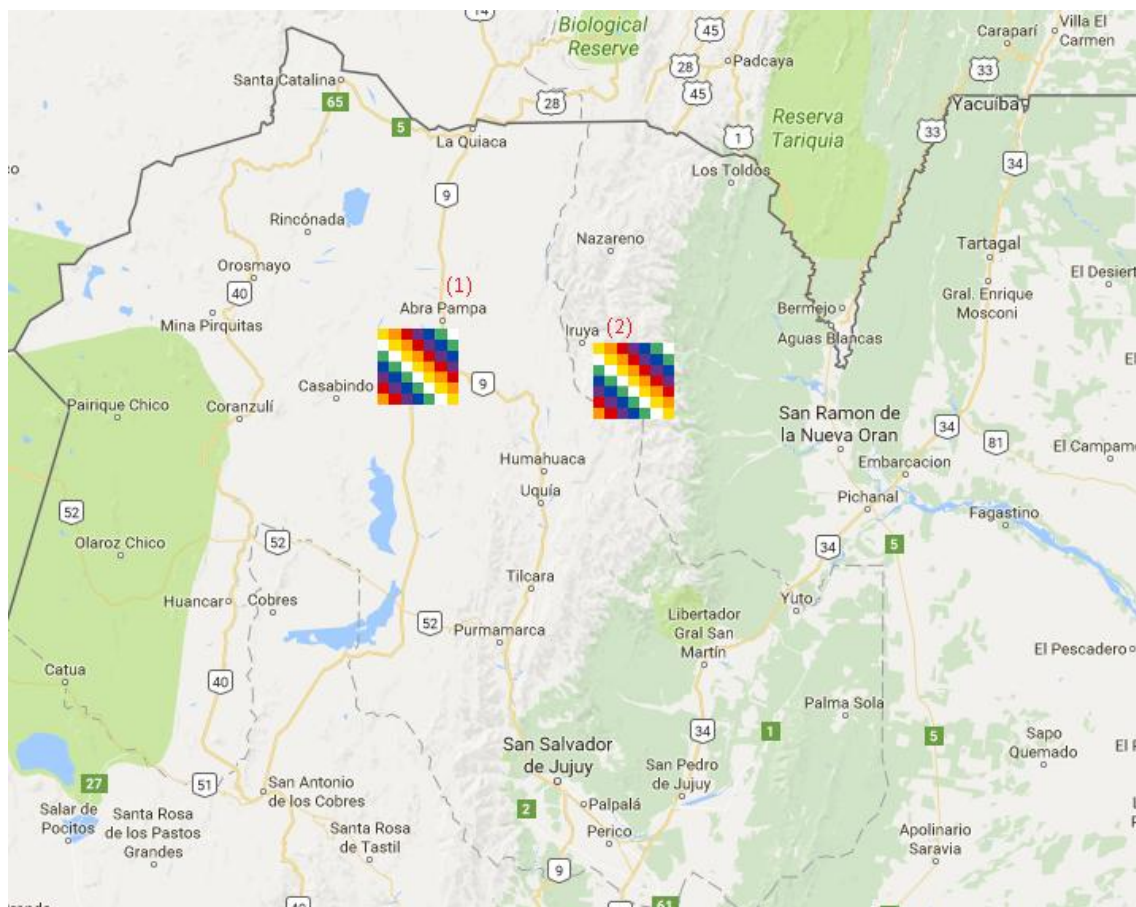
Con respecto a la demanda de participación en órganos colegiados de la LSCA, se institucionalizó la figura de un representante de los pueblos originarios en el Consejo Federal Servicios de Comunicación Audiovisual, para cuestiones relativas a los MPO. También se asignó un representante indígena en el Consejo honorario de Medios Públicos, aunque este consejo recién se constituyó formalmente en septiembre de 2015.

Sin embargo, no sin reconocer estos avances, hubo algunos indígenas que plantearon deudas pendientes con relación a la aplicación de la LSCA (Doyle, 2015). Un ejemplo es el debate que tuvo lugar en el I Parlamento Internacional sobre Comunicación Indígena, desarrollado en Buenos Aires en noviembre de 2012, con respecto a la participación indígena en los medios públicos estatales. Se planteó entonces la necesidad de las organizaciones indígenas de acceder a estos medios debido a su gran alcance geográfico, sobre todo en zonas rurales. Sin embargo, sólo pudieron conquistar la inclusión de un comunicador mapuche en la agencia oficial de noticias TELAM. Además, otra de las deudas pendiente fue la asignación de recursos del INAI a los MPO establecido por el art. 151 de la LSCA.

Finalmente, luego de este recorrido, podemos afirmar que “la construcción y definición pública por parte de los indígenas de su propio carácter de sujetos de derechos a la comunicación no se constituyó por fuera de las condiciones del momento histórico en que tuvo lugar” (Doyle, 2015:17). Es decir, este proceso se entiende sólo en un marco de *emergencia indígena* internacional y nacional, en la lucha constante por la descolonización del espacio público mediático, tanto en el acceso como en la participación.

3. Análisis de los casos

A nivel metodológico, adoptamos técnicas de recolección de datos de tipo cualitativo debido a los objetivos exploratorios de la investigación y a la necesidad de contar con herramientas flexibles que facilitaran la interacción con los comunicadores indígenas. De hecho, realizamos entrevistas semi-estructuradas con informantes claves de dos radios kollas del noroeste argentino: *FM Pachakuti* y *FM Runa Simi Kolla*. La primera está ubicada en Abrapampa (Provincia de Jujuy), está activa desde el mes de noviembre del año 2011 y pertenece a la comunidad kolla “Queta”. La segunda se encuentra en la localidad de Iruya (Provincia de Salta), fue inaugurada en el mes de marzo de 2012 y pertenece a la comunidad kolla “Las Capillas” (Fig 1).



- (1) FM Pachakuti
- (2) FM Runa Simi Kolla

Elegimos el noroeste argentino como ámbito de estudio en cuanto, de acuerdo a los datos oficiales del actual ENaCom es la región cultural del país con mayor densidad de autorizaciones otorgadas a comunidades de pueblos originarios por la ex AFSCA en el marco de la LSCA¹⁷ y, a la vez, porque es donde se concentra la mayor diversidad de pueblos originarios presentes en la arena mediática gracias a esas autorizaciones¹⁸. Cabe aclarar además que elegimos las dos emisoras mencionadas porque, de acuerdo al Observatorio del Derecho a la Comunicación de los Pueblos Indígenas¹⁹, son las primeras dos comunidades originarias de sus respectivas provincias que obtuvieron la licencia en el marco de la aplicación de la LSCA.

Tal como reconstruyen Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998) para poder comprender y analizar experiencias radiofónicas, como en nuestro caso, debemos enfocarnos en cuatro dimensiones relacionadas entre sí. Estos autores hablan de una dimensión político-cultural, una dimensión comunicacional, una dimensión económica y una dimensión organizacional. La primera da cuenta de los objetivos que se propone el proyecto comunicacional, siguiendo un proyecto político y cultural. En este sentido, representa construcción de la identidad del medio y las tensiones que puede representar. Además, estos objetivos surgen de procesos y de contextos histórico-políticos que atraviesan a los colectivos. La segunda, se pone de manifiesto en el perfil que asume la radio, en los contenidos y en la programación. Se evidencia en los criterios con los que se definen la estética del medio, hacia quiénes se dirige, y en general, están en consonancia con los objetivos político-culturales de cada proyecto. La tercera habla de la cuestión económica, del trabajo y de los recursos que se necesitan para gestionar y sostener cada proyecto radiofónico. Así, esta dimensión da cuenta de los modos en los que se sostiene un medio, cómo se generan y se administran los recursos y las formas de propiedad que se asumen. Finalmente, la cuarta dimensión habla de las formas en que se organizan este tipo de proyectos, y la forma en que

¹⁷ Entre las 64 autorizaciones entregadas hasta abril de 2016, figuraban 13 autorizaciones en Jujuy y 10 en Salta.

¹⁸ Según datos del INAI, en Salta y Jujuy se encuentran comunidades de los siguientes pueblos: Kolla, Diaguita, Ava Guaraní, Chulupí, Chorote, Chicha, Chane, Ocloya, Omaguaca, Quechua, Qom, Tastil, Tapiete, Tilian, Tilcara, Wichí, Iogys y Weenhayek.

¹⁹ www.clacpi.org

circula la información hacia el interior de la organización. En este sentido, hablamos de los organigramas, las formas de tomar decisiones, la distribución del poder al interior del medio, los modos en los que se organiza el trabajo y la distribución/concentración de tareas.

Entonces, siguiendo a estos autores, diseñamos la guía de la entrevista²⁰. La misma abarcaba las siguientes dimensiones de investigación: 1) génesis y objetivos del proyecto comunicacional, 2) agenda y programación, 3) organización interna, 4) relaciones externas y 5) posicionamiento frente a la LSCA. Las entrevistas fueron realizadas en persona con la modalidad cara-a-cara y registrada con una grabadora que no resultara invasiva durante la interacción con los entrevistados. Los datos fueron procesados y analizados temáticamente, procediendo por ejes que correspondían a las dimensiones de investigaciones previamente identificadas.

Elegimos estas dimensiones porque entendemos que son constitutivas de los proyectos radiofónicos. Así, al hablar de “Génesis y Objetivos del proyecto comunicacional” buscamos dar cuenta de la historia de cada proyecto y el perfil político cultural que asumieron. Con respecto a la “Agenda y Programación”, pretendemos conocer cómo la dimensión comunicacional, en estrecha relación a la identidad de cada proyecto, se hace evidente tanto en los contenidos como en las estéticas que asumen desde cada radio. Cuando hablamos de “Organización Interna” buscamos acercarnos a las formas en las que se llevan adelante estos proyectos, es decir, en cómo se generan y se administran los “recursos humanos”, “recursos materiales” y “recursos económicos”. Además, cuando nos referimos a “Relaciones Externas” tratamos de atender a la particularidad de estos medios de ser indígenas en escenarios donde confluyen diferentes identidades. En este sentido, intentamos dar cuenta de sí y cómo se relacionan con otras comunidades indígenas, con organizaciones políticas indígenas y no indígenas y con las poblaciones “criollas” de las localidades en las que se encuentran. Cuando nos referimos al “Posicionamiento frente a la LSCA” intentamos dar cuenta de cómo esta normativa fue interpretada y vivida en estas comunidades originarias.

²⁰ La guía de entrevistas puede consultarse en el apartado “Anexos”



FM Pachakuti-Abrapampa-Jujuy



FM Runa Simi Kolla- Iruya- Salta

4. Análisis de los resultados

A continuación, presentamos los resultados más significativos organizándolos en torno a las cinco dimensiones de análisis propuestas: 1) génesis y objetivos del proyecto comunicacional, 2) agenda y programación, 3) organización interna, 4) relaciones externas y 5) posicionamiento frente a la LSCA.



Antena de FM Pachakuti-Abrapampa-Jujuy

4.1. Génesis y objetivos del proyecto comunicacional

Si bien es cierto que ambas emisoras comenzaron a funcionar luego de la sanción de la LSCA, constituyéndose como las dos primeras autorizaciones otorgadas por la ex AFSCA en sus respectivas provincias, la génesis del proyecto comunicacional de cada radio puede rastrearse en instancias previas. En efecto, en ambas experiencias algunos de sus comunicadores/as habían participado de los debates en torno a la propuesta de inclusión de los MPO en dicha ley.

En el caso de FM Pachakuti, sus integrantes habían realizado talleres de formación y algunos programas en ciertos medios comunitarios de la zona. También contaban con algunas horas de programación en medios comerciales, pero debían ser abonadas, y en muchos casos, esto condicionaba el contenido que podían desarrollar. Además, también tenían condicionantes políticos: por ejemplo, en la radio municipal no podían desarrollarse temáticas opositoras al gobierno de turno y sus políticas. Así, se hacía cada vez más evidente la necesidad de poder gestionar un medio propio.

Luego de la sanción de la LSCA, los integrantes Consejo Departamental de Comunidades Kollas del departamento de Cochínoca (Jujuy) comenzaron las gestiones para la creación de la emisora. Para ello, utilizaron la personería de una de las comunidades de esta organización: Queta. Redactaron un proyecto donde explicaban por qué y para qué se proponían una radio y, en el 2011, obtuvieron la autorización a emitir desde la ex AFSCA. Luego de ello se organizaron talleres de formación en cuestiones básicas de la comunicación radiofónica, principalmente con el Instituto Superior de Educación Radiofónica (ISER). El 30 de noviembre de ese mismo año realizaron la inauguración de FM Pachakuti:

No nos olvidamos de aquel tiempo lo difícil que fue coordinar y administrar un medio. Al principio parecía fácil pero después fue todo un tema. Empezamos con una torre -que la tenemos hasta ahora- de 18 metros, con un cable coaxial de 20-22 metros, un micrófono, una computadora que nos prestaron. (FM Pachakuti, Jujuy)

En el caso de la FM Runa Simi Kolla, el antecedente en término de experiencia en comunicación mediatizada fue un cine móvil. Como cuenta nuestro entrevistado, al comienzo había “un equipo de jóvenes que salía[n] a las comunidades con un proyector y un parlantito cargado en animales: caballos, mulas, burros, en lo que sea. Y eso [hicieron] durante cinco años [...] [iban] caminando a las comunidades (...)”. También realizaron radios abiertas en el colegio secundario de Iruya, con estudiantes de cuarto y quinto año con la intención de “buscar la forma de fortalecer [su] identidad, porque en las escuelas de eso no se hablaba, es más, hablar del *kolla* era hacerlo desde una forma despectiva”. (FM Runa Simi Kolla)

En este caso, debido a que la Comisión Nacional de Comunicación (CNC) se había comprometido a donar los equipos decomisados con los que contaba para instalar quince radios, los integrantes del “Cine Móvil” decidieron gestionar el armado de una radio en Iruya. Esta emisora obtuvo su licencia en 2011 y fue inaugurada 31 de marzo de 2012. Al principio, por una cuestión de accesos a los servicios, la emisora fue instalada en el centro de Iruya, convirtiéndose en la primera radio que, en las palabras de nuestro entrevistado, estaba “abierta hacia todo el pueblo”. Sin embargo, la mayoría de quiénes se acercaron a participar en la radio fueron personas de un paraje cercano a Iruya (Pueblo Viejo, ubicado a 14 kms). Por eso se decidió trasladar la radio a este lugar, que de hecho es donde actualmente funciona.

En los objetivos de ambas radios se puede rastrear la necesidad de gestionar un espacio propio en la arena mediática, para fortalecer y visibilizar las comunidades originarias, sus culturas y sus luchas territoriales (Salazar, 2003). Por un lado, se detecta cierta tensión política, esto es, denunciar las problemáticas que atraviesan a los pueblos originarios y contar aquellos acontecimientos o versiones muy a menudo solapadas o manipuladas por los medios hegemónicos y sus narraciones estigmatizantes, reduccionistas y estereotipadas (Reguillo, 2000; Gutiérrez Ríos, 2014; Salazar, 2003):

[...] el objetivo creo que tiene que ver con la visibilización de los pueblos a través de sus propios medios. El hecho de poder decir lo que se quiera, como uno quiera, contarle de nuestra versión al resto de la sociedad

[...]que también fue parte de una negación, de una condena social hacia este [nuestro] sector. (FM Pachakuti, Jujuy)

Por otro lado, hay una dimensión cultural que fundamenta la política: esto es, la necesidad de recuperar y revalorizar las expresiones culturales originarias de cada pueblo originario, entendiendo la supervivencia, recuperación y el desarrollo de la cultura como pasos necesarios en el camino hacia la auto-determinación (Tuhiwai Smith, 1999). De hecho, como relata nuestro entrevistado de Iruya, “a través de esta visibilización [de nuestra cultura], se buscaba fortalecer ese espacio, hablar de nuestros derechos, fortalecer nuestra identidad cultural” (FM Runa Simi Kolla, Salta). En otros términos, las radios son al mismo tiempo “herramientas de lucha de los pueblos” para liberarse y, a la vez, permiten “hacerle entender a la sociedad que es posible una vida mejor retomando algunos principios y valores que han tenido nuestros pueblos” (FM Pachakuti, Jujuy).

Estos elementos coinciden con los resultados obtenidos por Yaniello (2014) en su estudio con radios mapuches en la Patagonia argentina. La autora identifica que los orígenes de estos medios están directamente relacionados con la representación negativa que los medios comerciales de la zona dan del pueblo mapuche. Además, desde el inicio, estas experiencias comunicativas compartieron la inquietud de lograr la reconstrucción y la unidad del pueblo mapuche. En el caso de las radios kollas que hemos alcanzado, este imperativo se hace evidente ya desde la elección del nombre de cada emisora:

La radio se llama *Pachakuti* porque creemos en la filosofía de los pueblos, ellos han dicho que hay 500 años malos y 500 años buenos, desde 1492 hasta 1992 fueron los años malos para nosotros, y bueno, ya pasó esa etapa y estamos en la vuelta, en el regreso del segundo período de 500 años. Y uno mira la historia de los pueblos, desde 1992 ha habido muchas cosas interesantes que han pasado. *Pachakuti* significa “el tiempo de volver a ser nosotros mismos”, entonces creo q volvemos a resurgir, a retomar muchas cosas para poder inclusive armarles propuestas a la sociedad, al Estado. (FM Pachakuti, Jujuy)

veníamos hablando de cómo hacer para recuperar nuestra identidad, nuestra cultura, y qué se yo, nosotros vemos que en la escuela se habla mucho de

la EIB, educación intercultural bilingüe (...) Entonces nosotros decíamos que teníamos que rescatar nuestra lengua, y abrimos un terciario en Iruya donde, bueno, se están preparando docentes con orientación en Educación Intercultural Bilingüe. Cuentan ahí los chicos que el quechua es re complicado, nos gustaría implementar nuestra lengua en todo lo que es educación primaria y secundaria. Y bueno, es así como nació Runa Simi, que es “la voz del hombre kolla”. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

Así como lo explican Doyle (2013) y Salazar (2014) los pueblos indígenas hacen visibles sus tradiciones y sus luchas a través de los medios, y en ellos afirman sus identidades étnicas. En este sentido, desde FM Pachakuti definieron que la comunicación que ellos llevan adelante:

responde a una filosofía que es la de los pueblos y que es la del Buen Vivir, plantearle a la sociedad que el Buen Vivir es armónico con la naturaleza, con todo el entorno social, en fin. Yo creo que hablar de Comunicación con Identidad tiene que ver con un proceso más amplio, con una mirada más amplia de cómo desde la identidad tal vez se pueden cambiar algunas cosas dentro de la sociedad. (FM Pachakuti, Jujuy)



4.2. Agenda y Programación

Tanto la agenda como la programación de ambas emisoras reflejan los objetivos que subyacen al proyecto comunicacional. Desde el punto de vista político, intentan visibilizar las luchas indígenas mientras con respecto al objetivo cultural buscan (re)vitalizar la identidad kolla y los saberes andinos.

Así como desarrolla Lizondo, respecto a la experiencia de La Voz Indígena, en Salta:

Son las voces de las mismas comunidades que se instalan en el medio, y no sólo el medio el que va al territorio. De esta manera, la radio también va transformándose con la presencia de los actores de la lucha y se convierte, con los años, en un nuevo actor que no solo procura el fortalecimiento de las identidades indígenas sino que permanentemente abre espacios de experiencias y reflexiones para repensar el sentido que la identidad cobra en las distintas pugnas que llevan adelante, tanto las comunidades indígenas como el medio. (Lizondo, 2015:137)

Esto puede evidenciarse, sobre todo, en FM Pachakuti, cuya postura es acompañar las luchas de las comunidades desde y en el territorio, sobre todo en instancias críticas como desalojos o represión. De hecho, como explica nuestro entrevistado, esto es lo que distingue la radio FM Pachakuti de los otros medios:

no nos sentamos en el estudio y abrimos internet y desde ahí reproducimos todo o llamamos por teléfono. Tratamos de ir hasta el lugar de los hechos, entonces hemos acompañado a comunidades como Casa Grande, Cueva del Inca. [...] Donde hay un conflicto [hay] que ir a transmitir desde ahí. [...] No esto de estar en el estudio llamando a ver cómo está la situación. (FM Pachakuti, Jujuy)

Además, a la hora de pensar la programación, la primera condición que se tiene en cuenta es destacar la identidad indígena del proyecto comunicacional. Así lo definieron ellos mismos:

Es una radio indígena que tiene como objetivo visibilizar la cultura de los pueblos [...]. Nos ha pasado que muchos vienen a querer hacer programas, pero, bueno, con una onda de saluditos, de cumbia. Hemos visto pocos que quieran hacer un noticiero, un informativo, o algo más que aporte a la construcción social. De quienes vienen [trabajando en la radio desde el comienzo] tenemos en cuenta eso, que [los nuevos] sigan el hilo, el perfil de la radio y sobre todo el aspecto formativo [...]. Nos ha pasado de tener chicos que han venido a hacer radio, pero [tuvimos] que acompañarlos en la parte técnica, por no tener una operador estable, enseñarles así se van largando solos a partir de la propia experiencia que van haciendo. (FM Pachakuti, Jujuy)

Lo que estamos tratando de hacer es, si bien [el medio] está abierto a que cualquiera vaya y haga su programa, siempre tratamos de enmarcar o resaltar lo que es la identidad y si se puede la lengua, mejor. Básicamente sería eso: tratar de buscar la forma de que [...] venga cualquier contenido que sea, pero, siempre con identidad cultural al local. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

Sin embargo, ambas emisoras coinciden en destinar una porción de su grilla para que otras instituciones realicen algún programa.

Otras de las características que pueden destacarse en ambas emisoras es que la programación es escasa. En ambos casos, la transmisión de la radio se produce desde las 7 h. de la mañana hasta las 00 h., de lunes a sábado, aunque sólo se emiten como máximo seis o siete horas de programación. Las dos experiencias reconocen que este inconveniente se debe a la reducción en los integrantes de sus equipos, y también, a que no logran sostenerse económicamente para producir más contenidos. En el caso de FM Pachakuti, la programación oscila entre las seis o siete horas por día, con programas acordados: a la mañana un programa informativo y de entretenimiento y en la tarde, programas de interés general. En el caso de FM Runa Simi Kolla, la programación no está definida actualmente, tanto que no hay criterios de inclusión o exclusión: “aquí no se va a hablar de tal cosa o de tal otra, casi en general, la radio está abierta a todo el público.” (FM Runa Simi Kolla,

Salta). Principalmente, son los estudiantes de entre 12 y 16 años quienes realizan transmisiones diarias, luego de asistir a clases, entre las 14 y las 18 h. Estas transmisiones consisten en mensajes breves a la población en general, saludos y música variada.

Con respecto a los insumos que utilizan para la programación, ambos medios coincidieron en que son pocos debido a la vida de las comunidades en sus territorios. Esto es: no tienen acceso a fuentes de información o tienen inconvenientes técnicos para (re)transmitir el contenido de otros medios. En FM Pachakuti, por ejemplo, hay mala señal del servicio de internet debido a la zona geográfica: por ello, no se pueden consultar muy seguido portales con los que suelen tener afinidad, tales como: FARCO, Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena Argentina (CAIA) y www.originarios.org. En Runa Simi Kolla el panorama es aún más complejo, ya que en Pueblo Viejo no hay acceso a internet, no llegan diarios impresos y la cobertura de telefonía móvil es muy débil. Pese a esto, en sus orígenes la emisora re-transmitía contenido de las señales estatales Encuentro y Paka Paka, vinculadas a la problemática de los pueblos originarios. Esto era posible gracias a que tenían una “caja” de Televisión Digital Abierta (TDA)²¹ que luego dejó de funcionar, y no pudo ser refaccionada.

Por último, cabe destacar que ambas emisoras consideran que es central realizar transmisiones en *quechua*, sobre todo para enseñarlo a las nuevas generaciones para que no se extinga del todo. En FM Pachakuti, por ejemplo, destacaron una experiencia que llevaron a cabo en los orígenes de la radio: grabaron “cinco minutos de aprendizaje de lengua quecha [...]” (FM Pachakuti, Jujuy), aunque actualmente no pueden sostener esta iniciativa por falta de recursos, tanto humanos como materiales. En FM Runa Simi Kolla, en cambio, la cuestión de la recuperación del idioma fue central, aunó las gestiones y relaciones externas de la radio: como relata nuestro entrevistado, “[hicimos] una encuesta, [...] para abrir [una nueva carrera] en Iruya y entre esas [estaba la de] profesor de *Quechua*.

²¹ La Televisión Digital Abierta (TDA) es una plataforma de TV que utiliza tecnología digital para transmitir en alta calidad de imagen y sonido. Las señales de la TDA llegan a todo el país a través de dos sistemas de transmisión diferentes: vía satélite o vía terrestre. Este sistema es gratuito, donde no se contratan abonos ni paquetes. Transmite más de 15 señales con producciones nacionales, hacia todo el país.

[...] Nosotros [...] como dirigentes queríamos esa pero, ¿vamos a ir a estudiar?, entonces, [dijimos] preguntemos a los que vayan a estudiar; [sin embargo] nos sorprendió [...] que haya ganado por un 100% de votos: querían que se diera el profesorado de quechua, hay interés entonces.” Sin embargo, debido a que el equipo está compuesto en su mayoría por adolescentes de primaria y secundaria, aún no pueden llevar adelante transmisiones en *quechua*. Como sostiene Svampa (2016), una de las formas del estado moderno de homogeneizar al país y sobre ello construir una idea de Nación argentina, fue la eliminación de cualquier rastro “indígena” y con ello, muchos idiomas originarios se fueron extinguiendo de a poco, sobre todo porque los más ancianos se fueron muriendo y, con ellos, su idioma. Es en este contexto histórico en que ambas comunidades coinciden en que hay una clara pérdida de su idioma y que sólo mantienen algunos regionalismos provenientes del quechua. Es por ello que consideran el idioma como el “lugar de resistencia cultural que refuerza el sentido del ‘nosotros’ en sus comunidades” (Huergo y Morawiki, 2005), lo que convierte a la cuestión del idioma en central para ambas experiencias. Éstas entienden que es también una disputa a dar en el espacio público mediatizado, por lo que transmitir en *quechua*, aunque sean pocos minutos, es también un ejercicio y una estrategia de descolonización de la arena mediática y de fortalecimiento de la identidad kolla adentro de las comunidades de pertenencia.

4.3. Organización Interna

En esta dimensión de análisis consideramos tres aspectos centrales en la gestión de un medio: la toma de decisiones, el equipamiento técnico y las estrategias de sostenibilidad. FM Pachakuti y FM Runa Simi Kolla coinciden en destacar la difícil tarea que significó y sigue significando asumir la gestión de un medio propio, no sólo a nivel económico sino también a nivel organizacional. . Tal como lo reconocieron desde la emisora de Salta: “no hemos tenido en cuenta muchas cosas, como por ejemplo, cómo sostenerla económicamente, pero también en el tema del contenido. Así que bueno, estamos en eso.” (FM Runa Simi Kolla)

La horizontalidad caracteriza la gestión interna de ambos medios, en la manera en que se toman las decisiones y se desarrollan las dinámicas diarias. Así, en FM Pachakuti,

decidieron no tener una estructura jerárquica pero sí conformar áreas o equipos de trabajo. De hecho, nuestro entrevistado relata que

Hay un referente, por ejemplo, en lo que es Gestión, [...] sería –si se quiere– la parte de la radio hacia afuera, la relación con otros. Después, en la parte interna, tenemos un encargado de Programación, un Responsable de la parte técnica, porque el equipo no es solamente [conformado por] los locutores, ¿no? [...] Otro equipo es el que lleva la parte, no sé si decir, “contable”. Lo habíamos puesto como Administrador Interno: es quienes llevan adelante, por ejemplo, pagar la luz, el alquiler, el servicio de internet, es decir, llevar las cuentitas al día, y también llevar el inventario de las cosas con las que contamos acá en la radio. (FM Pachakuti, Jujuy)

En el caso de Runa Simi Kolla, es el equipo completo que toma las decisiones: al tratarse de un vínculo cercano y de pocos integrantes, este proceso es más fluido. Además, como aclararon ellos mismos, debido a la situación actual de escasa programación y equipo reducido, las decisiones cotidianas las toma el referente de la radio, que es también el dueño del espacio donde se encuentra la emisora.

Sin embargo, cabe destacar que ambas emisoras responden a organizaciones mayores, vinculadas al movimiento indígena de la zona y por lo tanto, aunque las decisiones comunicacionales se tomen de forma horizontal, hay referentes políticos a quienes consultar. Estos referentes, considerados autoridades o “ancianos” en las comunidades, son elegidos anualmente por los miembros adultos de las mismas comunidades que representan de manera asamblearia. En el caso de FM Pachakuti el vínculo orgánico es con el *Consejo Departamental de Comunidades Kollas* del departamento de Cochínoca mientras que FM Runa Simi Kolla responde a la *Kollamarca*. Esto implica, como lo explica Salazar (2002) que la apropiación y uso de las tecnologías de información y comunicación, en este caso la radio, por parte de los pueblos originarios responden a las lógicas que regulan la vida de sus comunidades y se vinculan orgánicamente con sus luchas para el empoderamiento y la autonomía, así como con los reclamos territoriales. Esto es rastreado también desde las entrevistas realizadas por Gutiérrez Ríos (2014) y Yanniello (2014) con comunicadores mapuches donde se evidencia esta relación de ida y vuelta entre medio y comunidad. En la

organización interna de los equipos apunta a ser horizontal y circular; la gestión del medio se apoya alternativamente en financiaciones externas o en estrategias de auto-sustentabilidad, pero siempre cuidando la autonomía ideológica y la libertad de expresión; la elaboración de la parrilla de programación y el proceso de generación de contenidos que concretan la agenda reflejan luchas y urgencias de las comunidades, tradiciones y saberes ancestrales, sonidos y tiempos locales.

Otra de las características de los equipos de trabajo que, de hecho, es una dificultad en términos de sostenibilidad de las actividades es la baja cantidad de integrantes activos. En ambos casos, ninguno de los miembros percibe un salario por su participación en el medio, porque se trata de “comunicadores militantes”, en su mayoría jóvenes, que comparten entusiasmo e inquietudes. Entonces, en el momento en que estos jóvenes deben estudiar o trabajar, emigran de sus localidades y los equipos quedan reducidos. Como relata nuestro referente de la FM Pachakuti:

hemos llegado a tener el año pasado 17 integrantes en la radio, una programación desde las 7 hasta las 16 con programas en vivo; y después, desde las 20 a las 00hs. [Luego] muchos de los chicos que trabajaban con nosotros se han ido a seguir sus estudios en San Salvador [de Jujuy] y ahí hemos quedado como “rengos” en el sentido de los locutores. (FM Pachakuti, Jujuy)

Algo parecido sucedió en Runa Simi Kolla, debido a que los jóvenes que integraban la radio consiguieron empleo en otra emisora, una radio municipal donde obviamente el pago de un sueldo se convierte en el elemento discriminante a la hora de elegir dónde hacer radio. Como relata nuestro entrevistado:

la municipalidad pone una radio en Iruya y les empieza a pagar a los muchachos. Y está todo bien porque varios de los chicos que habían salido de capacitarse con el equipo nacional que habíamos armado [...] estaban bastante preparados, tenían bastante conocimiento: básico, aunque sea, pero lo tenían. Entonces lo que hace el municipio, les ofrece trabajo a ellos y, bueno, nos absorbe a todo el equipito que teníamos. Éramos ocho: seis fueron a parar a la municipalidad y dos se fueron a estudiar a otro lado.

Que no me parece mal que, si de alguna manera se han capacitado, y pueden ganar una plata, me parece bárbaro. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

Con respecto al equipamiento técnico, la Comisión Nacional de Comunicación (CNC) donó equipos usados a ambas comunidades para poder iniciar las transmisiones. Sin embargo, muchos de los dispositivos tecnológicos no resistieron a las inclemencias del clima y se quemaron, imposibilitando la continuidad en las emisiones. En el caso de la FM Pachakuti, recién en el 2014 se obtuvieron los fondos para el equipamiento, luego de haber participado en el FOMECA del año anterior. En la FM Runa Simi Kolla aún no pudieron presentarse a ninguna línea de financiamiento del FOMECA, por lo que mantienen los equipos donados por la CNC. Sin embargo, emiten sin la potencia, puesto que se quemó y aún no pudieron arreglarla. De todas maneras pueden transmitir a las comunidades cercanas debido a que la altura en la que se encuentra ubicada la torre de la antena facilita la distribución de la señal.

Estas consideraciones nos introducen al último eje central en la organización interna de la radio, esto es, la cuestión de la sostenibilidad, que es uno de los temas que más preocupan a los integrantes de las dos emisoras. El hecho de que su financiamiento sea endeble siempre, como vimos anteriormente, se refleja en muchas instancias tales como la longevidad de los equipos de trabajo, la estabilidad de la programación y la obtención y el mantenimiento del equipamiento técnico.

En este sentido, el FOMECA representó una herramienta concreta pero, en ambos casos, terminó siendo una instancia de debilidad y preocupación para las emisoras. FM Pachakuti se presentó a concurso por el financiamiento para equipo técnico en el año 2013, lo ganó, pero sus miembros no recibieron el dinero porque la comunidad no poseía cuenta bancaria donde recibir el depósito. Recién lo lograron en 2014 y 2015, cuando volvieron a presentarse para otras líneas de financiamiento, la de producciones radiofónicas y gestión de la emisora. Para el equipo de FM Runa Simi Kolla fue aún más complejo porque a la hora de participar en los concursos de FOMECA no contaban con un equipo de trabajo que realizara la redacción del proyecto, no tenían una cuenta bancaria y se encontraron con dificultad de acceso a los formularios on-line debido a la mala o nula conexión a internet en la zona. De hecho, su evaluación del FOMECA considera que “los trámites son bastante burocráticos y allá con internet [que] es medio lento [...] los tiempos son medios cortos y

[...] en Iruya es complicado con el tema de la comunicación. Bueno, con internet muchas veces se nos complican mucho las cosas” (FM Runa Simi Kolla, Jujuy).

En este sentido, entonces, los procesos para acceder a los FOMECA no tiene en cuenta la vida en los territorios ni las dinámicas de las comunidades originarias, el problema del acceso a internet, el desconocimiento sobre la formulación de proyectos o, como vimos anteriormente, que no poseen contacto con los bancos. En palabras del referente de la FM Pachakuti:

Creo que el Estado todavía no se ha adecuado a la realidad de los pueblos, a la dinámica que tienen los pueblos. Primero porque es bien burocrático el asunto, [...] no es que armás un proyecto, lo mandás y esperás a ver si resulta o no. Hay toda una tarea detrás, técnica y logística, si se quiere, con la parte de la documentación de la comunidad, que no es una tarea fácil [...]. Acá es difícil encontrar comunidades que tengan cuenta bancaria, porque tener una cuenta bancaria significa también mantener esa cuenta, no es gratis [...]-. (FM Pachakuti, Jujuy)

Además, para poder sostenerse económicamente, ambas radios han organizado formas de cooperación simples, tales como “hacer bolsillo” entre los integrantes del equipo, pedir donaciones y organizar rifas. El dinero recaudado es destinado a cubrir el costo mínimo que generan las emisoras – por ejemplo, el alquiler de local donde funciona cada emisora, la electricidad, el agua potable, etc. En ambos casos, la publicidad no es una estrategia eficaz: el dinero es escaso ya que se trata de entornos radiales pequeños, donde el contacto de los comerciantes/clientes es cercano y directo.

En general, estas estrategias de recaudación de fondos no alcanzan para sostener los gastos más elevados, como el arreglo de equipos. Este es el caso puntual de la FM Runa Simi Kolla que sigue al aire sin una potencia desde hace dos años, y recientemente sin una computadora, sólo porque no tienen el dinero para repararla o comprar otra.

Ambas experiencias reconocieron que hay una necesidad de resolver los problemas económicos y materiales que afligen los MPO para poder asegurar su continuidad, sobre todo, en la posesión de un espacio físico propio, puesto que uno de los gastos más

significativos que comparten es el costo del alquiler y los servicios como la luz eléctrica. Como concluye nuestro referente de la FM Pachakuti, “mientras esté en el poder gente que no comparte la idea o el proyecto que tienen los pueblos originarios, vamos a seguir siendo postergados. No va a ser una tarea fácil obtener algunas cosas que son [inclusive] derechos” (FM Pachakuti, Jujuy)

4.4. Relaciones Externas

Las relaciones que tejen estas emisoras están en consonancia con sus objetivos políticos y culturales. Podemos ordenarlas en tres “niveles”: con otros medios, con instituciones y organizaciones, y con su comunidad. Lo primero que podemos apreciar es que ninguna de las dos radios tiene una fuerte vinculación con las otras radios de su localidad. Tampoco compiten por la audiencia, porque ellos entienden que sus proyectos son bien diferentes, en estrecha consonancia con los objetivos de cada una. En el caso de Abrapampa, hay cuatro radios más, que responden a lógicas comerciales, con las que FM Pachakuti no tiene relación, mientras que en Iruya había una radio comercial que cerró y actualmente sólo queda una radio municipal. En este caso particular, la FM Runa Simi Kolla retransmite “los miércoles de 9 a 12 de la mañana [un programa que] los hacen los técnicos de la subsecretaría de agricultura familiar, que también son chicos de las comunidades.”

Ahora bien, con respecto a medios CAP, se reconoce un estrecho vínculo más que nada en los inicios de las emisoras, sobre todo en la etapa de formación de los comunicadores:

Hemos tenido cursos de formación acá, principalmente con el ISER [Instituto Superior de Educación Radiofónica] en cuestiones básicas de la comunicación. [...] Siempre [gracias a] la gestión de la ONG Warmi. Ahí se han formado las capacitaciones para periodismo y han quedado varios comunicadores. [...] Desde ahí hemos participado en capacitaciones en San Salvador de Jujuy, con la organización Wayruru en comunicación popular. Después acá en Abrapampa hemos hecho varios cursos de locución, redacción de noticias, algo de edición de audio, lo básico digamos para la radio. (FM Pachakuti, Jujuy)

Por la cercanía geográfica, algunos de los integrantes de Runa Simi Kolla también participaron en estas primeras instancias.

En la actualidad, lo que mantiene el vínculo con los medios CAP es el objetivo político de las emisoras, esto es, la visibilización de problemáticas de los pueblos originarios de la zona. Como explica el referente de FM Pachakuti:

Tenemos muy buena relación con los changos de la Warisata de la Quiaca; en la quebrada [tenemos contactos con la] FM El Aguilar, la FM comunitaria que depende del municipio –que, a propósito es muy interesante porque El Aguilar tiene un gobierno indígena local. Con los changos de Tilcara estamos ahí, en contacto más con la FM Azul y La FM Ring, y en Purmamarca teníamos, no con la radio, sino con un colega [...] de FM Viltipoco que nos pasaba información, nos contactábamos. Después más allá, en El Volcán [tenemos contacto con la] FM Wiphala; en Maimará, [con] FM Candela [...]. En Jujuy, hay varias, principalmente con FM La Voz del Cerro, Minka, Radio Pueblo, FM Rebelde. También conocemos a los changos, siempre nos vemos en algunos encuentros, así que está todo bien [...]. Y la relación, básicamente es esta de pasarse información, contactos, pero no retransmitimos con ninguna por un tema técnico. (FM Pachakuti, Jujuy)

Como vimos, estos medios tienden construir y mantener redes a nivel sobre todo local, en pos de alcanzar los objetivos de visibilización y fortalecimiento de las luchas de los pueblos originarios de la zona.

En ambos casos, las radios reconocen que tienen buena relación también con las instituciones de sus localidades, en pos de poder trabajar sobre las problemáticas de sus comunidades. En el caso de la FM Pachakuti, el vínculo es más orientado a la defensa de la tierra:

Hay una muy buena relación con algunos organismos. El INTA, por ejemplo; Parques Nacionales, que hace su programa acá. Muy buena relación [la tenemos también] con otros organismos así “del palo”,

podríamos decir: trabajamos temas de territorio, ambientales. De hecho algunos organismos de acá son fuentes para nosotros. (FM Pachakuti, Jujuy)

En Runa Simi Kolla, en cambio, se apunta no sólo a las problemáticas meramente indígenas sino también a las cuestiones territoriales que afectan la comunidad originaria y criolla de Iruya:

Sí, tenemos relación. [...] Se ha creado un Consejo Social dentro de Iruya donde está la iglesia, la escuela, los colegios, la policía, donde, bueno, se trata de discutir las problemáticas que hay y también tratar de armar alguna estrategia de solución a través de todos. Y bueno, esas cosas también se transmiten a través de la radio. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

Con respecto a las organizaciones, como ya anunciamos antes, ambas emisoras tienen un vínculo orgánico con organizaciones del pueblo Kolla de cada zona. Así lo explican:

[La radio] pertenece al Consejo Departamental de Comunidades del Departamento de Cochínoca, perteneciente al pueblo Kolla. Sigue existiendo la organización, sigue funcionando el área de Comunicación. (FM Pachakuti, Jujuy)

[Estamos vinculados al] Consejo Indígena Kolla de Iruya y [a la] mesa coordinadora del Kollamarca [que] está compuesta por 86 comunidades. Entre esas están las 23 de Iruya, en Nazareno, Santa Victoria, parte de Orán, que es el Tinkunacu. Eese es el territorio del Quollamarca. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

En materia de comunicación específicamente, desde FM Pachakuti se vincularon con otras organizaciones indígenas sobre todo al inicio del proyecto:

Algunos militaban en el ENOTPO, el Encuentro Nacional de Organizaciones Territoriales de Pueblos Originarios. Y desde ahí creo que se dio la pelea principalmente. Y después, ya organizados un poco más independientes, si se quiere, [nos vinculamos] con la CCAIA

(Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena Argentina), para darle una figura más institucional, para consolidar el trabajo en materia comunicacional. (FM Pachakuti, Jujuy)

Como sucedió con la etapa de capacitación, algunos miembros del equipo de Runa Simi Kolla también se vincularon con estas organizaciones. En la actualidad, esta emisora es central para la organización política:

Seguimos con las reuniones de la Kollamarca y el Consejo Indígena, y más que todo es eso. Básicamente la idea es pasar toda la información por la radio, y seguir fortaleciendo, de alguna manera, el Consejo Indígena desde la radio. Nos juntamos todos los presidentes. Entonces la idea es darnos una mano porque desde que una autoridad se reúne hasta que hace una reunión en su comunidad pasa el tiempo y entonces hay que mantener la información a través de la radio, que nos sirve de mucho. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

Con respecto a la relación con las comunidades, ambas emisoras construyeron un estrecho vínculo, incluso desde el origen y delineado del proyecto. En el caso de FM Pachakuti, por ejemplo, esto puede evidenciarse al momento de elegir qué tipo de medio desarrollar:

Podríamos haber gestionado un canal de tv pero lo va a ver sólo la gente de Abrapampa y no va a haber un vínculo real con la gente de las comunidades en sí. Entonces, pensamos que la radio era la mejor herramienta para poder comunicarnos y tratar de difundir el mensaje. (FM Pachakuti, Jujuy)

En el caso de la FM Runa Simi Kolla, la relación con la comunidad posibilitó la participación y apropiación del medio por parte de la comunidad, por lo que, incluso, debieron reubicar el espacio de la emisora:

Eran de ahí los que iban a Iruya a hacer los programas. Teníamos en ese momento alrededor de 18 kms desde Pueblo Viejo a Iruya y entonces ellos debían ir y volver constantemente y era un gasto y un peligro, por los

chicos [...]. Entonces lo que hemos hecho es trasladar esta radio a Pueblo Viejo. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

Además, éste vínculo se hace evidente también desde la agenda y la programación de ambas emisoras. En el caso de la FM Pachakuti, por ejemplo, se destaca porque los radialistas acompañan siempre las luchas y los atropellos que viven las comunidades originarias de la zona en cuanto son parte de éstas:

[...] y eso les incomoda mucho a los terratenientes, al mismo Estado. Nosotros hemos sido perseguidos también por nuestra postura en contra de la mega minería: esa es la parte negativa, si se quiere. Un par de comunicadores de acá se ganaron golpizas por ir a acompañar a esa comunidad. Pero bueno, tratamos siempre de estar con la comunidad. (FM Pachakuti, Jujuy)

En la experiencia de la FM Runa Simi Kolla, este vínculo estrecho con la comunidad puede evidenciarse en el trabajo diario de la emisora y de los referentes políticos indígenas que la integran. El caso ejemplar es que la emisora forma parte del Consejo Social de Iruya, cuyo objetivo es identificar las problemáticas de esa comunidad y tratar de buscar posibles soluciones.

Así como destaca Gutiérrez Ríos (2014) acerca de los medios mapuches en Chile, un medio se puede definir indígena cuando se auto-reconoce como tal, tiene un vínculo con la organización territorial y está relacionado con algún proceso social de su comunidad. En el caso de las experiencias kollas, el vínculo con sus comunidades es orgánico y reconfigura el medio, en pos de los objetivos políticos que persiguen: esto es el fortalecimiento de las luchas indígenas, su visibilización y la descolonización del espacio mediático.

4.5. Postura frente a la LSCA

Como mencionamos anteriormente, algunos integrantes de los equipos de ambas emisoras participaron en las instancias previas a la LSCA, incluso, en la redacción y debates de la Propuesta de Inclusión de los Pueblos Originarios a la ley. En este sentido, ambos medios están informados de las posibilidades que la LSCA habilitó.

Ha sido histórico que tengamos un espacio, que estemos reconocidos, como por ejemplo, en la [...] la Constitución Nacional. Tener un artículo que hable sobre el tema indígena [es un logro]. Entonces, que el tema indígena esté en la Ley de Medios (sic), también es importante para nosotros: no por el hecho de las autorizaciones solamente, que hace que las comunidades puedan acceder a un medio de comunicación, sino por el avance en sí del Movimiento Indígena en el país. (FM Pachakuti, Jujuy)

Sin embargo, ambos destacaron algunos aspectos que la LSCA o su aplicación descuidaron. Uno de ellos, y quizás el más problemático, es el acceso a un financiamiento que garantice efectivamente la sostenibilidad de los proyectos. Como fue mencionado anteriormente por los entrevistados, el acceso a los FOMECA fue un aspecto problemático para las comunidades, por el nivel de exigencias administrativas que estas emisoras no poseían y por las dificultades técnicas que implicaba. Por ello, como lo explicó el referente de la FM Pachakuti:

Hay una necesidad urgente de reglamentar el artículo 152 de la Ley de Medios (sic). Esto ha estado trabado por el problema del gobierno con el grupo Clarín. Pero igual creo que, si bien ya se destrabó ese conflicto, está siendo demorado para ser reglamentado, porque justamente ese artículo habla del financiamiento para medios de pueblos originarios, con fondos públicos. Así que esperamos eso. Había quedado como Agenda a nivel nacional como uno de los temas principales. (FM Pachakuti, Jujuy)

Ambas emisoras consideran que el Estado tiene una deuda pendiente con los pueblos originarios y, por ello, reclaman la urgencia de resolver el financiamiento para asegurar la continuidad de sus proyectos comunicativos. Desde la FM Pachakuti proponen lo siguiente: “lo ideal sería que haya sueldos fijos como mínimamente tres o cuatro: un operador, dos locutores, alguien que haga administración. Con eso creemos que es suficiente” (FM Pachakuty, Jujuy). Desde la FM Runa Simi Kolla, en cambio, asumen “que lo mejor sería algún convenio, en vez de estar haciendo proyectos, mensualmente se baja una X cantidad de plata.”

Otro de los cuestionamientos es el de la categoría que les fue asignada:

Acá hay una situación también: estamos en una categoría F y esa también es una parte crítica, no tan positiva de la Ley de Medios. Porque empiezan dándote la peor categoría y después, viendo qué onda, cómo funcionaste, te pueden re categorizar, subir de categoría. (FM Pachakuti, Jujuy)

Esto les genera un inconveniente mayor y es que, debido a esta categoría, no tienen mucho alcance. Esto implica que no puedan llegar al grueso de las comunidades originarias de la zona, que en su mayoría están alejadas de las emisoras. Sin embargo, cuando les consultamos a estos medios cuál era su perspectiva a futuro, en caso de que no siguiera vigente la LSCA, ellos opinaron que continuarían con sus proyectos, más allá de los eventuales cambios:

Yo creo que mucho va a depender de nosotros, porque [...] si nosotros no insistimos, [...] no creo que haya mucha voluntad de hacerlo de la parte de ellos. No creo que te vengan a ofrecer nada. Pero sí, si nosotros seguimos buscando el diálogo como hasta ahora lo seguimos haciendo, e insistiendo. Creo que se tendría que seguir aplicando la Ley. Creo que cuanto más diálogo haya entre las radios y las otras organizaciones de Argentina, creo que se va a seguir dando. (FM Pachakuti, Jujuy)

La idea es volver a levantarnos con toda la fuerza [...] y tratar de llegar con la radio a la gente [...] que sale a regar sus chacras, a pastear sus ovejas... Y creo que la idea es seguir creciendo en ese sentido, cosa que la gente no pueda vivir sin la radio, así que, de alguna manera, la radio es el medio más económico y más fácil para las comunidades, porque no llega luz eléctrica, el diario no existe. (FM Runa Simi Kolla, Salta)

En este sentido, si bien es cierto que la LSCA habilitó oportunidades para los MPO, éstas fueron una conquista de sus luchas por la descolonización del espacio público mediatizado, como vimos que pasó en toda Latinoamérica. Como tal, apuntan a fortalecerla en pos cumplir con sus objetivos políticos y culturales:

Creo que la comunicación es uno de los brazos más importantes del movimiento indígena por el poder que tiene, la llegada que puede tener. Entonces, creo que hay que seguir fortaleciendo la lucha a través de la comunicación: si bien son desafíos para todo el movimiento indígena en sí, yo creo que [hay que] plantear o trabajar el nuevo paradigma comunicacional. Pero creo que [...] no solamente para la transformación social o visibilizar, si no que [hay que] plantea[r] también la comunicación como herramienta de transformación de la cabeza de la gente y también transformación de todo el Estado, ¿no? Y bueno, el desafío está, así que hay que animarse. (FM Pachakuti, Jujuy)

5. Conclusiones

Como planteamos desde el inicio de nuestro recorrido podemos reconocer en la Comunicación con Identidad, es decir, en las experiencias de comunicación mediatizada indígena, objetivos y prácticas políticas con características similares a la comunicación CAP (Lizondo, 2015). Esto porque consideramos que ambas prácticas comparten la necesidad de intervenir en el terreno de lo simbólico (Huidobro et al, 2015), puesto que es allí donde, en gran medida, se disputa la transformación social. En este sentido, los medios “se convierten en el espacio de articulación de lo social, de lo político y de lo cultural” (Lamas y Villamayor, 1998: 13). Así, consideramos la propuesta de Vinelli (2014) y Kejval (2009) que identifican ciertas características constitutivas de la comunicación CAP y que, al mismo tiempo, podemos encontrarlas también en las experiencias de comunicación mediatizada indígena. Hablamos por ejemplo, de la horizontalidad y la gestión colectiva del medio, la voluntad de transformación social y el vínculo orgánico que une la actividad comunicacional con las luchas territoriales y sus protagonistas (Lizondo, 2015; Gutiérrez Ríos, 2015; Yaniello, 2014; Salazar 2003, 2010).

Así también, reconocemos, luego de esta trayectoria, que los medios indígenas son herramientas, espacios y al mismo tiempo prácticas de expresión de la identidad cultural de cada pueblo originario (Doyle, 2013) y de su movimiento hacia la auto-determinación (Salazar, 2009). Como pudimos ver a lo largo de este recorrido, los pueblos originarios apuntaron a invertir el sentido común hegemónico (la estigmatización de lo indio) y a transformar el escenario de dominación en el que esta[ba]n insertos. La lucha por la descolonización del espacio público mediático se corresponde con las luchas en pos de la autodeterminación de los pueblos indígenas, a través del ejercicio de los derechos colectivos y la demanda de autonomía.

Como bien pudimos reconstruir, las experiencias de los pueblos originarios en comunicación mediatizada se remontan a los años 60 y 70, con su mayor apogeo en los años 80 y 90. Sin embargo, es con la LSCA de 2009 que, en nuestro país, se visibilizan estas experiencias. Con ella, se multiplicarán dichas prácticas y se abrirá un nuevo escenario donde pensar no sólo la posibilidad de que los pueblos indígenas sean gestores de

sus propios medios, reconocidos legalmente, sino también lo que ello implica en cada territorio y las nuevas “(pre)ocupaciones” que generan.

Al inicio de este trabajo, y para acercarnos a los MPO en nuestro país, elegimos conocer e indagar los dos casos de emisoras del pueblo Kolla. Por un lado, el caso de la FM Pachakui en Jujuy y por otro, el de FM Runa Simi Kolla en Salta. Encontramos en sus experiencias similitudes y diferencias que comparten y que podemos señalar como indicativas.

En los *objetivos* de ambas radios se puede rastrear la necesidad de gestionar un espacio propio en la arena mediática, para fortalecer y visibilizar las comunidades originarias, sus culturas y sus luchas territoriales (Salazar, 2003). En primer lugar, encontramos que en la definición de cada proyecto subyace una intención política. Esta intención se corresponde con la necesidad de denunciar las problemáticas que atraviesan a los pueblos originarios y contar aquellos acontecimientos o versiones muy a menudo solapadas o manipuladas por los medios hegemónicos y sus narraciones estigmatizantes, reduccionistas y estereotipadas (Reguillo, 2000; Gutiérrez Ríos, 2014; Salazar, 2003). En segundo lugar, encontramos entre los objetivos de ambas emisoras una dimensión cultural que, a su vez, fundamenta la política. Es decir, hay una necesidad de recuperar y revalorizar las expresiones culturales originarias, entendiendo la supervivencia, recuperación y el desarrollo de la cultura como pasos necesarios en el camino hacia la auto-determinación (Tuhiwai Smith, 1999).

En lo que refiere a la *agenda y programación* de ambas emisoras estos objetivos se hacen evidentes. En primer lugar, desde el aspecto político, se intentan visibilizar las luchas indígenas en cada territorio. En segundo lugar, desde un aspecto cultural, se busca (re)vitalizar la identidad kolla y los saberes andinos. Sin embargo, en ambos casos, la programación y la generación de contenidos propios son escasas. Tal como lo reconocieron desde ambas experiencias, esto se debe a la reducción en los integrantes de sus equipos, y también, a que no logran sostenerse económicamente para producir más contenidos. Pero también, se debe a que los insumos que utilizan para la programación, como portales web afines, son de difícil acceso debido a la vida de las comunidades en sus territorios, esto es: la mala o nula señal de internet. En torno a la cuestión de la programación un aspecto fundamental es la cuestión del idioma. Para ambas emisoras sigue siendo un desafío emitir en *quechua*, sobre todo para poder diseminarlo y enseñarlo a las nuevas generaciones, y de

este modo, preservarlo. En este sentido, entendemos que su idioma es el “lugar de resistencia cultural que refuerza el sentido del ‘nosotros’ en sus comunidades” (Huergo, Morawiki y Ferreyra, 2005).

Con respecto a la *organización interna* de ambas experiencias consideramos tres aspectos: la toma de decisiones, el equipamiento técnico y las estrategias de sostenibilidad. En cuanto a la toma de decisiones observamos la intención de horizontalidad en cada proyecto. En el caso de FM Pachakuti, por ejemplo, se organizaron en equipos o áreas de trabajo, sin delimitar un orden jerárquico, mientras que en FM Runa Simi Kolla, al tratarse de un equipo de trabajo reducido, la toma de decisiones en conjunto es más llevadera. Sin embargo, en ambos casos, la emisoras se encuentran enmarcadas en organizaciones mayores, vinculadas al movimiento indígena de la zona y por lo tanto, aunque las decisiones comunicacionales se tomen de forma horizontal, hay referentes políticos a quiénes consultar. En cuanto a los equipos de trabajo, ambas emisoras comparten una dificultad: estos equipos son inestables y reducidos, debido a cuestiones de sostenibilidad económica. Esto se convierte además en una dificultad en términos de sostenibilidad de las actividades y de la programación. En este sentido, otra de las cuestiones y preocupaciones que comparten estas experiencias es la dimensión económica. Esta dimensión también se refleja en la adquisición y mantenimiento de los equipos técnicos de cada medio. En ambos casos se trata de equipos usados, donados por la CNC y, cuando no, el mantenimiento que ellos implican se hace costoso. Por lo tanto, el hecho de que su financiamiento sea endeble siempre, se refleja en muchas instancias tales como la longevidad de los equipos de trabajo, la estabilidad de la programación y la obtención y el mantenimiento del equipamiento técnico. Y, si bien es cierto, los FOMECA significaron una oportunidad en esta área, también fueron una preocupación. Esto porque, según pudimos verificar en sus relatos, los procesos para acceder a estos fondos no tiene en cuenta la vida en los territorios ni las dinámicas de las comunidades originarias, el problema del acceso a internet, el desconocimiento sobre la formulación de proyectos. También, para garantizar su mínima sostenibilidad, ambas emisoras organizaron formas de cooperación simples, tales como “hacer bolsillo” entre los integrantes del equipo, pedir donaciones y organizar rifas. De todos modos, estas estrategias no son suficientes para garantizar la sostenibilidad en el tiempo, por lo que ambas experiencias coinciden en afirmar que hay una urgencia de

resolver los problemas económicos y materiales que afligen los MPO para poder asegurar su continuidad, sobre todo, en la posesión de un espacio físico propio.

En cuanto a las *relaciones externas* de cada emisora entendemos que se llevan adelante en consonancia con sus objetivos políticos y culturales. Según pudimos rastrear, hay distintos tipos de relaciones que podríamos ordenar en tres “niveles”: con otros medios, con instituciones y organizaciones, y con su comunidad. En lo que hace a la relación con otros medios, podemos decir que hay una escasa o nula vinculación con medios comerciales zonales, en función de los objetivos que posee cada emisora. Sin embargo, no sucede lo mismo en la vinculación con los medios CAP. Con éstos, se reconoce un estrecho vínculo más que nada en los inicios de las emisoras, sobre todo en la etapa de formación de los comunicadores. Mientras que, actualmente, el vínculo con los medios CAP es el objetivo político detrás de estos proyectos, es decir, que apuntan a la visibilización de problemáticas de los pueblos originarios de la zona. En este sentido, podemos decir que lo que hermana a los medios CAP con los MPO es la necesidad de intervención en el espacio público, en el caso de los primeros, con un fin contra-hegemónico mientras que para los segundos implica un gesto descolonizador. Así, ambas emisoras kollas tienden a construir y mantener redes a nivel sobre todo local, en pos de alcanzar los objetivos de visibilización y fortalecimiento de las luchas de los pueblos originarios de la zona. En ambos casos, las radios reconocen que tienen buena relación también con las instituciones de sus localidades, con el objetivo de poder trabajar sobre las problemáticas de sus comunidades, indígenas y no indígenas. Con respecto al vínculo con las comunidades indígenas de pertenencia, ambas emisoras comparten una relación orgánica. En el caso de FM Pachakuti, lo hicieron incluso desde el origen y delineado del proyecto. En el caso de FM Runa Simi Kolla, la relación con la comunidad posibilitó la participación y apropiación del medio por parte de la comunidad, por lo que, incluso, debieron reubicar el espacio de la emisora. Del mismo modo, éste vínculo se hace evidente también desde la agenda y la programación de ambas emisoras. En este sentido, podemos tomar el caso de los medios mapuches en Chile, estudiados por Gutiérrez Ríos (2014), este autor afirma que un medio se puede definir indígena cuando se auto-reconoce como tal, tiene un vínculo con la organización territorial y está relacionado con algún proceso social de su comunidad. En sintonía con ello, el caso de estas experiencias kollas el vínculo con sus comunidades es orgánico y reconfigura el medio, en

pos de los objetivos políticos que persiguen: esto es el fortalecimiento de las luchas indígenas, su visibilización y la descolonización del espacio mediático.

Para finalizar, con respecto a la postura que asumen estos medios *frente a la LSCA*, ambas emisoras habían participado en las instancias previas a la LSCA, incluso, en la redacción y debates de la Propuesta de Inclusión de los Pueblos Originarios a la ley. En este sentido, ambos medios reconocen las posibilidades que la LSCA habilitó así como los aspectos que dicha ley o su aplicación descuidaron. El primero de ellos y quizás el más problemático, es el acceso a un financiamiento que garantice efectivamente la sostenibilidad de los proyectos. En este marco, el acceso a los FOMECA significó un aspecto problemático para las comunidades, por el nivel de exigencias administrativas que estas emisoras no poseían y por las dificultades técnicas que implicaba. En esta línea, las emisoras consideraron que el Estado tiene una deuda histórica con los pueblos originarios por lo que reclaman la urgente resolución del aspecto financiero para asegurar la continuidad de sus proyectos comunicativos. Entonces, podemos afirmar que, si bien es cierto, la LSCA habilitó oportunidades para los MPO, éstas fueron una conquista de sus luchas por la descolonización del espacio público mediatizado, mientras que sigue siendo un desafío garantizar la sostenibilidad de dichas experiencias.

Finalmente, luego de este recorrido, consideramos que “el desafío, en este caso, reside en no confundir logros y victorias legislativas con la transformación del orden hegemónico. Es cierto que sin instrumentos jurídicos que garanticen derechos es impensable la equidad. Pero también es cierto que esos instrumentos (...) son un momento más de la confrontación. Una instancia que debe sostenerse, consolidarse y ampliarse cotidianamente” (Mata, 2011: 21). Si consideramos que la comunicación es un objeto dinámico, entonces, podemos afirmar que el terreno sobre el que trabajamos es cambiante y depende de diferentes factores, entre ellos el contexto histórico político. De hecho, actualmente, la LSCA está siendo reformulada bajo el paradigma de la convergencia medial que, si bien encuentra en la existencia de nuevas conexiones tecnológicas la posibilidad de una sociedad mejor comunicada, parece guiar la elaboración de políticas que confían en la regulación del mercado (Becerra, 2015). Si bien en los “17 principios que regirán la Ley de Comunicaciones Convergentes” que fueron presentados por la Comisión Redactora de la

Nueva Ley de Comunicaciones, encabezada por Silvana Giudice (6 de julio de 2016) se afirman principios fundamentales como la libertad de expresión o el pluralismo, se registra un debilitamiento de las garantías de acceso al espectro radioeléctrico y de sostenibilidad para los medios CAP y de los MPO ya que no hay mención alguna ni de la reserva de frecuencias actualmente reconocida para los medios privados sin fines de lucro – inclusive las emisoras comunitarias – ni de la existencia de medios públicos no estatales – como los MPO. Por ello, la apuesta de los MPO por la *descolonización del espacio público mediático* que “no implica sólo acceder a los espacios del decir, sino forzar las barreras lógicas de la producción de información y construcción de agenda” (Doyle, 2015: 105) deberá encontrar nuevas estrategias, y consideramos que, los medios CAP podrían ser un aliado en la transformación del escenario público, y finalmente, del contexto social de desigualdades que atraviesan tanto a los pueblos originarios como a otros sectores populares.

¡Jallalla!

6. Referencias Bibliográficas

- Beltrán, L. R., Herrera, K., Pinto, E. y Torrico, E. (2008). *La comunicación antes de Colón. Tipos y formas en Mesoamérica y los Andes*. La Paz, Bolivia: CIBEC
- Bengoa, J. (2000). *La Emergencia Indígena en América Latina*. Santiago, Chile: Fondo de Cultura Económica
- Bengoa, José (2009). ¿Una segunda etapa de la Emergencia Indígena en América Latina?. *Cuadernos de Antropología Social*, 29, 7–22
- Briones, C. (Ed.) (2005). *Cartografías argentinas: políticas indígenas y formaciones provinciales de alteridad*. Buenos Aires, Argentina: Antropofagia
- Briones, C. (2002). Viviendo a la sombra de naciones sin sombra: poéticas y políticas de (auto) marcación de “lo indígena” en las disputas contemporáneas por el derecho a una educación intercultural”. En N. Fuller (Ed.), *Interculturalidad y Política. Desafíos y posibilidades* (pp. 381-417). Lima, Perú: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 381-417
- Cardoso, Nelson (2000). Apunte para la Cátedra Taller de Comunicación Comunitaria. La comunicación comunitaria. Universidad de Buenos Aires.
- Cardoso, Nelson (2012). “Pasado y presente de la comunicación comunitaria en Argentina y América Latina”, Apunte de Cátedra. Universidad de Buenos Aires.
- De la Peña, G. (1995). La ciudadanía étnica y la construcción de “los indios” en el México contemporáneo. *Revista Internacional de Filosofía Política*, 6, 116-140

- Díaz-Polanco, H. (1998). Derechos indígenas en la actualidad. *Memoria, Revista mensual de política y cultura*, 117. México. Recuperado de: <http://www.mapuche.info/mapuint/memo981101.htm>
- Doyle, M. M. (2013a). *Los medios masivos de comunicación en las luchas de los pueblos indígenas. Abordajes desde los estudios sobre comunicación en América Latina*. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, CEA-UNC, Córdoba, Argentina
- Doyle, M. M. (2013b). Los medios masivos de comunicación en las luchas de los pueblos indígenas. Abordajes desde los estudios sobre comunicación. *Estudios*, 30. Argentina. Recuperado de: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/restudios/article/view/7398>
- Doyle, M. M. (2015). Debates y demandas indígenas sobre derechos a la comunicación en América Latina. *Temas Antropológicos*, 37(2). México. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5267277>
- Freire, Paulo (2005). *Pedagogía del oprimido*, Buenos Aires, Argentina: SXXI Editores.
- Grimson, A. (2005). *Relatos de la diferencia y la igualdad. Los bolivianos en Buenos Aires*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- Gumucio Dagron, A (2001). “Comunicación para el cambio social”. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2454/1728>
- Gutiérrez Ríos, F. (2014). *We aukiñ zugú. Historia de los medios de comunicación Mapuche*. Santiago, Chile: Quimantú

- Huergo, J. (2003). “El sentido político de la comunicación comunitaria”, en AA. VV., *Comunicación comunitaria y participación ciudadana*. Universidad de la República, Montevideo, Recuperado de <https://goo.gl/5oVCfY>
- Huergo, J. (2006). “Comunicación Popular y Comunitaria: Desafíos Político-Culturales”. Recuperado de <http://www.comminit.com/la/content/comunicaci%C3%B3n-popular-y-comunitaria-desaf%C3%ADos-pol%C3%ADtico-culturales>
- Huergo, J., Morawicky, K. y Ferreyra, L. (2006). “Los medios, las identidades y el espacio de comunicación. Una experiencia de radio comunitaria con aborígenes wichí.”, *Comunicar*, 26, 103-110.
- Kejval, L. (2009). *Truchas. Los proyectos políticos-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares*, Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Kaplún, M (2007). “La comunicación comunitaria en América Latina”, Recuperado http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32419378/La_comunicacion_comunitaria_GKaplun.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1489463137&Signature=%2FRl5ZeHLUm9gZrxyeUyDMMNTPAk%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_comunicacion_comunitaria_en_America_L.pdf
- Lizondo, L. (2015). *Comunicación con identidad o comunicación comunitaria. El caso de la FM “La Voz Indígena”*. Tesis de Maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina
- Lizondo, N.L. y Ortega, M. (2013). *Comunicación con identidad, entre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Comunicación Popular*. VI Encuentro Panamericano de Comunicación, COPANAM, Córdoba, Argentina

-Mata, M. C. (1999). De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de la Comunicación*, 56, 80-91

-Mata, M. C. (2006). Comunicación y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación. *Revista Fronteiras-estudos midiáticos*, 8(1), 5-15

Pasquinelli, M. (2002). *Mediactivismo (Activismo en los medios). Estrategias y prácticas de la comunicación independiente*. Roma, Italia: DeriveApprodi

-Reguillo, R. (2000). El espejo cóncavo y la irrupción indígena: movimientos sociales y comunicación. *América Latina Hoy*, 25, 67-76

-Salazar, J. (2002). Activismo indígena en américa latina: estrategias para una construcción cultural de las tecnologías de información y comunicación. *Journal of Iberian and Latin American Studies*, 8 (2), 61-79

-Salazar, J. F. (2003). Articulating an Activist Imaginary: Internet as Counter Public Sphere in the Mapuche Movement, 1997/2002. *Media International Australia*, 107(1), 19-30

-Salazar, J.F. (2009). Self-determination in practice: the critical making of indigenous media. *Development in Practice* 19(4), 504-513

-Salazar, J. F. (2010). Making Culture Visible: The Mediated Construction of a Mapuche Nation in Chile. En C. Rodríguez, D. Kidd y L. Stein (Eds.), *Making our media: global initiatives toward a democratic public sphere. Vol. 1: Creating New Communication Spaces* (pp. 29-46). Cresskill, USA: Hampton Press

-Salazar, J. F. (2014). Prácticas de auto-representación y los dilemas de la auto-determinación: cara y sello de los derechos a la comunicación Mapuche. En C. Barrientos (Ed.), *Aproximaciones a la cuestión mapuche en Chile, una mirada desde la historia y las ciencias sociales* (pp. 143-160). Santiago, Chile: RIL Editores

-Salazar, J. F. (2015). Social movements and video indígena in Latin America : key challenges for 'anthropologies otherwise'. En S. Pink y S. Abram (Eds.), *Media, Anthropology and Public Engagement* (pp. 122-143). New York, USA: Berghahn Books

-Svampa, M. (2016). *Debates Latinoamericanos. Indianismo, desarrollo, dependencia y populismo*. Buenos Aires, Argentina: Edhasa.

-Villamayor, C. y Lamas, E. (1998). "Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. FES AMARC, Quito. Recuperado de http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM_manualdegestion_mod4.pdf

-Villanova, N. (2013). "Descolonización y cine: la propuesta indígena de Jorge Sanjinés hoy" en *Bolivian Studies Journal*, 19, 89-104.

-Vinelli, N. (2014). *La televisión desde abajo. Historia, alernatividad y periodismo de contrainformación*. Buenos Aires, Argentina: Cooperativa El Río Suena.

-Yanniello, F. (2014). *Descolonizando la palabra. Los medios de comunicación del pueblo Mapuche en Puelmapu*. La Plata, Argentina: la Caracola

Fuentes documentales

-Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, aprobada el 13 de septiembre de 2007.

-Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Octubre de 2009. Argentina.

Sitios web consultados

- <http://www.clacpi.org.ar/>

- <http://www.rnma.org.ar/>

- <http://www.servindi.org/>

- <http://www.originarios.org.ar/>

7. Anexos

Guía de Entrevistas

PREÁMBULO [*que se propondrá al entrevistado/a antes de empezar la grabación*]

En primer lugar, quería agradecerte/le [*según la edad del entrevistado/a y el nivel de informalidad que se logra*] por haber accedido a realizar esta entrevista. La misma se enmarca en una investigación para la tesis de grado de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, donde soy estudiante.

Como te/le había comentado antes, el objetivo de esta entrevista es poder conocer la experiencia de la radio. Estoy interesada en tu/su experiencia, por ejemplo, cómo nació el proyecto y la idea de llevar adelante un medio, cuáles eran los objetivos, quiénes participaron, cuál es la situación actual, etc.

Esta conversación será grabada, claro, si ud/vos me autoriza/s. Esto será muy útil para la transcripción de nuestra charla y para el posterior análisis. Por supuesto, toda la información será tratada de una manera reservada.

Queremos precisar que no hay respuestas correctas o incorrectas a estas preguntas: lo que nos interesa son las experiencias directas y el punto de vista del grupo/colectivo al que pertenece(s) y que en esta entrevista representa(s). Lo importante para nosotros es que intente(s) darnos más informaciones posible (incluso las que podrían parecer de poca importancia). En resumen, esto es una charla y seguramente surgirán cosas muy interesantes!

[Encender la grabadora]

Encendí la grabadora: ¿me confirma(s) que está(s) de acuerdo en que grabemos la entrevista?

[Esperar y registrar la respuesta]

Le/ Te ruego que me confirmes que has sido informado de los objetivos de esta entrevista y de la finalidad académica de la misma, así como del tratamiento / protección de datos personales de esta entrevista.

[Esperar y registrar la respuesta]

D1- Génesis y objetivos del proyecto comunicacional

Historia del proceso

1.1 ¿Cómo y cuándo nace la radio? ¿Por qué eligieron este tipo de medio y no otro?

1.2 ¿Cuál/es fueron la/s necesidad/es que motivaron a armar una radio propia?

1.3 ¿Quiénes llevaron adelante el proyecto?

1.4 ¿Cómo se llama la radio? ¿Por qué?

Condiciones actuales

1.4 ¿Tienen personería jurídica como comunidad? ¿Tienen a emitir otorgada por AFSCA?

1.4.1 en caso afirmativo, ¿cómo fue el proceso para conseguirla?

1.6 Si tuvieran que definirse, ¿cómo lo harían?

D2- Agenda y programación

2.1 ¿Cuántas horas y días de programación tienen al aire?

2.2 ¿Cuántas horas y qué tipo de programación es de producción propia?

2.3 ¿Qué fuentes de información usan?

2.3.1 ¿Consultan alguna agencia de noticias?

2.4 ¿Tienen transmisión en idioma originario?

2.4.1 Si o no, ¿por qué?, ¿cuánta cantidad de horas? ¿qué tipo de programación?

2.6 ¿Cómo cubrieron los asuntos de pueblos originarios en los últimos meses?

2.7 ¿Tienen otra actividad de la radio fuera de la producción radial?

D3- Organización Interna

Toma de decisiones y equipo de trabajo

3.1 ¿Cómo está organizada la radio?

3.1.2 ¿Tienen alguna forma específica como asamblea, cooperativa?

3.2 ¿Cómo se toman las decisiones?

3.3 ¿Quiénes pueden participar en la radio?

Equipo técnico

3.4 ¿Qué equipo técnico tienen? Antena (alcance), pc, transmisor, etc.

3.4.1 ¿Poseen equipos propios?

3.4.2 ¿Cómo consiguieron los equipos?

3.3 ¿Tienen una propiedad donde funciona la radio propia o alquilada?

Estrategias de Sostenibilidad

3.5 ¿Cómo se financian actualmente?

3.6 ¿Quién organiza o lleva la financiación?

3.7 ¿Conocen la existencia de los FOMECA? ¿Participaron alguna vez de estos concursos?
¿Ganaron?

3.8 ¿Alguno/a de los/as integrantes percibe un salario?

3.9 Según ustedes, ¿cuál sería el ideal de financiación para sus emisoras?

D4- Relaciones externas

4.1 ¿Tienen relación con otros medios de la zona? ¿Cuáles? ¿Cómo es?

4.2 ¿Tienen relación con otras instituciones de la zona? ¿Cuáles? ¿Cómo es?

4.3 ¿Cómo es su relación con la comunidad de la zona? ¿Hay alguna diferencia entre la comunidad criolla y originaria?

4.4 ¿Cómo es su relación con el gobierno de su localidad?

4.5 ¿Sufrieron amenazas o acosos por parte de algún sector político, económico o social?

D5- Postura Frente a la LSCA

5.1 ¿Conocen la LSCA?

5.3 ¿Cuál es su opinión acerca de la LSCA, en relación a la Comunicación Indígena?

5.2 ¿Participaron de la propuesta de inclusión de pueblos originarios en la LSCA?

5.4 De acuerdo a su propio recorrido ¿Cuál es su perspectiva sobre los MPO?

ENTREVISTA I (15 de agosto de 2015)

FM PACHAKUTI- COMUNIDAD QUETA- ABRAPAMPA- JUJUY

JOSÉ SAJAMA- REFERENTE

JOSE SAJAMA ES MI NOMBRE. Coordino y estoy a cargo de FM Pachakuti, el dial es 89.9. Está ubicada en Abrapampa en el Barrio 31 de agosto. Es la primera radio indígena del país en el marco de la nueva LSCA y pertenece al Consejo Interdepartamental de comunidades que es una organización que tiene más de 20 22 comunidades y quien ha puesto la Personería Jurídica para obtener la autorización de la radio es la Comunidad aborígen de Queta. Una militancia que hemos hecho en el ámbito de la comunicación, en lo personal, tengo casi la mitad de mi vida en la comunicación. He hecho radio en creo la mayoría

En lo personal ha sido importante poder militar la ley de medios sino también poder llegar a ese objetivo de poder tener medios propios, porque, me acuerdo en aquellos tiempos, era muy difícil poder conseguir un espacio de una hora de dos horas de una hora y media para poder difundir no sólo las problemáticas de las comunidades sino también para las actividades que tiene el movimiento indígena. La agenda que ellos manejaban era necesario darla a conocer porque había una negación de parte de los medios locales, porque, bueno, el interés, ¿no? De los seis medios locales que hay, cuatro pertenecen a políticos. Dos están funcionando y dos no. La principal radio, la que más se escucha, es Radio América y está en trámite, por una estrategia política, como radio comunitaria. Han iniciado ese trámite para dibujar algunas cosas y participar de algunos concursos como el FOMECA.

En un principio, para nosotros los comunicadores indígenas ha sido el desafío en aquel tiempo y es una realidad de andar mendigándole a los medios un espacio. Porque, por ejemplo, si uno habla en contra del gobierno, resulta que el medio responde a ese gobierno, por ahí no se nos permite, se nos restringe el horario... Eso por un lado, la parte política, pero hay otra parte, por ejemplo, poder tener el espacio de una hora significaba hacer un aporte a la radio y era difícil conseguir un comercio o un auspiciante; era difícil poder pagarle a la radio el espacio que te estaban dando.

Entonces, en buena hora que se ha dado la discusión de la Ley de Medios, hemos participado en todos los foros que se han hecho en el país, le hemos pedido fondos al INAI.

Participando en los foros hemos elaborado, también, propuestas, porque yo creo que el movimiento indígena ya no está en esa etapa de reclamar, de pedir sino también de proponer. Yo creo que en el cumplimiento del derecho tienen que ir también propuestas. En muchos casos nosotros, acá en la provincia, le hemos armado la agenda al estado. Ha significado decirle “éste es el problema que tenemos, ésta es la propuesta, la posible solución”. Hemos elaborado algunos artículos que se han dado a debate y luego han sido Ley en el año 2009, cosa que para nosotros ha sido más que interesante.

¿Vos y quienes más estaban en esos debates?

En el inicio, referentes así de varios pueblos, principalmente los pueblos más organizados del país.

¿Y estaban nucleados en alguna organización?

Empezamos como comunicadores y después algunos militaban en el ENOTPO, Encuentro Nacional de Organizaciones Territoriales de Pueblos Originarios y desde ahí creo que se dio la pelea principalmente. Y después ya organizados un poco más independientes, si se quiere, con la CCAIA, para darle una figura más institucional para consolidar el trabajo en materia comunicacional.

Y con respecto al proceso de surgimiento de la radio. ¿Cómo es el inicio de la radio?

Bueno, como te decía, algunas cosas hablé a título personal, pero acá en Abrapampa somos varios comunicadores que hemos hecho el trabajo anterior a la Ley de Medios (LSCA). La radio... a partir de la sanción de la ley de Medios la empezamos a gestionar, y la autorización se nos dio en el 2011. De hecho el 30 de noviembre fue la inauguración acá en Abrapampa. Empezamos con algo básico así que, a través de algunas gestiones que teníamos en aquel tiempo, alquilábamos otro espacio, más al oeste del centro de Abrapampa. No nos olvidamos de aquel tiempo lo difícil que fue coordinar y administrar un medio. Al principio parecía fácil pero después fue todo un tema. Empezamos con una torre, que la tenemos hasta ahora de 18 mts, con un cable coaxial de 20 22 mts, un micrófono, una computadora que nos prestaron, y bueno, los equipos fueron donados por la

CNC, la comisión Nacional de Comunicación. Yo creo que eso han sido los primeros pasos de la radio.

Y cuando uds deciden crear la radio, además de eso, ¿ cuáles son los objetivos, las metas que se plantearon?

En principio el objetivo es retomar... Hay una deuda que tiene el Estado históricamente con los pueblos originarios y creemos que eso también forma parte del ejercicio del derecho. Ya nos hemos ganado algunos derechos que están escritos pero también hacerlo realidad de alguna manera dentro de la ley de Medios. Pero, principalmente, el objetivo creo que tiene que ver con la visibilización de los pueblos a través de sus propios medios. El hecho de poder decir lo que se quiera, como uno quiera, contarle de nuestra versión al resto de la sociedad. Entonces, básicamente, creo que visibilizar a los pueblos dentro de los medios de comunicación ha sido uno de los objetivos que nos planteamos en aquel tiempo, que bueno, no ha sido una tarea muy fácil, creo que sigue siendo ese el desafío. Aparte, creo que a partir de la visibilización, es tomarlo como una herramienta de lucha, de los pueblos, liberarnos, si se quiere, hacerle entender a la sociedad que es posible una vida mejor retomando algunos principios y valores que han tenido nuestros pueblos, y que para eso es medio difícil conseguir un espacio en otros medios que tienen cierta inclinación política o política partidaria o de otro sector que no mucho comparten la propuesta de los pueblos originarios. Hemos pensado que primero había que visibilizarse, hacernos visibles ante el resto de la sociedad, que también fue parte de una negación, de una condena social hacia este sector.

¿Y por qué eligieron una radio y no otro medio?

Porque a la radio la van a escuchar muchos, porque si pensamos en un periódico lo va a leer, en el campo, la gente que sabe leer y si es que le llega al campo, habría que ver, porque hay un cierto grado de analfabetismo, entre comillas, y porque en el territorio no siempre tienen acceso a la lectura y eso. Y con TV es lo mismo, podríamos haber gestionado un canal de tv pero lo va a ver sólo la gente de Abrapampa y no va a haber un vínculo real con la gente de las comunidades en sí. Entonces, pensamos que la radio era la mejor herramienta para poder comunicarnos y tratar de difundir el mensaje.

Y en esa época ¿quiénes llevan a cabo el proyecto? ¿estaban nucleados en alguna organización?

Sí, el Consejo Departamental de Comunidades es una organización que nuclea 20 22 comunidades de acá de la región y llevamos la tarea de poder gestionar la radio. Empezamos haciendo la gestión desde ahí y bueno, Queta ha sido la comunidad que puso la personería para consolidar esa gestión. Y bueno a partir de ahí se vino gestionando, el consejo tiene un área específica de Comunicación así que ahí estamos varios comunicadores así que desde esa parte se ha ido gestionando la radio.

¿Sigue existiendo esa organización actualmente?

Sí, se llama Consejo Departamental de Comunidades del Departamento de Cochinoca, perteneciente al pueblo Kolla. Sigue existiendo la organización, sigue funcionando el área de Comunicación y bueno, me toca ser el responsable de esa área además de ser el coordinador de la radio.

El tema de la PJ ya me lo aclaraste que es de la Comunidad Queta. Ustedes en el 2011 reciben la licencia. ¿Cómo es el proceso para conseguirla?

Tuvimos que hacer un proyecto. El proyecto contaba con lo que es fundamental, ¿no?, el por qué y el para qué de una radio. Y después, una vez tenida la licencia, previo a la instalación de la antena, vino una etapa de formación. Hemos tenido cursos de formación acá, principalmente con el ISER en cuestiones básicas de la comunicación. Te decía que quienes vinimos militando la comunicación acá en Abrapampa tenemos una formación anterior, hemos hecho varios cursos, de hecho mencionamos siempre la gestión de la ONG Warmi. Ahí se han formado las capacitaciones para periodismo y han quedado varios comunicadores. Pero bueno, yo creo que lo que le faltó a varios espacios donde han hecho comunicación ha sido Insertarlos en el mundo laboral, porque está buena la formación pero si después no hay una salida estamos complicados.... Desde ahí hemos participado en capacitaciones en San Salvador de Jujuy, con la organización Huayruro en comunicación popular, después acá en Abrapampa hemos hecho varios cursos de locución, redacción de noticias, algo de edición de audio, lo básico digamos para la radio.

¿Cuál fue la primera emisión? ¿Cómo es la programación de la radio?

El día que la inauguramos empezamos a transmitir y desde ahí no paramos. Sí paramos, qué se yo, habrá sido una semana, para trasladarnos porque no conseguíamos espacio. Tuvimos un inconveniente con el primer lugar donde alquilábamos y bueno, hasta hoy uno de los desafíos de la radio es poder contar con un edificio propio. Y esto importante porque por nuestra manera de pensar, no hay buena relación con ningún sector político partidario, y eso hace que, por más que tengan que administrar los bienes públicos, pensando, por ejemplo, en el municipio, ahí tenemos las notas que le hemos enviado, hemos tratado de ir por la buenas, diciendo “necesitamos un espacio físico y después nosotros nos encargamos de lo que es la construcción”. De hecho, teníamos la posibilidad de conseguir financiamiento desde el INAI para poder construir algo básico y poder instalarnos, pero, como requisito era tener el espacio físico. Pero bueno, nunca pudimos acceder a la propiedad por ninguno de los poderes ni ejecutivo ni legislativo de acá de Abrapampa.

Bueno, aquella vez nos tuvimos que trasladar y por una buena relación que tenemos con la gente de este barrio 30 de Agosto, nos han cedido este espacio donde estamos actualmente y estamos más tranquilos.

Creemos que sigue siendo el desafío tener espacio físico propio, pero bueno, creo yo, mientras estén en el poder gente que no sólo no comparte la idea o el proyecto que tienen los pueblos originarios vamos a seguir siendo postergados. No va a ser una tarea fácil obtener algunas cosas que son, hasta derechos.

Y con respecto a la organización de las radio. Actualmente ¿cómo está organizada?

Este año estamos medio flojos en el sentido de equipo de comunicación, por eso es que hemos retomado el proceso de formación. Porque hemos llegado a tener el año pasado 17 integrantes en la radio, una programación desde las 7 hasta las 16 con programas en vivo y después desde las 20 a las 00hs. Hemos tenido la que muchos de los chicos que trabajaban con nosotros se han ido a seguir sus estudios en San Salvador y ahí hemos quedado, como “rengos”, en el sentido de los locutores. Pero siempre la radio tenía esa particularidad de ser más horizontales, no con una estructura, no un director/ subdirector, pero hay conformada áreas o equipos de trabajo. Hay un referente, por ejemplo, en lo que es Gestión, que lo

tenemos a Armando, que hace la gestión en Afsca, por ejemplo. Sería, si se quiere, la parte de la radio hacia afuera, la relación con otros. Después en la parte interna, tenemos un encargado de Programación, un Responsable de la parte técnica, porque el equipo no es solamente los locutores, ¿no?, hay otros que no hacen radio pero saben, qué se yo, el tema electricidad y ya es un aporte y parte de la garantía de la comunicación. Después otro equipo, entonces otro referente es en la parte Técnica, que tiene que ver con la parte electricidad y del mantenimiento, de las computadoras, por ejemplo esto de ponerle antivirus, bajarle los programas, actualizarlas, y esas cosas. Los muchachos saben, nos es locución, pero su rol es mantener los equipos. Otro equipo es el que lleva la parte, no sé si decir, “contable”, le habíamos puesto como Administrador Interno, es quienes llevan adelante, por ejemplo, pagar la luz, el alquiler, el servicio de internet, es decir llevar las cuentitas al día, y también llevar el inventario de las cosas con las que contamos acá en la radio.

Así que creo que sí, que tres o cuatro áreas o equipos de trabajo dentro de la radio que vamos trabajando. Bueno, el tema de la limpieza es responsabilidad de todos quienes hacemos programas, dejamos limpiando una vez al día. Este año no, pero el año pasado teníamos por ejemplo, una orgánica que decíamos tal día va a limpiar uno, tal día otro. Era una rotación.

Algunas de las personas que integran la radio, ¿perciben un salario? ¿se trata de un trabajo, una militancia?

Es militancia. Y la verdad que los bancamos mucho a los chicos, sobre todo al que se levanta todos los días a las 7 de la mañana, es un esfuerzo, para prender la radio. Todos estos años, hemos venido trabajando así, ad honorem, acá nadie cobra. Algunos gastos que son normales corren por cuenta nuestra, con las comunidades del Consejo sobre todo. Gastos como la pipeta de los micrófonos, eso se nos rompía una o dos veces al mes, y alguna ficha de los micrófonos también es común que se rompa, como el cable de la consola a la computadora, son gastos que nos van saliendo pero nos hacemos cargo nosotros. Después nadie percibe un sueldo, un salario por el trabajo que se viene haciendo.

Vos dijiste que el año pasado eran 17, ¿cuántos son actualmente?

Somos 6/8 personas que estamos de manera activa acá en la radio.

¿Y cómo es la toma de decisiones?

La organización tiene que ver con que ya hay una programación definida, de lunes a viernes.

¿Tienen algún espacio de reunión?

Nos encontramos periódicamente una o dos veces al mes.

Se discuten cuestiones administrativas, técnicas, si pasó una cosa...a veces pasan situaciones... Una vez nos robaron, por ejemplo. También estoy imputado en una casa. Porque bueno, a ver, la lógica de la radio para cambiarle o hacernos diferentes a los otros medios, es que no nos sentamos en el estudio y abrimos internet y desde ahí reproducimos todo o llamamos por teléfono. Tratamos de ir hasta el lugar de los hechos, entonces hemos acompañado a comunidades como Casa Grande, Cueva del Inca, lo que pasó en Humahuaca, también...terrible.

Sobre todo en esto último, la situación es así, es un desalojo. Entonces la situación es así, donde hay un conflicto había que ir a transmitir desde ahí; y eso les incomoda mucho a los terratenientes, al mismo Estado. Nosotros hemos sido perseguidos también por nuestra postura en contra de la mega minería, esa es la parte negativa, si se quiere. Un par de comunicadores de acá se ganaron golpizas por ir a acompañar a esa comunidad. Pero bueno, tratamos siempre de estar con la comunidad, no esto de estar en el estudio llamando a ver cómo está la situación. Y en esto también por la experiencia es importante, mirando los medios a nivel provincia, si se quiere, he aprendido a ver en qué momento aparecen los medios. Porque por ejemplo, acompañando a una comunidad que está en resistencia, que tiene orden de desalojo, cuando está prohibido en el país desalojar comunidades, según la Ley 26160. Cuando la comunidad llama a los medios para decirles que es posible desalojo, que ya hay una orden o algo así, algunas respuestas fueron terribles, “mándame un mensaje o llámame cuando esté empezando la represión” o cuando los llamas y te dice “¿y ya reprimieron o hay policías ahí?” Cuando ya hay un conflicto o cuando ya los han golpeado, ahí es donde caen, donde los medios más grandes provinciales. Esas cosas nos parecieron terribles o también la poca aceptación de los comunicadores originarios. Uno que está ahí

viviendo la situación y no nos han dado mucha importancia, a las notas que hemos hecho y que hemos mandado. También la tendencia es que a los primeros a quienes hacen entrevistas es a los funcionarios así tienen esa versión antes que a la gente de la propia comunidad. Eso como algunas experiencias.

¿Quiénes pueden trabajar activamente en la radio? Por ejemplo si viene una persona que es ajena a la radio y dice que quiere hacer un programa, cómo se resuelve eso?

Primero, le explicamos cuál es el perfil de la radio, tenemos en cuenta algunas cosas que son básicas. Bueno, la radio primero que es una RADIO INDÍGENA, y después que hay que seguir esa línea. Nos ha pasado que muchos vienen a querer hacer programas pero bueno con una onda de saluditos, de cumbia, hemos visto pocos que quieran hacer un noticiero, un informativo, o algo más que aporte a la construcción social. De quienes vienen tenemos en cuenta eso, que sigan el hilo, el perfil de la radio y sobre todo el aspecto formativo, si se quiere, si tienen experiencia o no. Nos ha pasado de tener chicos que han venido a hacer radio, pero tener que acompañarlos en la parte técnica, por no tener una operador estable, enseñarles así se van largando solos a partir de la propia experiencia que van haciendo.

Entonces, esos serían los criterios que ustedes usan, ¿y, si vienen, por ejemplo, la iglesia o la escuela a querer hacer un programa, pueden?

Sí, de hecho, también tiene que ver, por ejemplo, con la publicidad. No le hacemos publicidad a los boliches, no le hacemos publicidad a la iglesia, a los partidos políticos. Eso también tiene que ver con la orgánica que tiene el Consejo, las autoridades. La radio, el objetivo que tiene la radio es promover las actividades, la cultura de los pueblos, no mucho meternos en otros asuntos. Por ahí podemos aceptar la publicidad de algún comercio, pero más de eso no.

¿Tienen otra actividad de la radio, que no sea en el marco de lo radial?

Creo que no. Otras actividades no, solamente la comunicación.

Volviendo al tema del origen y lo difícil que es sostener una radio, quería que me cuentes sobre el equipo técnico. Por ejemplo, ¿el equipo que tienen ahora es propio?

Sí, es nuestro. Ganamos un concurso importante del Fomeca que participamos. Eso también, del AFSCA tengo mis cuestiones, hay una mirada crítica, creo que el Estado todavía no se ha adecuado a la realidad de los pueblos, a la dinámica que tienen los pueblos. Primero porque es bien burocrático el asunto, de hecho Argentina misma está, creo, en el cuarto lugar más burocrático de América Latina. No sé, digo porque con esto de la participación no es que armás un proyecto, lo mandás y esperás a ver si resulta o no, hay toda una tarea detrás, técnica y logística, si se quiere, con la parte de la documentación de la comunidad, que no es un tarea fácil, por esto mismo de la relación que hay con el estado provincial o el estado Local. Pero bueno, quería decir que en el 2013 nos presentamos a los FOMECA y si bien hemos ganado pero porque la comunidad no tenía cuenta bancaria, al final nunca nos dieron el proyecto, pese a que lo habíamos ganado. No nos bajaron los fondos. Acá es difícil encontrar comunidades que tengan cuenta bancaria, porque tener una cuenta bancaria significa también mantener esa cuenta, no es gratis; salvo alguna que otra que tenga algún proyecto ejecutando. Entonces en aquel tiempo nosotros mandamos la cuenta bancaria de una comunidad que trabaja con nosotros e incluso es parte del Consejo, pero no ha sido aceptada, no nos bajaron los fondos. En 2014 tuvimos que hacer esa gestión y ganamos el proyecto, y bueno, hemos podido acceder a algunos equipamientos como computadoras, teléfonos, consolas nuevas, estabilizadores, equipos de audio para retorno, micrófonos unidireccionales y ambientales, algunas sillas, eso básicamente, para poder tener. Estamos esperando el desembolso de la segunda parte para poder seguir equipando la radio.

¿Ustedes ganaron un solo Fomeca? ¿Se presentaron a alguno más?

Nos presentamos al de Servicio Informativo, Programa Semanal, Gestión de Medios, que es lo que hemos podido hasta ahora.

¿Cuándo les dan los resultados?

Esos resultados ya salieron, estamos en ejecución de esos proyectos, pero primero está el de equipamiento.

Y siguiendo con el tema del equipamiento, ¿Tienen antena, de qué alcance?

Acá hay una situación también: estamos en una categoría F y esa también es una parte crítica, no tan positiva de la Ley de Medios, porque empiezan dándote la peor categoría y después, viendo qué onda, cómo funcionaste, te pueden recategorizar, subir de categoría. Pero, tenemos una categoría de posibilidad para tener una torre de 60 mts que va hasta 40 km de alcance, pero por la geografía de nuestro lugar, en algunos casos llegamos hasta 60 km y en otros casos hasta 15 km, porque tira más hacia un solo lado la antena, no es que es “a la redonda”, porque tenemos un solo equipo. Tenemos que equipar mejor a la torre para tener mayor alcance.

Volviendo sobre la propiedad...

Es un desafío que tenemos como radio. Tener una infraestructura propia, queremos un terreno, conseguirlo no sabemos cómo, pero después nos haremos cargo de edificarlo, construirlo

¿Cómo se financian actualmente?

Hacemos rifas, por lo menos dos o tres veces al año, de acuerdo a la situación, y eso nos banca esto que tenemos. De luz pagamos, por ejemplo, entre \$80 y \$120, de alquiler \$250 y el servicio de internet \$160. Con las comunidades hacemos rifas, algunas aportan. Por ahí nos cae alguna publicidad, que sé yo, \$100, \$200.

Y ¿qué criterio manejan para la publicidad...?

No a partidos políticos, no a iglesias, no a los boliches, a algún comercio, mercado local.

¿Cómo organizan este tema de los fondos?

Tenemos un área de gestión, nos sentamos en una reunión y armamos en equipo y vamos trabajando el asunto.

¿Y en el caso de la publicidad..?

Depende quien la consiga. Eso es lo que le decimos a los chicos, si la consiguen ellos, un 20% le dejan a la radio y el restante para ellos. Porque no tienen otro ingreso, de otra

manera imposible generar ingresos, pero nos manejamos de esa manera, pequeño aporte para la radio y el resto para quien consigue la publicidad.

¿Cuál sería el ideal de trabajo-militancia- etc?

Hay una necesidad urgente de reglamentar el 152 de la Ley de medios. Esto ha estado trabado por el problema del gobierno con el grupo Clarín, pero igual creo que si bien ya se destrabó ese conflicto está siendo demorado para ser reglamentado, porque justamente ese artículo habla del financiamiento para medios de pueblos originarios, con fondos públicos. Así que esperamos eso. Había quedado como Agenda a nivel nacional como uno de los temas principales. Para poder juntarnos con algunos legisladores para instalarles en su agenda el tema de la regulación del financiamiento del artículo eso.

¿El ideal, sería entonces, que el Estado se hiciera cargo de los fondos, sin necesidad de concursarlos?

Sí. Lo ideal sería que haya sueldos fijos como mínimamente 3 o 4.

¿Como la planta permanente del estado?

Sí, un operador, dos locutores, alguien que haga administración, con eso creemos que es suficiente.

¿Y con respecto a esto de la identidad? ¿Cómo se definirían ustedes? ¿cuál es el nombre de la radio y por qué lo eligieron?

La radio se llama Pachakuti porque creemos en la filosofía de los pueblos, ellos han dicho que hay 500 años malos y 500 años buenos, desde 1492 hasta 1992 fueron los años malos para nosotros, y bueno, ya pasó esa etapa y estamos en la vuelta, en el regreso del segundo período de 500 años. Y uno mira la historia de los pueblos, desde 1992 ha habido muchas cosas interesantes que han pasado. PAchakuti significa “el tiempo de volver a ser nosotros mismos”, entonces creo q volvemos a resurgir, a retomar muchas cosas para poder inclusive armarles propuestas a la sociedad, al Estado de algunas cosas que.. El nombre lo discutíamos desde, creo, 2009. Bueno, salió Pachakuti y que fue el nombre que quedó así.

¿Y cómo se definirían?

Es una radio indígena que tiene como objetivo visibilizar la cultura de los pueblos. Y que somos un medio independiente, que no tenemos vinculación a ningún sector político, más allá que pueda haber algunos que militen en algún partido. Acá de política no vamos a hablar

En relación a la identidad del medio, ¿podés contarme sobre la programación?

En la mañana hay mayoría con entretenimiento informativo, y siempre desde la perspectiva de pueblos originarios.

¿Ustedes hacen radio para quién?

Para toda la sociedad de las comunidades nos centramos en algunas cosas que ellos mismos nos dan, pero sí, tratamos de hacerlo para toda la sociedad.

¿Uds hacen radio para Abrapampa?

Sí y a su alrededor, a las comunidades

¿Toda programación es propia o retransmiten?

No, toda la programación es propia. No reproducimos a nadie. El servicio de internet que tenemos, agarra bien unos minutos y luego se corta. Por eso no lo podemos retransmitir nada manera normal.

¿Pero les gustaría hacer eso?

Sí, hay programas interesantes de otros pueblos que nos gustaría retransmitir pero por una cuestión técnica no lo hacemos.

¿Qué fuentes de información usan?

Trabajamos con el blog del pueblo kolla, hay mucha información interesante, pueblosoriginarios.org, donde está la CCAIA, a nivel nacional, por ahí Indymedia argentina, en la parte de pueblos originarios. Y bueno, siempre nos llega información, hemos participado de varios eventos y siempre dejamos el correo de la radio y siempre nos llega información así de situaciones de otros pueblos, que nos parece importante difundirla.

Y con respecto a esto de la transmisión ¿es en lengua originaria?

Es en castellano

Les gustaría en algún momento transmitir en su propio idioma?

Sí, obviamente. Acá en Abrapampa tenemos idóneas en lengua quechua. Lo que hemos hecho es grabar cinco minutos de aprendizaje de lengua quecha.

Qué bueno, y ¿esto fue una decisión, por qué aprender lengua quechua?

No sé si aprender, pero hay muchas cosas que lo sabemos y lo decimos de cosas espontáneas, como mama, guagua, tata. Sí, lo más complejo del quechua es armar las oraciones, las palabras están sueltitas.

Y ¿esto lo siguen haciendo?

No, por lo pronto está parado el asunto porque nuestra idónea está trabajando en otra comunidad.

Y ¿cómo cubrieron los conflictos-asuntos de pueblos originarios?

Yendo, estando ahí con la gente.

¿Van ahí, reciben los palos?

Sí.

Tenemos causas judiciales. El tema minero ha sido... Tenemos nosotros una época que la pasamos cada hora en lo minero, pero muchas veces nos llaman los sectores más reaccionarios de la sociedad que no pasemos eso, y bueno, ni hablar la parte política: el intendente que se molesta y después en los actos públicos algunos audios nos cuestiona: del hecho de hablar de esos asuntos, del derecho al territorio, de la consulta libre previa e informada de los pueblos. Lo más terrible fue que en el auge de la minería le damos debates acá en la radio y nos tiraban piedras, amenazas por mensaje de texto o llamadas...esas cosas.

Entonces ¿siempre con esta mirada crítica?

Sí.

¿Cómo es su relación con otras instituciones, organizaciones, vecinos?

En Abrapampa tenemos esa particularidad: una muy buena relación con algunos organismos. El INTA, por ejemplo, Parques Nacionales, que hace su programa acá. Muy buena relación con otros organismos así “del palo”, podríamos decir, trabajamos temas de territorio, “ambientales”. De hecho algunos organismos de acá son fuentes para nosotros.

Y Con los vecinos?

No hemos tenido problemas. En un principio por ahí la reacción fue que la radio interfería en un canal, había como una cierta interferencia. Esa fue la primera reacción pero más que eso no pasó.

¿Tienen relación con otros medios de comunicación de la zona?

Tenemos muy buena relación con los changos de la Warisata, de la Quiaca; en la quebrada FM Azul y FM del Aguilar, la FM comunitaria que depende del municipio –que, a propósito es muy interesante porque El Aguilar tiene un gobierno indígena local-; con los changos de Ticara estamos ahí, en contacto más con la FM Azul y La FM Ring, y en Purmamarca teníamos, no con la radio, sino con un colega: Ricardo Tabarcachi, de FM Viltipoco, que nos pasaba información, nos contactábamos. Después más allá, Volcán, FM Wiphala; en Maimará, FM Candela.

O sea, ¿no todas son radios de pueblos originarios?

No, hemos tratado que no... Hay otras radios que tienen muy buena relación y muy buena predisposición de los muchachos, si bien son radios comerciales, que se yo, no tienen drama en difundir el tema indígena o la información que les pasamos, y ha quedado esa relación buena. En Jujuy, hay varias, principalmente con FM La voz del Cerro, Minka, Radio Pueblo, FM Rebelde, también conocemos a los changos, siempre nos vemos en algunos encuentros, así que está todo bien. Hemos intentado también un par de reuniones acá en la provincia, se han hecho algunas, como lo nuestro es específicamente indígena, por ahí no muchas cosas se pueden armar, pero algunas cuestiones sí hemos trabajado.

Y la relación, básicamente es esta de pasarse información, contactos, pero no retransmitimos con ninguna por un tema técnico.

¿Hay alguna otra organización, vecino, que no pertenezca a las comunidades originarias y que tenga un espacio en la radio?

No.

¿Cómo es la relación con la comunidad, Queta o las comunidades del Consejo, primero, y luego con la comunidad Abrapampa (criolla)?

Es muy buena, con Queta y con el Consejo, de hecho, Queta ha tenido cambio de autoridades hace poco y hemos estado en este mismo espacio haciendo nuevamente el inventario de la radio, viendo qué cosas hay, qué cosas faltan. Y un poco hablando de la proyección también como medio. Y con el Consejo, bueno, la radio forma parte del Consejo y la relación es más que buena.

Y con la sociedad de Abrapampa, la reacción es esa, yo creo que el hecho de mostrarnos como medio así crítico a diferentes cuestiones políticas, sobre todo al tema minería, que ha hecho mucho ruido, también. Pero nunca hemos sufrido ataques de la comunidad.

Y de los medios, que vos nombrabas a seis, ustedes si tuvieran que decir cuán escuchados son, ¿dónde se ubicarían?

La primera es la radio del intendente. El tema es económico, digo, si tuviéramos plata, bancamos y nos solventamos entre nosotros. Por ejemplo, radio América pertenece al intendente y tiene su relación con el Estado provincial, después le seguiría radio Sol, que tiene afinidad con Germán Fellner, el hijo del gobernador de la provincia, actualmente diputado, que le financia cosas como por ejemplo, Día del Niño, Día de la Madre, si tienen que hacer actividades, todas esas cosas... Está FM Arias, con la que tenemos una relación buena, no digo que ellos son independientes, pero hay mejor relación, por si hay que hacer una actividad en conjunto. Y después, bueno, yo creo que estaríamos nosotros.

Hablando del proceso mayor que habilita que los pueblos originarios puedan tener una autorización. Ya hablamos de que conocés la LSCA y que participaste en las instancias previas.

Ahora bien ¿consideran que es importante la LSCA? ¿Por qué?

Sí. Primero porque bueno, creo que ha sido histórico que tengamos un espacio, estemos reconocidos, como por ejemplo, en la Ley de Educación, tenemos un espacio donde se incorpora el derecho a la Educación Intercultural Bilingüe, al igual que la Constitución Nacional, tener un artículo que hable sobre el tema indígena. Entonces, que el tema indígena esté en la Ley de Medios, también es importante para nosotros, no por el hecho de las autorizaciones solamente, que hace que las comunidades puedan acceder a un medio de comunicación, sino por el avance en sí del Movimiento Indígena en el país.

Uds participaron del delineamiento de lo que es Comunicación con Identidad. ¿Cómo lo explicarías? ¿Cómo lo definirían?

Yo creo que es como una nueva.... Así como está la comunicación privada, estatal, etc, la Comunicación con identidad tiene que ver, a partir de una identidad propia, con la lengua originaria. La comunicación con Identidad creo que plantea el hecho que responde a una filosofía que es la de los pueblos y que es la del Buen Vivir, plantearle a la sociedad que el Buen Vivir es armónico con la naturaleza, con todo el entorno social, en fin. Yo creo que hablar de Comunicación con Identidad tiene que ver con un proceso más amplio, con una mirada más amplia de cómo desde la identidad tal vez se pueden cambiar algunas cosas dentro de la sociedad.

¿Cómo es su relación con el Estado en todos sus niveles?

Mala

¿Por qué?

Porque planteamos cosas diferentes que a ellos no les gustan, sus intereses, ellos defienden a las mineras, nosotros defendemos al derecho de las comunidades, básicamente a la consulta.

¿Sufrieron amenazas o acosos por parte de algún sector político, económico, mismo del Estado?

Sí, como que agitamos el “volver al pasado”, es lo que nos han dicho, por ejemplo. Agitamos algo imposible, ese tipo de reacciones, por ahí en los actos públicos, ese tipo de cosas. Después, bueno, lo más terrible ha sido a la hora de defender a las comunidades, a estar con ellos, uno sufre este tipo de cuestiones violentas, de golpizas, represión y todo eso.

¿Cuáles serían los aspectos positivos y negativos su experiencia en la gestión de la radio?

Las cosas buenas, yo creo que principalmente es tal vez la Ley, o en los procesos propios que hemos tenido algunos comunicadores, lo difícil que es conseguir el espacio de una hora, a partir de ahí difundir todo; entonces con lo que hoy tenemos da para, si armamos una buena grilla o programación, capaz te pasas hablando diez horas tranquilamente, libre, sin restricción alguna, obviamente teniendo en cuenta algunas cuestiones básicas, pero, creo que hay mucho más libertad de expresión.

La parte negativa, si se quiere, es esto de la sostenibilidad económica de un medio. No es tan fácil, entonces, es un tema que todavía no está resuelto, que todavía hay que trabajarlo más.

¿Cuál sería el mensaje que deja Pachakuti a los otros medios de pueblos indígenas?

Creo que la comunicación es uno de los brazos más importantes del movimiento indígena por el poder que tiene, la llegada que puede tener. Entonces, creo, que hay que seguir fortaleciendo la lucha a través de la comunicación; si bien son desafíos para todo el movimiento indígena en sí, yo creo que para poder plantear o trabajar el nuevo paradigma comunicacional, pero creo que a partir de eso no solamente para la transformación social o visibilizar solamente si no que plantea también con la comunicación como herramienta de transformación de la cabeza de la gente y también transformación de todo el Estado, ¿no? Y bueno, el desafío está, así que hay que animarse.

El acompañamiento a las comunidades, hay que estar.

¿Cuál sería tu perspectiva con respecto al futuro de las radios- LSCA?

Yo creo que a la Ley hay que respaldarla, que es lo que pueda pasar, no sé... Yo lo que creo es que ningún gobierno que venga se va a ocupar del tema indígena, hasta no ser nosotros mismos, por eso el eslogan de “el tiempo de volver a ser nosotros mismos”. Así, que yo creo que pueden venir más conservadores, más progresistas, pero no creo que puedan ocuparse del tema indígena porque no lo entienden, pero lo que sí creo que por parte del movimiento indígena hay un avance importante, y bueno, es parte del proceso por hacerla sólida a la lucha, y seguir en la militancia, y después los gobiernos que vengan no nos van a solucionar las cosas, hasta que no seamos nosotros mismos a ocuparnos de esta tarea. Pero si creo que lo nuestro se va consolidando, el camino que está haciendo el movimiento indígena es interesante, es importante, así que hay que ponerle más fuerza en eso que tal vez en otra cosa.

ENTREVISTA II (15 de agosto de 2015)

FM RUNA SIMI KOLLA- COMUNIDAD LAS CAPILLAS- IRUYA- SALTA

RAMIRO LÓPEZ- REFRENTE DE LA RADIO

Mi nombre es Ramiro López, actualmente soy el coordinador del Consejo Indígena Kolla de Iruya y mesa coordinadora del Kollamarca, soy de la comunidad de Capilla, de donde soy Secretario. El Kollamarca está compuesto por 86 comunidades, entre esas están las 23 de Iruya, en Nazareno, Santa Victoria, parte de Orán, que es el Tinkunacu, ese es el territorio del Kollamarca.

¿Cómo nació la radio?

Como sabrás, hemos armado un equipo de comunicación en la Argentina del norte al sur, del este a oeste, donde había alrededor de treinta, cuarenta personas que han estado participando constantemente en la discusión del anteproyecto de la Ley de Medios. Entonces, desde ahí, golpeando puertas, en contacto con la Comisión Nacional de Comunicación (CNC) que tenía un galpón lleno de equipos decomisados. Desde ahí se

comprometieron a dar equipos para 15 radios FM, AM y los canales de tv. Entonces, desde ahí, dentro del equipo este, vamos a instalar una radio en Iruya. Nosotros, medio ambiciosos, queríamos tener una radio, pero no pensamos en algunas otras cosas, en 2010. Cuando instalamos por primera vez en Iruya, por tener más facilidades, como la electricidad y también por tener varios chicos de la comunidad estudiando en el colegio secundario. Era la primer radio con licencia en Iruya y abierta hacia todo el pueblo. Anteriormente había otra, pero era privada y nadie iba a hacer programa porque el dueño nunca estaba y la señora que estaba ahí no era muy amable, entonces la gente se iba.

Nos instalamos ahí, invitamos a los chicos del colegio, de todo el pueblo, de las comunidades, que se acercaran e hicieran sus programas, tratar de articular algunas capacitaciones y eso, cosa que no se ha podido dar porque todos tenían un poco de miedo a la radio. Vimos que se empezaron a acercar más los de la comunidad de Pueblo Viejo. Eran de ahí los que iban a Iruya a hacer los programas. Teníamos en ese momento alrededor de 18 kms desde Pueblo Viejo a Iruya y entonces ellos debían ir y volver constantemente y era un gasto y un peligro, por los chicos, y muchas cosas. Entonces después vimos que del pueblo de Iruya había poca gente que le interesaba, eran más poco tiempo, entonces lo que hemos hecho es trasladar esta radio a Pueblo Viejo. También está en la casa de una familia quien actualmente, de alguna manera, está hoy como director de la radio. Y bueno, de ahí viene prácticamente casi tres años que la radio está ahí, porque en Iruya no ha estado mucho tiempo.

Y como le decía, no hemos tenido en cuenta muchas cosas, como por ejemplo, cómo sostenerla económicamente, pero también en el tema del contenido. Así que bueno, estamos en eso. Actualmente, se nos quemó el disco de la computadora, así que estamos tratando de arreglarlo, la potencia se nos ha quemado también dos veces, la primera vez la hicimos arreglar a los tres meses que se nos había quemado y la segunda vez, estábamos viendo que no tiene arreglo, o nos sale más caro que comprar una nueva. Así que, por el momento, nos hemos estado manejando más que todo con un bingo y varias rifas, para pagar la luz, cositas mínimas digamos. De los Fomeca no hemos podido participar por una cuestión de... nosotros mismos nos hacemos cargo que somos por ahí medio colgados y los tiempos por ahí son otros... en el primero no hemos llegado, hemos presentado pero no volvimos a

presentarnos, porque en el primero teníamos la cuenta, en el segundo no hemos llegado nosotros con la formulación del proyecto y en el tercero, ya se nos había cerrado la cuenta. Y hasta ahora, bueno ahora estamos en eso, si es logramos abrir la cuenta antes de que se cierren los FOMECAs nos vamos a volver a presentar, si no buenos, nos quedaremos afuera...

Y, ¿qué objetivos se plantea la radio? ¿Por qué eligieron una radio?

Bueno, a ver, nosotros cuando recién iniciábamos, en el grupo que estábamos, había muchísimos chicos, jóvenes, ¿no? Y veníamos trabajando con lo que es el Cine Indígena, teníamos un equipo desde el Consejo, éramos un equipo de jóvenes que salíamos a las comunidades con un proyector, y un parlantito cargado en animales, caballos, mulas, burros, en lo que sea y eso hemos hecho durante cinco años. Durante cinco años íbamos caminando a las comunidades, porque allá es todo caminando, desde dos horas la comunidad más cercana que teníamos hasta 17 horas la comunidad más lejana que teníamos, ¿por qué? Porque la idea nuestra era buscar la forma de fortalecer nuestra identidad, porque en las escuelas de eso no se hablaba, es más, hablar del kolla era desde una forma despectiva. Entonces buscábamos películas, sobre todo desde Bolivia, Perú, que tienen más que todos, que tenían contenido más relacionado con nuestra identidad. Entonces durante cinco años nos trasladamos de esa manera, cuando sale la Ley de Medios, nos metimos de una, ni bien apareció una radio dijimos, para nosotros va a ser mucho más fácil estar en una radio, en un par de minutos vas a llegar a toda esa gente que has tardado meses en llegar, de alguna manera. Más que todo en ese momento, pensábamos en eso, ¿no?, más que nada en fortalecer el Consejo Indígena que ya venía trabajando estos cinco años y dos años anteriores había empezado con el Cine Móvil, como lo habíamos denominado. Era, básicamente, fortalecer ese espacio, hablar de nuestros derechos, fortalecer nuestra identidad cultural

Y ¿quiénes llevaron a cabo, en ese momento el proyecto? ¿El grupo del Consejo?

Sí, estaba Adelina, Yo, muchos dirigentes de Iruya.

Actualmente, ¿ustedes tienen Personería Jurídica como comunidad? ¿De qué comunidad?

Las Capillas.

¿Cómo fue el proceso para conseguir la licencia AFSCA?

Dentro de todo ha sido, digamos, bastante fácil, dentro de todo. Por un lado, estábamos como equipo dentro de la CCAIA, con todos los changos de la Argentina y nos colaboramos mutuamente. Para nosotros no ha sido nada difícil en ese momento, eran las primeras radios así que han salido muy rápido, no ha sido muy difícil.

Y la primera emisión, ¿te acordás cuál y cómo fue?

Empezamos con radios abiertas en el colegio secundario de Iruya, habían varios chicos que estaban en cuarto, quinto año que ya no están ahora. Ha sido antes de que tengamos el equipamiento, la licencia y todo eso, bueno empezamos con eso. Y después bueno, desde que llegó la radio y todo el equipamiento y colocamos la torre y todo eso en Iruya, creo que la primer semana, bueno, más que todo, el equipo que habíamos trabajando le poníamos mucha pila, pero muchos estábamos comprometidos con otras cosas y tener que salir a reuniones y todo eso... Después, bueno, se nos ha ido complicando con el paso del tiempo, por ahí para los dirigentes que estábamos articulando este proyecto y bueno tratamos de sumar jóvenes y armamos muy lindo equipo en cuanto a producción radial, y también de alguna manera, televisivo, porque hemos participado de una película, de un largometraje de ciencia ficción. Bueno, de ahí que se nos ha despertado más la curiosidad y también veníamos pensando y soñando la idea de crear nuestros propios contenidos para proyectar. Entonces desde ese lado hemos armado un equipo desde donde hemos armado algunos cortos, más caseramente, diríamos, pero igual creo que salieron bastante buenos.

Bueno, después ¿qué pasó? Con el tiempo la municipalidad pone una radio en Iruya y les empieza a pagar a los muchachos, y está todo bien, porque varios de los chicos que habían salido de capacitarse con el equipo nacional que habíamos armado, en diferentes capacitaciones, aquí en Abrapampa también, esos chicos estaban bastante preparados, tenían bastante conocimiento, básico aunque sea, pero lo tenían. Entonces lo que hace el municipio, les ofrece trabajo a ellos y bueno, nos absorbe a todo el equipito que teníamos. Éramos 8, seis fueron a parar a la municipalidad y dos se fueron a estudiar a otro lado. Que no me parece mal que, si de alguna manera se han capacitado, y pueden ganar una plata, me

parece bárbaro. De este equipo de los chicos, únicamente dos quedaron yendo y viniendo a la radio Runa Simi que tenemos nosotros en Pueblo Viejo, Además, bueno, se estaba armando un canal de televisión en la Municipalidad, así que más con razón lo absorbieron. Y ahora actualmente, estamos volviendo a armar otro equipo de chicos de ahí de Pueblo Viejo que siguen poniendo mucho interés, que siguen yendo, igual la mayoría son de la escuela, que tienen 12, 13 años y del secundario, que tienen entre 15 y 18 años. Generalmente, la programación empieza a las dos de la tarde, porque en la mañana están en la escuela. Y cuál es la idea, es que sea abierto para todos, no es que “aquí no se va a hablar de tal cosa o de tal otra” casi es general, la radio está abierta a todo el público.

Y con respecto a la organización de la radio, ¿cómo es?

Actualmente estamos volviendo a reorganizarnos, por una cuestión de que, como te decía, el equipo que tenemos ya armado, hace prácticamente un año que no están, entonces por ahí nos descuidamos un poco. Entonces, el muchacho dueño de la casa donde la radio está actualmente está, de alguna manera, coordinador general de la radio, porque es él quien está más tiempo. Después bueno, hay dos personas más que están en Iruya, como decía, estamos tratando de reorganizarnos. Ellos se van a poner al día con los papeles, la personería jurídica y eso, porque los trámites son bastante burocráticos y allá con internet y eso... es medio lento.

Y ¿cómo se toman las decisiones?

Es este muchacho, Sandro Bañez, se llama, es el coordinador de la radio. Después, bueno, siempre estamos hablando, nos reunimos en Capilla porque legalmente está en Capilla la radio. Si bien es cierto es abierta la radio, siempre estamos reuniéndonos con la Comisión de Capilla y los chicos que están más permanente, en este último tiempo, en la radio, y por ahí, bueno como son chicos menores, también con los padres de los chicos.

Entonces, ¿nadie trabaja, digamos, por un sueldo?

No, es todo una militancia. Es, como hablábamos con los chicos, es también una cuestión de aprendizaje, digamos, sobre todo para los chicos. Hablamos con la directora de la escuela, y sobre todo en la cuestión de la lectura, los ha favorecido muchísimo, sobre todo

porque ahí, en la propia radio no tenemos señal de internet, por ejemplo. Entonces, lo que hacían los muchachos es si se tiene un celular, es a mas o menos, 300 mts de la radio que tenés que salir a recibir el mensaje, entonces durante el día te pasan los mensajes y después del medio día van a leer los mensajes, ó, siempre papelitos, cartitas, se manejan con el papel. Entonces, siempre con los chicos hablamos, siempre antes de ir a leer, por ejemplo, con los chicos que están en la escuela primaria, de 11 12 años, por ahí, nosotros en realidad no tenemos esa cultura de leer, entonces, nos cuenta mucho. La directora nos comentaba que los chicos que van a la radio han comenzado a practicar más lectura, nos decía.

Entonces ¿quiénes pueden participar en la radio?

Cualquier miembro de la comunidad de Iruya

Uds tienen otra actividad fuera de la producción radial?

No, dejamos lo del cine por una cuestión de tiempo, porque es mucho tiempo, por ej, nosotros cuando salíamos con el cine móvil desde Iruya nos íbamos a Chilalo, a Rodeo, y de ahí nos volvíamos, y ya era toda una semana. Caminar desde una comunidad a otra y a la noche pasar la película, generalmente siempre se pasaba en una escuela. Al principio no se pasaba en las escuelas porque no había apertura de los maestros, entonces lo hacíamos en casas de familias. Luego, fueron viendo y lo pasábamos en las escuelas. Ahí, bueno, casi en todas las escuelas teníamos luz eléctrica con paneles solares, nos quedamos hasta las dos o tres de la mañana hasta que nos quedábamos sin batería y no funcionaba nada más, imagínate, ir con una pantalla de dos metros por dos metros, con un buen sonidito, y a dónde no existe la televisión, incluso algunas veces, ni siquiera radio. En algunas comunidades había muy pocas radios y en otras ni siquiera había; entonces, llegar a una comunidad con una pantalla con películas era muy impactante para la gente y los chicos no se querían mover hasta que no se apague solo.

No tenemos otra actividad, pero seguimos con las reuniones de la Kollamarca el Consejo Indígena, y más que todo es eso, básicamente la idea es pasar toda la información por la radio, y seguir fortaleciendo, de alguna manera, el Consejo Indígena desde la radio. Nos juntamos todos los presidentes, entonces la idea es darnos una mano, porque desde que una

autoridad se reúne hasta que hace una reunión en su comunidad pasa el tiempo y entonces hay que mantener la información a través de la radio, que nos sirve de mucho.

En relación al equipamiento y a la financiación. ¿Ustedes tienen equipo técnico propio?

Sí. Actualmente tenemos un equipo de muy buen alcance. La potencia no está y creo que está llegando a más de diez kilómetros, sin la potencia. Cuando tenía la potencia, ni hablar. La computadora ya está, ésta semana la solucionamos, de todos modos, tenemos otras alternativas.

A los equipos nos los dieron las CNC: una potencia, un amplificador, una consola, ahora seguimos teniendo los mismos equipos.

Con respecto a la propiedad donde está la radio, ¿es alquilada?

La radio está en la casa de una familia, que no es que se cobra alquiler si no que ayudamos a pagar la luz.

¿Y eligieron esa casa por algo en especial?

Una, porque el muchacho dueño de la casa ha estado militando mucho en nuestra organización, por lado, por otro lado es pariente, y digamos, dentro del equipo de Pueblo Viejo era el mayo y el responsable del equipito que estaba ahí. Entonces él había dicho que si es que se lleva allá, no hay problema, yo me hago cargo, no voy a cobrar alquiler así que...

¿Cómo se financian ustedes actualmente

La luz, por ejemplo, no es mucho lo que se paga. Hacemos un “bolsillo”, le colaboramos con \$10 o \$20 cada uno y ya está. Después, bueno con otra cuestión de arreglos o mantenimientos hay un muchacho que está a cargo y va una o dos veces al mes, depende, y da una vuelta por ahí...

Y ¿quién/es organiza/n o lleva/n la financiación, si es que tienen?

El mismo dueño de la casa es el que estuvo en eso, sobre todo cuando hicimos rifas. Hemos hecho un par de rifas.

Con respecto a la publicidad, ¿ustedes tienen alguna?

No, porque no existe en Iruya. El ingreso de la publicidad han sido muy pocos casos que se ha hecho con algunos negocios o de algún comedor de por ahí, del pueblo de Iruya, pero nos conocemos todos así que ellos dicen: “para qué, si me conocen todos” Sí, alguna vez, para el día de la madre, o día del niño, nos dan, ponele, un fardo de gaseosa, por ejemplo, más de intercambio.

Entiendo, entonces, ¿ustedes están abiertos a la publicidad?

Sí estamos abiertos. Se había propuesto por ahí a un par de negociantes, pero como ya te había dicho, se conocen todos, y más aún por cómo está la radio ahora, no da para hacer publicidad pero sí tiene mucho más alcance que cuando estaba en Iruya. Ahora está prácticamente mil metros más arriba, es una comunidad que está mucho más alto.

Vos hablabas al principio de esto que les pasa a ustedes y a muchas radios, que no pensaron, que es difícil mantenerse económicamente a lo largo del tiempo. ¿Cómo debería ser para ustedes el tema de la financiación, “el ideal”?

No sé... yo creo que de alguna manera, creo que los FOMECA no están mal, digamos, nada más que los tiempos son medios cortos y bueno, no sé, por ejemplo, en Iruya, es complicado con el tema de la comunicación. Bueno, con internet muchas veces se nos complica mucho las cosas. La verdad, creo que lo mejor, sería algún convenio, en vez de estar haciendo proyectos, mensualmente se baja una X cantidad de plata.

¿Y eso te parece a vos que garantizaría que, por ejemplo, estos chicos que se fueron a la municipalidad porque les ofrecieron trabajo, pueda ser que se queden?

Sí, yo creo que tranquilamente porque hay varios chicos que no todos salen a continuar estudiando, porque en Iruya, si bien, hay un terciario, no todos siguen estudiando, entonces, por hay algunos que deciden quedarse, no sé, dedicarse a la siembra, mientras tanto también van a la radio, hacen radio. Entonces, yo creo que sí, ayudarles económicamente sería mucho más favorable, digamos. ¿Por qué?, porque son pocos los que realmente lo hacen por convicción y van a dedicar tiempo a la radio, por ejemplo ahora, contenido así que los chicos están hablando no sé, deben ser durante el día 3 o 4 horas. La

radio está prendida desde las 7 de la mañana hasta las 12 de la noche, pero no hay contenido.

Ahora con respecto a la identidad de la radio, Uds tienen un nombre?

Runa Simi Kolla.

¿Y por qué eligieron ese nombre?

Bueno, veníamos hablando de cómo hacer para recuperar nuestra identidad, nuestra cultura, y qué se yo, nosotros vemos que en la escuela se habla mucho de la EIB, educación intercultural bilingüe, en la parte intercultural nos dan religión y una sola religión, por ejemplo, estaría bueno que sean todas las religiones habidas y por haber, pero en este caso, es la religión católica. Hoy, capaz, están cambiando un poco el método, pero la idea es religión católica. Y hablando del bilingüismo, inglés o francés. Entonces nosotros decíamos que teníamos que rescatar nuestra lengua, y abrimos un terciario en Iruya donde, bueno, se están preparando docentes con orientación en Educación Intercultural Bilingüe. Cuentan ahí los chicos que el quechua es re complicada, nos gustaría implementar nuestra lengua en todo lo que es educación primaria y secundaria. Y bueno, es así como nació Runa Simi, que es “la voz del hombre kolla”.

Y si ustedes tuvieran que definirse, ¿cómo lo harían?

Lo que estamos tratando de hacer es, si bien está abierto a que cualquiera vaya y haga su programa, siempre tratamos de enmarcar o resaltar lo que es la identidad y si se puede la lengua, mejor. Básicamente sería eso, tratar de buscar la forma de que llegue algún día que realmente venga cualquier contenido que sea pero siempre con identidad cultural al local.

Entonces ¿ustedes se definirían como una radio indígena?

Sí, totalmente.

Y con respecto a la programación, que ya me contaste un poco, ¿cuántas horas y días de programación tienen al aire?

Es toda la semana, de lunes a lunes, se prende a las 7 de la mañana la radio hasta las 11 o 12 de la noche, pero la programación es de tres horas por día, y entre eso, generalmente a partir de las dos de la tarde van los chicos a hacer su programa de radio, otros van a las 4 o a las 5 de la tarde, entre tres y cuatro horas. Los fines de semana van los chicos también, algún dirigente también se pasa por la radio, etc.

¿Ustedes sólo tienen producción propia? ¿O retransmiten o pasan otro contenido?

El único contenido que estamos hoy retransmitiendo son los miércoles de 9 a 12 de la mañana de una radio municipal digamos que los programas los hacen los técnicos de la sub secretaría de agricultura familiar, que también son chicos de las comunidades. Y después bueno, en algún momento si hemos estado retransmitiendo las noticias de TeleSur, actualmente no lo estamos haciendo porque cuando hemos trasladado la radio teníamos que trasladar la antena de televisión abierta pero no hemos podido trasladar porque no sabíamos ubicarla con el satélite y después, bueno, se nos había vencido la tarjeta y no la hemos hecho actualizar con la CNC. Después habíamos hablado con la CNC para que vinieran, bueno, en algún momento estarán pasando por Iruya seguramente, capaz que en setiembre, nos dijeron que iban a andar por acá.

Entonces, ¿sólo TeleSur?

Y también retransmitíamos algunas cosas de PAKA PAKA, había algunas cosas de pueblos originarios.

Y ¿qué fuentes de información usan? ¿Algún diario, por ejemplo?

No, diarios allá no existen. Más que todo es todo local, generalmente no transmitimos noticias de otros lados. Muy pocas veces, por ejemplo algunas veces cuando llega algún correo de alguna otra comunidad, ya sea del sur o de otro lado.

Y transmiten en lengua originaria?

No. Sí tenemos un regionalismo que es muy particular, porque es una mezcla de quechua y castellano, pero que en este último tiempo se están castellanizando mucho más las palabras que tenemos nosotros en quechua, pero no tenemos uno fluido, digamos.

¿Y les gustaría hacerlo?

Sí, nos gustaría. Es complicado porque cuando nosotros volvimos con el resto de los muchachos a Iruya nos trataban de bolivianos, nuestros propios hermanos, nuestros propios parientes incluso, después, bueno, nos hemos decidido y dijimos, tenemos que rescatar nuestra lengua, que es el quechua. Imaginate, si al vernos con la whipala nos trataban de bolivianos... pero ¿por qué? porque también años antes en la educación siempre se ha hablado en la educación que ser boliviano es algo malo, muy despectivo, entonces desde ese lado es complicado. Pero, bueno, nosotros hemos estado haciendo como una encuesta, digamos, el año pasado de una carrera para abrir en Iruya y entre esas era profesor de Quechua. Pensar que, nosotros, de alguna manera, como dirigentes queremos eso pero , ¿vamos a ir a estudiar?, entonces, preguntemos a los que vayan a estudiar; por eso nos sorprendió porque era la carrera que había ganado por un 100% de votos, querían que se diera el profesorado de quechua, hay interés entonces.

¿Cómo cubrieron, o transmitieron u opinaron algo sobre los últimos asuntos/conflictos de los pueblos originarios en estos últimos tiempos?

No es que hicimos un programa específico pero siempre nos están llegando informaciones, y eso sí la pasamos, la socializamos a través de la radio. Eso sí, pero después decir “vamos a hacer un programa exclusivamente por los wichis y el atropello que hay”, por ejemplo, no hemos hecho ningún programa pero sí pasamos, socializamos los comunicados que nos llegan.

¿Tienen relación con otros medios de la zona?

De la zona, bueno, la única radio es la de la municipalidad, es la única. Igual hay un par de radios cerca, en este último encuentro hemos estado invitando a las radios a que mandaran chicos que se capaciten pero no vino nadie.

¿Y con otras instituciones del zona, por ejemplo, la iglesia, algún comedor?

Sí, tenemos relación. Por eso, como te decía, de alguna manera está abierto a todos, actualmente, también se ha creado un Consejo Social dentro de Iruya donde está la iglesia, la escuela, los colegios, la policía, donde bueno, se trata de discutir las problemáticas que

hay y también tratar de armar alguna estrategia de solución a través de todos. Y bueno, esas cosas también se transmiten a través de la radio.

¿Hay otras organizaciones /instituciones que tengan un programa en la grilla?

Sí, la de los chicos de la escuela, que tienen toda la grilla.

Y ¿cómo fue esto que ustedes empezaron a pensar en los chicos de la escuela, y no, por ejemplo, en la iglesia?

Y, con la iglesia, hay unas diferencias...

Nosotros habíamos empezado con el cine en las comunidades y veíamos el impacto, por un lado, y por otro lado, son quiénes “le agarran más rápido la manos”. Los mayores sí colaboran pero por ahí están en otra cosa, y también, es un espacio donde vayan a entretenerse, porque si no, bueno, “nos juntamos allá, nos chupamos unos vinos” y nos dedicamos a otra cosa. Entonces, les decís, vamos a la radio, la tomamos como una responsabilidad, no vamos a ir a joder ni ninguna de esas cuestiones; es más, creo que de alguna manera, hablando con los padres, salió de una manera favorable, porque, como decía, en el caso de la lectura los ha ayudado, también para animarse a hablar, y soltarse también. Básicamente, pensado en todo eso, en los chicos, que son quienes agarran la mano más rápidamente y por otro lado también pensando en que también sea un espacio de aprendizaje, si el día de mañana ellos se quieren ir a estudiar, y que vayan adquiriendo conocimiento.

¿Cómo es la relación con la comunidad?

Creo que los dirigentes de capilla son bastantes políticos, generalmente estamos bien casi con todos, obviamente con quién no se puede hablar de ciertas cosas, y bueno, no hablamos. Pero, en la comunidad somos bien recibidos, los dirigentes de la comunidad de Capilla estamos liderando el Consejo Indígena y el MCP así que...nos llevamos bien.

¿La comunidad, entonces, los conoce? ¿Es conocida la radio?

Sí, nada más que bueno, como te decía, cuando se quemó el equipo dejamos de transmitir un tiempo y después volvimos a transmitir así no más y nos dimos cuenta que salía bastante lejos sin la potencia, así que seguimos transmitiendo sin la potencia.

Con respecto a la LSCA ¿Ustedes conocen actualmente la ley?

Sí, la conocemos

Hemos sido alrededor de seis personas de Iruya que hemos estado participando pero actualmente que estamos en la radio somos tres de ese equipo que hemos estado.

¿Y ustedes participaron de la idea de comunicación con identidad?

Hemos estado dentro de ese equipo desde un principio, desde el primer día que nos dijeron que “mirá, si nosotros hoy como gobierno los tenemos en cuenta...”y bueno, nada, quisimos nosotros poner nuestro aporte también, dentro de esa nueva Ley de Medios, así que creo que de alguna manera, desde Iruya hemos sido seis personas que hemos estado yendo casi siempre a estos debates y participando, y bueno, ahí estamos hoy.

¿Creen que es importante la LSCA?

De alguna manera sí, creo que tiene su grado de importancia, nada más que la cuestión es cómo se va dando, ¿no? Pero también tiene que ver por ahí, con el tiempo de nosotros, con la organización nuestra, porque creo que si nadie lo impulsa, nadie dice nada, obviamente que va a ser negativo y no va a funcionar, como pasa con las otras leyes, que si no las ejercemos o las ponemos en práctica nosotros, no las pone en práctica nadie. Ahora, creo que por ahí, lo que sí nos falta es, tal vez, articular este equipo y activar nuevamente, tal vez haya algunas diferencias, pero creo que si dejamos esas diferencias de lado entre todos e impulsamos nuevamente que se cumpla, creo que sería muy positivo, pero si es que no articulamos y nos vamos quedando en lugar de avanzar, vamos para atrás.

¿Cómo es la relación con el estado?

Con AFSCA no hay mucho problema, nada más el tema, un poco los tiempos y un poco las distancias, eso es lo que nos limita.

¿Sufrieron alguna amenaza, algún tipo de violencia?

No, por ahí, dentro de la radio no, porque dentro de lo que es la región no hay tanta diferencia, es más, digamos, creo que apareció la radio, ahí no más se cambió de intendencia, en ese momentos hicimos un acuerdo con el intendente actual, se fueron rompiendo los acuerdos, no hay diálogo pero tampoco hay diferencias. Sí, por ahí, con la provincia ha habido amenaza, a través del teléfono, correo, cuando hemos estado haciendo alguna movilización como Kollamarca, no como radio específicamente.

Si ustedes tuvieran q hablar con otras experiencias de radios indígenas, ¿qué les dirían como aspectos positivos y negativos?

Creo que lo bueno, es poder tener una radio y poder manejar vos, y ser vos es dueño del tiempo de la radio, eso es bueno digamos. Y por otro lado, los que pongamos pilas a esto, a pulmón, creo que lo vamos a valorizar más que cuando sea pagado. Porque, ahora cuando te pagan y el día que no te pagan creo que te vas y no lo valorizás lo mismo.

Y después, lo malo, yo creo que simplemente es tratar de organizarse bien porque de alguna manera en un momento, como nos organizamos bien, estaba todo bien, funciona todo bien y cuando nos dimos cuenta íbamos en bajada. Es por ahí, como decíamos con el tema de los proyectos, si nos dormimos es una cuestión nuestra, y creo q hay que tomarlo con más responsabilidad. Creo que si uno se organiza bien, va a estar todo bien, tiene que haber diálogo en el equipo más que todo, más permanente.

¿Cuál es la perspectiva respecto sobre el futuro de la LSCA?

Yo creo que mucho va a depender de nosotros, porque si se cambia de gobierno o no, lo sabremos, pero si nosotros no insistimos, ni nada, no creo que haya mucha voluntad de hacerlos ellos de la parte de ellos, no te creo que te vengan a ofrecer nada. Pero sí, si nosotros seguimos buscando el diálogo como hasta ahora lo seguimos haciendo, e insistiendo, creo que se tendría que seguir aplicando la Ley. Creo que cuanto más diálogo haya entre las radios y las otras organizaciones de Argentina, creo que se va a seguir dando.

La idea es volver a levantarnos con toda la fuerza que ha estado capaz en un primer momento y tratar de llegar a la gente q hoy nosotros vemos, a la gente que sale a regar sus

chacras, a pastear sus ovejas con la radio, y creo que la idea es seguir creciendo en ese sentido, cosa que la gente no pueda vivir sin la radio, así que , de alguna manera, la radio es el medio más económico y más fácil para las comunidades, porque no llega luz eléctrica, el diario no existe.