

Políticas de comunicação e sustentabilidade dos meios comunitários

Políticas de comunicación y sostenibilidad de los medios comunitarios

Communication policies and sustainability of community media

Mauro Cerbino

Profesor de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso). Orcid: 0000-0002-4102-0919. Contacto: mcerbino@flacso.edu.ec.

Gissela Dávila

Directora del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal). Orcid: 0009-0005-4941-6810. Contacto: gdavila@ciespal.org.

Autores convidados



Creative Commons



Atribuição



Não comercial



Compartilha igual

<https://br.creativecommons.net/licencas/>

Resumo

É um fato histórico significativo que na América Latina tenham havido experiências em torno da constituição de meios de comunicação comunitários, alternativos e populares, que souberam interpretar as demandas e necessidades de grupos e organizações sociais. Isto contribuiu para realçar a importância de ter políticas de comunicação na região orientadas para um exercício efetivo do direito de comunicar, baseado na democratização dos sistemas nacionais de comunicação mediática, para além da existência de meios de comunicação de propriedade comercial ou privada. Apesar dos esforços envidados nos últimos anos em alguns países, bem como de alguns retrocessos, a questão central gira em torno do problema da sustentabilidade económica destes meios de comunicação.

Palavras-chave: Mídia comunitária; Sustentabilidade; Políticas de comunicação; Comunicação comum; Lei da comunicação.

Resumen

Es un hecho histórico de trascendencia que en Latinoamérica se han dado experiencias en torno a la constitución de medios comunitarios, alternativos y populares, que han sabido interpretar demandas y necesidades de colectivos y organizaciones sociales. Ello ha contribuido a poner de manifiesto la importancia de que en la región se cuente con políticas de comunicación orientadas hacia un efectivo ejercicio del derecho a comunicar, basado en la democratización de los sistemas nacionales de comunicación mediática, más allá de la existencia de los medios de titularidad comercial o privada. Pese a los esfuerzos realizados en años recientes en algunos países, además, de algunos retrocesos, la cuestión central gira alrededor del problema de la sostenibilidad económica de estos medios.

Palabras-clave: Medios comunitarios; Sostenibilidad; Políticas de comunicación; Comunicación del común; Ley de comunicación.

Abstract

It is a historical fact of significance that in Latin America there have been experiences around the constitution of community, alternative and popular media, which have known how to interpret the demands and needs of groups and social organizations. This has contributed to highlighting the importance of having communication policies in the region oriented towards an effective exercise of the right to communicate, based on the democratization of national media communication systems, beyond the existence of the media. of commercial or private ownership. Despite the efforts made in recent years in some countries, as well as some setbacks, the central issue revolves around the problem of the economic sustainability of these media.

Keywords: Community media; Sustainability; Communication policies; Common communication; Communication law.

Introducción

En América Latina existe una larga tradición de experiencias ligadas a los medios de carácter popular, comunitario, alternativo, ciudadano, educativo, libres, radicales, asociativas, indígenas, del tercer sector (Krohling Peruzzo, Chaparro Escudero y Torrico, 2019; Segura y Weckesser (ed.), 2016; Cerbino 2018; Cerbino y Belotti 2016; Vinelli 2011). En la mayoría se observa su naturaleza organizativa basada en la pertenencia social (Peralta García et al., 2023) de tal modo que cuentan con una misma raíz, aun cuando pueden tener significativas diferencias. En general estos medios tienen como propósito principal el ejercicio pleno del derecho a comunicar, con sentido colectivo, amplia participación social y con una propuesta propia de gestión/autogestión social, sin ánimo de lucro.

En la región, durante los años 40 y 50, tres experiencias educomunicacionales marcan lo que será el inicio de las escuelas radiofónicas, todas cruzadas por un deseo de transformación de las condiciones de la población en donde se asentarían, para lo que fue necesario aplicar metodologías de aprendizaje participativo, reflexivo y multiplicador, como lo relata Luis Ramiro Beltrán: "recepción - reflexión decisión - y acción colectiva" (Beltrán, 2005, p.57). En este contexto se vería nacer a Radio Sutatenza - Acción Cultural Popular, en Colombia.

Más al sur, las radios mineras de Bolivia brindarían la primera experiencia de sostenibilidad comunitaria, una que procura recursos desde sus bases, dando cuenta de la necesidad de comunicarse, organizarse y amplificar sus propias demandas:

Unos veinte años antes de que Paulo Freire propusiera devolver la palabra al pueblo, se la tomaron en Bolivia paupérrimos trabajadores indígenas empleados en la extracción de minerales. Resueltos a comunicarse mejor entre sí y a dejarse oír por sus compatriotas en español y en quechua, estos sindicalistas establecieron por sí solos -con cuotas de sus magros salarios y sin experiencia en producción radiofónica- pequeñas y rudimentarias radioemisoras autogestionarias de corto alcance. Las emplearon democráticamente instaurando en forma gratuita y libre la estrategia de "micrófono abierto" al servicio de todos los ciudadanos. Si bien daban énfasis a información y comentarios sobre sus luchas contra la explotación y la opresión, hacían sus programas no sólo en socavones, ingenios mineros o sedes sindicales, sino también en escuelas, iglesias, mercados, canchas deportivas y plazas, así como visitando hogares. Así llegaron pronto a operar como "radios del pueblo". Al término de la década de 1950 habían logrado formar una red nacional de alrededor de 33 emisoras portadoras de la "vox populi", algunas de las cuales serían más tarde objeto de violenta represión gubernamental (Beltrán, 2005, p.57).

Durante la década de los sesenta del siglo pasado, aparece en la provincia de Chimborazo la primera radio comunitaria ecuatoriana, llamada Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador - ERPE, por iniciativa de monseñor Leónidas Proaño, quien intentaba poner en marcha algunos de los principios de la teología de la liberación, especialmente la alfabetización de la población rural. Tal era la pobreza y el abandono de las comunidades indígenas de la región ecuatoriana que a Proaño le parecía que, desde la educación y el consecuente desarrollo de sus capacidades organizativas, podían tomar conciencia de su condición y encontrar el camino para participar activamente en la definición de su "desarrollo".

También en los años 60, se debate sobre el papel de los medios de comunicación como propulsores de la modernización, las innovaciones, las transformaciones en el consumo social. Para que la población adopte comportamientos funcionales a indicadores que darán cuenta de lo que se llamaría progreso, cambio social, desarrollo, este último medido siempre en clave económica y bajo parámetros impuestos desde el norte; el objetivo es aplicarlos a los países del "tercer mundo", "en desarrollo" "sub desarrollados" (Cerbino y Dávila, 2024). Así, se

impondría a la comunicación un calificativo que traería controversias sobre el significado del desarrollo: comunicación de apoyo al desarrollo; comunicación de desarrollo; y, comunicación para el desarrollo (Beltrán, 2005).

La discusión sobre la necesidad de que la comunicación no sea un indicador del desarrollo económico de los países latinoamericanos, inició entre los 70 y 80, con el apoyo de UNESCO. Se firmaría la Declaración de San José y se presentaría el informe McBride, en los que, entre otros puntos, se propone la inclusión de políticas nacionales de comunicación, con una mirada más democrática, justa y alternativa. El argentino Máximo Simpson propondría cinco claves para romper el modelo impuesto, entre ellas, se destaca la propiedad social de los medios (Simpson, 2005 apud Beltrán, 2005) y la cuestión gira en torno a la obligación que tiene el Estado en la administración del recurso del espectro radioeléctrico, de evitar que éste se convierta en recurso explotable económicamente, dado que afectaría directamente la naturaleza no mercantil que dicho recurso debe tener (Cerbino, 2018).

Más recientemente Cerbino, ha propuesto cinco claves para concebir una comunicación del común, frente a las amenazas del modelo neoliberal que opera a escala global:

- i. La articulación de la comunicación de proximidad y mediática en la densidad antropológica del lugar;
- ii. la participación social de sujetos reunidos en la esfera del común como condición para configurar nuevos modos de producción de contenidos y evitar la separación entre generación de información y recepción;
- iii. la propiedad difusa de los bienes y recursos de la comunicación (incluye el espectro radioeléctrico y las plataformas digitales) con los que se incorpore al espacio común concebido como espacio de intercambio libre de reglas preconstituidas, o sea de reglas que pretendan establecer de antemano la legitimidad del pensar y decir de los sujetos tanto en lo formal como en lo sustantivo;
- iv. la transformación en la producción de información desde el valor de cambio al valor de uso, en contraste con todas las formas de aplicación de valores noticias que se prestan para la mercantilización de la información;
- v. la recuperación de la centralidad de la vida cotidiana, en sus aspectos de ordinaria complejidad, como escenario propicio para generar información del común (infocomún) (2018, p.185).

Con las que se reafirma la necesidad de contar con una comunicación de proximidad que sea una "herramienta para la construcción material y simbólica de un espacio colectivo de (re)conocimiento y (re)creación de identidades" (Cerbino, 2018, p. 163). Esta propuesta permite mover la mirada y salir de la categoría de comunicación para el desarrollo vano, inacabable y siempre en carencia, y transitar hacia lo que plantean Manuel Chaparro, Lara Espinar, Ámal El Mohammadiane y Lidia Peralta, una comunicación para el "posdesarrollo o decrecimiento", "la transición ecosocial", "la decolonialidad", convirtiéndola en un factor de "empoderamiento ciudadano para la construcción de sociedades más equitativas, capaces de trascender local y globalmente en un afán de convivir en y con el planeta" (Chaparro Escudero et al., 2020, p.65).

Cuando nos referimos a los medios de comunicación populares, comunitarios, alternativos, estamos frente a un colectivo diverso, que se relaciona desde un acuerdo común y que establece condiciones que permiten un trabajo sostenido para el cumplimiento de objetivos. Se trata de un "proceso de constitución por medio del cual el colectivo puede llegar a ser un sujeto social (...) Las experiencias de radios educativas, populares y comunitarias trascienden sus realizaciones momentáneas, ya que constituyen un espacio donde el colectivo se reconoce en una identidad mayor dotada de fuerza para poder llevar a cabo su proyecto" (Peppino Barale, 1999, p. 27-28). La comunicación popular, por tanto, más que un instrumento, es un elemento constitutivo de los movimientos sociales, su acción colectiva y militancia.

Lo esencial de las políticas de comunicación

Luego de esta introducción y contextualización de las categorías que utilizaremos en el artículo, proponemos una mirada de la sostenibilidad de los medios comunitarios en tres dimensiones que se articulan entre ellas, las mismas que ya cuentan con experiencia probada por redes como CORAPE (Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador) y ALER (Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular): sostenibilidad social; sostenibilidad de producción; y sostenibilidad económica. Solo la articulación de estas tres dimensiones permite garantizar que un proyecto comunitario en el plano mediático se mantenga en el tiempo.

La sostenibilidad social se cimienta en la comunidad o más generalmente en el colectivo, del que el medio es expresión y al que sirve. Sin esta organización social el proyecto político comunicativo no tendría sustento. Se trata de un sentido de pertenencia por historias y lugares comunes, en donde cada sujeto crea espacios colectivos, se compromete y tiene responsabilidad comunitaria, lo que hace más democrática la participación (Cerbino, 2018).

Esto además marca, a saber, una diferencia radical con los medios comerciales debido a que la mediación social se cumple de un modo que evitaría la subsunción del trabajo periodístico y el valor económico de la información, propia del sistema capitalista dominante, de la que los medios comerciales son una parte fundamental en tanto que reproductores del mismo (Bolaño, 2012).

La sostenibilidad de producción tiene que ver con ser coherente y correspondiente (ALER, 2010) entre los objetivos, el proyecto político comunicativo y la programación con la que cuentan los medios, con el compromiso asumido por los integrantes del colectivo de cumplir con la producción de contenidos. Se trata de una "programación que debe ir en consecuencia con el cumplimiento del objetivo común como condición de su vigencia, y credibilidad" (Dávila Cobo; Molina, 2019, p. 11).

Finalmente la sostenibilidad económica, que dependerá de la voluntad de sus integrantes (el colectivo fundador) y que sin embargo requiere del reconocimiento y fomento del Estado, como un espacio que garantiza la participación democrática de ciudadanas y ciudadanos, a través del uso del espectro radioeléctrico – entendido como un patrimonio común de la humanidad administrado por los Estados, al servicio de la ciudadanía y no de los grupos empresariales, según lo define la Unión Internacional de Telecomunicaciones -UIT (UIT-D, 2014, p.4).

Una de las luchas más complejas e importantes, en cuanto a la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios, es la que tiene que ver con su reconocimiento, incidencia y trascendencia, en el marco de los planes nacionales de comunicación. Hasta la década del dos mil, varios países latinoamericanos mantenían caducas y discriminatorias leyes de telecomunicaciones, las mismas que venían manteniéndose desde las dictaduras de los años 70.

En dichas leyes, lo que prevalecía era el desconocimiento de la comunicación comunitaria, la misma que se encontraba subordinada a los medios públicos o era inexistente. Entre las condiciones que se les imponía o impone contamos: prohibición de difundir publicidad pagada; restricción de cobertura, con lo que no pueden alcanzar ni siquiera a la población fundadora; contar con permisos de las fuerzas armadas para determinar que su programación no atente contra la seguridad nacional; obligación de competir por frecuencias en subastas, con lo que se coarta las aspiraciones de organizaciones sociales o comunidades que no cuentan con los recursos económicos. Estas condiciones obligaban a varios medios comunitarios a optar por transmitir desde frecuencias de carácter privado y someterse a las condiciones del mercado para subsistir.

La trascendencia de las políticas de comunicación, tiene que ver con el marco regulatorio que

procura contar con "(...) principios y normas establecidos para orientar la actuación de los sistemas de comunicación (...). Al derivarse de una ideología política, de las condiciones sociales, económicas, culturales y jurídicas del país y del sistema de valores que le inspira, procura relacionarlos con las necesidades reales en materia de comunicación y con las oportunidades al respecto." (Dias et al., 1979, p.5,6). Países como Venezuela, Bolivia, Argentina, Uruguay, Ecuador, Colombia y México, cuentan con nuevos principios contenidos en sus Constituciones y leyes de comunicación, en las que se logra reconocer la existencia de medios comunitarios, populares, ciudadanos o indígenas, y se cuenta con marcos regulatorios que los ampara.

En el caso de Ecuador, la aprobación de la ley orgánica de comunicación en 2013 tuvo antecedentes que dan cuenta de una acción colectiva (Tilly, 1990), que viabilizó una plataforma para la propuesta, discusión y presión política, necesaria a la hora de buscar que, por primera vez, se incluya el sector comunitario de la comunicación, tanto en la Constitución (2008), como en la posterior Ley Orgánica de Comunicación (2013). Como toda acción política los grupos y organizaciones civiles, van transitando por ajustes y cambios que dan cuenta de la heterogeneidad de la sociedad. Es así que el colectivo más representativo y el que inició el proceso fue el Foro por la Comunicación, integrado por la Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador, CORAPE; la Facultad de Comunicación de la Universidad Central, FACSU; la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, CONAIE; Ecuador Runakunapak Riccharimui, ECUARRUNARI; la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular, ALER; la Asociación Latinoamericana de Información, ALAI; Radialistas Apasionados y Apasionadas; Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación, OCLACC; investigadores y profesionales de la comunicación.

El Foro de la Comunicación, propone los primeros argumentos y artículos para reformar la Carta Política del Ecuador (2007-2008), en la Asamblea Constituyente de Montecristi. Esta es la primera vez que Ecuador cuenta con una construcción y debate colectivo con este fin. Es importante referir que el contexto político del que se desprende este proceso estuvo cargado por la apatía y desencanto popular. Se produjo luego del derrocamiento del entonces presidente Lucio Gutiérrez, en el que el clamor popular fue "que se vayan todos", capitalizado por Rafael Correa, quien en el 2007 destituiría al entonces Congreso Nacional, instalaría la Constituyente que elaboró la Constitución vigente aprobada con el 63% del voto popular. Sin duda alguna, fue una época en la que la ciudadanía generó espacios para debatir y proponer los contenidos necesarios para reivindicar la democratización de la comunicación, en línea con las luchas de amplios sectores sociales por tener medios comunitarios, al menos desde los 90. La Constitución reconoce a los medios comunitarios, como uno de los sectores de la comunicación junto con el público y el privado. El Estado ecuatoriano asume así la deuda histórica hacia estos medios y los respectivos colectivos de los que son emanados, los que siendo parte de la historia constitutiva del país, han sido - sin embargo, ignorados por los gobiernos ecuatorianos (Cerbino; Belotti, 2018).

Respecto de la elaboración de la ley de comunicación se fueron sumando más actores. Dentro de los movimientos ciudadanos, sociales y académicos se constituyó el Colectivo Ciudadano por los Derechos de la Comunicación, el que, además de algunas organizaciones del Foro de comunicación, participaron: "la Agencia de Comunicación de Niños, Niñas y Adolescentes, la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina -CIESPAL-, el Colectivo Docentes de la Comunicación, el Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia, la Consultora GAMAZOR, la Facultad de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, Mujeres por la Vida de Rumiñahui, la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación -OCLACC-, Radialistas Apasionadas y Apasionados, Red Infodesarrollo, así como los Ex-miembros de la Comisión de Auditoría de Frecuencias y la Asociación de Graduados de Comunicación de la Universidad Central; APC" (Carrillo, 2019, p. 12-13). La necesidad de unidad para contar con

un frente común hizo que los movimientos y organizaciones sociales se reagrupen, bajo el nombre de Autoconvocadas y Autoconvocados por la Ley de Comunicación, colectivo desde el que se impulsaría la aprobación de la LOC, en 2013.

Para llegar a esta aprobación jugó un papel importante la red CORAPE que, junto con varias de las organizaciones antes mencionadas y el apoyo fundamental de ALER y AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), por su experiencia en las recientes conquistas legislativas en esta materia, en Argentina y Uruguay, respectivamente, organizaron foros, debates, campañas y en particular la "Caravana por la Ley de Comunicación" que recorrería el país, analizando, recogiendo propuestas y trabajando en artículos desde la ciudadanía que se constituirían en los "Diez puntos por la LOC", que cuentan como repertorios lingüísticos desde el planteamiento de Tarrow (1997), entre los que se encontraban aspectos irrenunciables en la lucha, como el reparto equitativo del espectro radioeléctrico en: 34% para medios comunitarios, 33% para medios públicos y 33% para medios comerciales.

Tuvieron que pasar cinco años para contar los votos requeridos en la Asamblea Nacional y alcanzar varias de las demandas de los sectores sociales. Sin embargo, quedó una desazón, al momento en el que se introdujeron artículos que no habían sido socializados y mucho menos discutidos, entre los que contamos: la creación de la Superintendencia de Comunicación; Linchamiento Mediático; y, una composición desigual del Consejo de Comunicación. Años después, estos artículos fueron el pretexto para que el sistema de medios comerciales, gracias a su lobbying, promoviera algunas reformas a la LOC que incluyó también la modificación del principio equitativo de la distribución de las frecuencias, con el resultado que, en el 2022, se incluyó la disposición que los medios comunitarios pueden obtener no el 34 % sino hasta ese porcentaje. Además se redujo al 10% la cuota del espectro radioeléctrico para los medios públicos con evidente beneficio para el sector de los medios comerciales.

Una situación similar se dio en otros países latinoamericanos, donde se dieron retrocesos en derechos ya adquiridos, entre los que contamos, además de Ecuador, Argentina y Uruguay. En el caso ecuatoriano, la LOC de 2013, estableció un marco jurídico, al amparo del cual, se podría hacer prosperar al sector mediático de naturaleza comunitario. Sin embargo, los gobiernos, abiertamente de derecha y de signo neoliberal de los últimos años, han determinado que este sector enfrente presente, en la actualidad, los mismos problemas, especialmente en términos de sostenibilidad, que históricamente se que históricamente se presentaron enfrentó ya en sus inicios desde sus inicios. Esto porque se ha invertido la tendencia que debió conducir a que el Estado reconozca y cumpla con la obligación constitucional de que, a través de acciones afirmativas, se permita al sector de los medios comunitarios contar con las condiciones y reglas que viabilicen su existencia sostenible.

El problema de la sostenibilidad

En este panorama es necesario profundizar la discusión en torno a los problemas que se suscitan en cuanto a la sostenibilidad. Anteriormente hemos indicado la importancia de pensar en ella desde la articulación de las tres dimensiones que la componen y complejizan: social, económica y productiva. Afirmamos, sin embargo, que el punto de partida es la sostenibilidad social, de la cual se derivan las otras dos. ¿Por qué establecer esta causalidad entre las tres dimensiones de sostenibilidad? La principal respuesta reside en tener en cuenta las motivaciones que conducen a una organización a estructurar su acción colectiva apoyándose en la creación de un medio de comunicación.

A diferencia de los medios de titularidad privada o comercial, que conciben la acción del medio pensando en la rentabilidad económica (como actividad mercantil) y política (para asegurar o consolidar dicha actividad), los medios alternativos, sin fines de lucro, son emanación directa de necesidades de representación simbólica de realidades inobservadas por los medios

comerciales y que afectan a quienes se constituyen en colectivos y organizaciones de la sociedad civil. El único “negocio” o la única competencia, por tanto, que disputan los medios alternativos o comunitarios con los medios comerciales, se inscribe de lleno en los modos de producción de contenidos necesarios para garantizar una efectiva pluralidad de posiciones orientadas a ejercer el derecho a la diversidad de lecturas de la realidad.

Ahora bien, resulta que los colectivos y organizaciones sociales que han madurado la exigencia de actuar alrededor de la tenencia de un medio de comunicación, en su mayoría, no disponen de los recursos económicos para estos fines. Como sabemos, se trata de actores para los cuales el medio podría representar una oportunidad para reivindicar no solo derechos desatendidos, sino también, para manifestar condiciones de precariedad económica. Por tanto, si la capacidad organizativa reflejada en la consolidación de un proyecto de acción social es la condición necesaria para garantizar la participación activa, orgánica y no instrumental del colectivo, en la construcción de un medio de comunicación – en el sentido, sobre todo, de la voluntad de aportar con ideas y contenidos de interés común – observadas las pocas capacidades instaladas para hacer frente a las necesidades económicas del medio, debemos afirmar que la sola sostenibilidad social, aun cuando fundamental, no es suficiente.

De ahí deriva que la lucha social y política de colectivos y organizaciones para la sostenibilidad de los medios comunitarios implica la formulación de demandas claras al Estado, lo cual significa la elaboración de estrategias de acción colectiva de signo político en un ejercicio de incidencia hacia el Estado para obtener incidencia hacia el Estado. No se posible descartar esta postura, hay suficientes razones para establecer una plataforma de demandas en este sentido. Hay al menos dos.

La primera, de orden conceptual, es que el Estado tiene la obligación constitucional (pese a los retrocesos que hemos anotado en la actualidad) de ejercer la rectoría de políticas tendientes a garantizar la comunicación mediática según los principios de pluralidad y diversidad, o sea, en el sentido efectivo de su democratización. Para cumplir con esta obligación, el Estado, no puede actuar de modo imparcial, apelando al libre mercado en la competencia para asignar frecuencias a los prestadores de servicios de comunicación, porque significaría actuar a favor de una parte de la sociedad, la que dispone de los recursos suficientes para competir, discriminando de hecho a la otra (probablemente mayoritaria) que carece de recursos.

En otras palabras, el rol del Estado cumpliendo las disposiciones constitucionales no puede abonar a la lógica de la libre competencia cuando no todos los actores potenciales de ella están en las mismas condiciones económicas de partida. De hacerlo, es evidente que renunciará a la garantía de los principios de pluralidad y diversidad, abonando así a que dichos principios sean solo meramente retóricos, haciendo propias las afirmaciones de los mismos medios comerciales, de que son ellos los únicos paladines o representantes calificados del ejercicio de la libertad de expresión. La consecuencia es que el Estado seguirá acumulando la ya abultada deuda histórica que mantiene con amplios sectores de la población en materia del derecho a comunicar que estos reclaman.

La segunda razón del porque el Estado debe ser el destinatario de las demandas sociales para garantizar el derecho a comunicar es de orden histórico político. Se debe considerar que el Estado contribuye significativamente, a través del alto gasto en publicidad, directamente a la sostenibilidad económica de los medios comerciales. Establecer, de antemano, mecanismos similares respecto de los medios comunitarios sería un modo justo de repartir los recursos públicos, garantizado así una efectiva democratización de la comunicación mediática en términos de diversidad y pluralidad de voces.

Si al mismo tiempo pensamos en una situación en la cual los medios comunitarios no logran articular las demandas, en el sentido señalado, entonces queda claro que otra posibilidad es que sea la propia comunidad u organización, a la que se debe la radio comunitaria y las

modalidades de su funcionamiento, las que deben elaborar estrategias de sostenibilidad económica, que así dependerán necesariamente de la capacidad de aglutinación de los integrantes de la comunidad u organización, alrededor del proyecto y permanencia del medio. Concibiendo la sostenibilidad social como el planteamiento y la puesta en marcha de los proyectos comunicacionales que la comunidad u organización elaboran con fines de incidencia social y política en el territorio en el que su accionar se desarrolla. Así, la sostenibilidad social podrá ser la conditio sine qua non de la sostenibilidad económica: el medio proyectado como necesidad viva por la comunidad u organización social será de titularidad de sus miembros, aportando así económicamente a él.

En efecto, se ha podido observar las consecuencias que acarrea el hecho de que el medio pierde a su comunidad u organización, entre ellas, asumir los rasgos de un medio comercial, esto es, con intereses vinculados a pocos, y perderá su bien más precioso: la elaboración de contenidos de efectiva relevancia social porque están generados por la comunidad u organización y no únicamente por quienes son empleados del medio. La conexión entre generación de contenidos, basada en unos modos de producción vinculados al propio funcionamiento de la organización social, abona ciertamente a definir la identidad tanto de la organización como del medio. En los últimos años se han presentado, en relación con el problema de la identidad, algunos nuevos desafíos ligados a la propia dinámica social de los cambios generacionales, de quienes operan las radios y quienes conforman internamente la organización social.

Del análisis se desprende que, aun cuando la intensidad de las manifestaciones populares y la organización de colectivos no es igual en los países de la región, la conquista del derecho se alcanza gracias a estas luchas, como único camino para la reivindicación de estos sectores. Sin embargo, el ejercicio del derecho, requiere de la intervención del Estado, sobre todo, cuando hablamos de acciones afirmativas en la política pública y de la creación de fondos de fomento para medios comunitarios e indígenas (como es el caso de Argentina). Son los Estados los que deben reconocer la transcendencia de los medios comunitarios, más aún, cuando en varias oportunidades, son estos medios los que lo reemplazan, al trabajar en educación, salud, organización y cuidado de la democracia. Se trata de distribuir de manera adecuada los recursos públicos que se destinan a la publicidad y asegurar otros fondos para la instalación y mantenimiento de dichos medios.

A manera de conclusión

Partiendo del reconocimiento de que los medios de comunicación comunitarios, existen desde antes de su visibilización en las leyes de los Estados, también tenemos que reconocer que se han generado formas alternativas de sostenibilidad, siempre basadas en los tres pilares que nombramos al inicio de este artículo. Sin sostenibilidad social, no hay proyecto que pueda resistir a las crisis económicas y políticas de las que son objeto los medios comunitarios. Es esta sostenibilidad la que asegura que los proyectos políticos comunicativos se mantengan en el tiempo. Esto, siempre y cuando su misión y visión estén reflejadas en su programación, con lo que responden a las necesidades de la comunidad. La sostenibilidad económica no se puede dejar de lado, pero hay ejemplos que evidencian cómo algunos medios se mantienen con el apoyo ciudadano.

Tales son los casos de: Radio Ilumán, ubicada en la provincia de Imbabura, al norte del Ecuador, que cuenta con una gran base social que en sus inicios aportaba para su mantenimiento y que hoy, gracias a su incidencia puede generar fondos de autogestión; Escuelas Radiofónicas – ERPE, en la provincia de Chimborazo, centro del país, que desde una visión política, en la que constataron que las personas no podían mantenerse en la lucha por sus derechos sin tener antes satisfechas las necesidades elementales como la alimentación y salud, promovieron una empresa social, en donde la cual familias campesinas de la zona

cultivan quinua orgánica y la exportan, todo esto liderado, en un inicio desde la radio y luego desde una fundación de su propiedad, con lo que apoyan el desarrollo de la comunidad y su propio mantenimiento; y Radio Alfaró, que desde la costa ecuatoriana, en la provincia de Manabí, es el medio de comunicación de la Unión Provincial de Organizaciones Campesinas – UPOCAM, por lo que financia al medio y organiza la economía de actividades comunicacionales y de productividad. Sin querer afirmar que estas contribuciones sean suficientes, se puede argumentar que son la base para la sostenibilidad en el tiempo, además, de que garantizan que se mantengan actividades relacionadas con los objetivos de la comunidad, y ésta es una apuesta por la transformación ecosistémica (Chaparro Escudero et al., 2020).

Así mismo, hay casos en donde la sostenibilidad social no fue sólida y esto determinó la devolución de frecuencias, ya que la comunidad no expresaba la voluntad de tener un medio y sin comunidad no se crea un medio comunitario (Gumucio, 2005). En 2010 se inició un proceso de concesión de frecuencias por parte del entonces gobierno de Rafael Correa, bajo el proyecto “Creación de Red de Comunicación Alternativa de Medios Comunitarios Públicos y Privados Locales” con el que se entregaron 14 frecuencias para las nacionalidades del Ecuador (Awá, Épera, Chachi, Tsáchila, Achuar, Kichwa, Orellana, Andoa, Shiwiar, Zapara, Shuar, Cofán, Siona, Waorani). En un inicio se realizó la capacitación a personas de las propias comunidades para que puedan operar y gestionar las emisoras, con el apoyo de CIESPAL y CORAPE. En 2012, se entregaron los equipos y un fondo para su funcionamiento, y de las 14 frecuencias, cuya vigencia estaba prevista hasta el 2024, solo 8 emisoras se mantienen al aire. Esto, porque, aunque era una buena práctica de re distribución del espectro radioeléctrico, no se contó con un diagnóstico previo para identificar las Nacionalidades que realmente tenían entre sus objetivos, el contar con un medio de comunicación.

Existe otro riesgo, el de que, con tal de contar con los recursos financieros para su mantenimiento, la emisora pone en riesgo la condición de ser comunitaria, se abre a la difusión de publicidad comercial que contrasta con sus objetivos o incluso condiciona sus luchas, como son el cuidado del ambiente y la protección del trabajo digno. En otros casos hemos observado cómo algunos medios convierten su programación a una parrilla musical o de entretenimiento: “las difíciles condiciones de sostenibilidad de estos medios han logrado distorsionar la propuesta de programación, volviéndola propensa a adoptar esquemas más relacionados con la radio comercial que con la radio comunitaria” (Barragán; Garzón, 2015, p. 288). Así, cuando la sostenibilidad económica se convierte en la centralidad del proyecto y se descuida la de producción de contenidos se pone en serio riesgo la naturaleza y el futuro de los medios comunitarios.

A nivel internacional, se han realizado propuestas que tienen que ver con indicadores de rentabilidad, los mismos que han sido comparados y ajustados entre medios de carácter social en España y Colombia. Esta propuesta la impulsa el grupo de LabCom Andalucía, de la Universidad de Málaga, desde el 2012. Cuenta con “seis categorías y treinta y tres variables, para reflejar el funcionamiento y las dinámicas de las radios para lograr sus objetivos, otorgando una puntuación sujeta a ponderaciones y criterios de pertinencia” (Peralta García et al., 2023, p.1). Las categorías a las que hacen referencia son: gestión, capital social, articulación con el territorio, articulación con la ciudadanía, programación y aprovechamiento de las tecnologías digitales e infraestructuras. Lo más importante de esta propuesta es que los indicadores son variables y, por ejemplo, se da mayor puntuación a los aspectos de capital social, articulación con el territorio y la ciudadanía que aspectos como las tecnologías y la infraestructura. Se constituye en un indicador que permite identificar fortalezas y debilidades, para hacer correcciones en la gestión y mantenerse en el propósito de ser medios comunitarios, populares, alternativos.

Se entiende, por tanto, que el problema de la sostenibilidad, tanto social (que condiciona la identidad porque viabiliza la producción de contenidos) como económica, resulta crucial si se

pretende pensar en la existencia y permanencia de los medios comunitarios en Ecuador y en la región, y que sin un rol activo y comprometido del Estado este problema seguirá latente.

Bibliografía

BARRAGÁN, Víctor; GARZÓN, Byron. Radios de las Nacionalidades en Ecuador. Un proceso de acción, de los derechos a la comunicación. **Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui**, n.º 130, p. 275-292, 2015.

BELTRÁN, Luis Ramiro. La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. [S. l.]: **Revista Anagramas**. p. 53-76, 2005.

Bolaño, César. 2012. La centralidad de la economía política de la comunicación (EPC) en la construcción del campo académico de la comunicación: una contribución crítica. En **Comunicación y la crítica de la Economía Política: Perspectivas teóricas y epistemológicas**, organizado por César Bolaño. Quito: CIESPAL, p. 109-125. ISBN 978-9978-55-087-8.

CARRILLO, Romina Andrea. El proceso de debate, elaboración y sanción de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador (2013): actores implicados en la disputa por la palabra. **Revista electrónica de estudios latinoamericanos**, vol. 17, n.º 68, p. 1-21, 2019. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/4964/496460991001/html/>. Accedido: 15 dic. 2023.

CERBINO, Mauro. **Por una comunicación del común**. Medios comunitarios, proximidad y acción. Quito: CIESPAL, 2018. 240 p. ISBN 978-9978-55-175-2.

CERBINO, Mauro; BELOTTI, Francesca. Between Public and Private Media: Toward a Definition of "Community Media". **Latin American Perspectives**, vol. 45, n.º 3, 2018. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0094582X18766901>. Accedido: 5 enero 2024.

CERBINO, Mauro; BELOTTI, Francesca. Los medios entre lo público y lo privado: hacia una definición de "medios comunitarios". **Comunicar**, vol. 24, n.º 47, p. 49-56, 2016.

CERBINO, Mauro; DÁVILA, Gissela. Political communication studies over the last two decades: A view from the International Center of Advanced Communication Studies for Latin America, CIESPAL. En: CASERO RIPOLLÉS, Andreu; LÓPEZ LÓPEZ, Paulo Carlos (ed.). **The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America**. United Kingdom: Routledge. En prensa.

CHAPARRO ESCUDERO, Manuel et al. **Guía de Transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios**. 2a ed. Quito: CIESPAL, 2020. 298 p. ISBN 978-9978-55-198-1.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

DÁVILA COBO, Gissela; MOLINA, Camilo. La comunicación comunitaria: el sustrato político-cultural de los movimientos sociales. **Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui**, n.º 140, p. 9-14, 2019. Disponible en: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140>. Accedido: 5 dic. 2023.

DIAS, Marco Antonio Rodrigues et al. **Los Consejos nacionales de política de la comunicación: principios y experiencias**. París: UNESCO, 1979. E-book (42 p.). ISBN 92-3-301661-7. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134340>. Accedido: 21 dic. 2023.

GUMUCIO DRAGON, Alfonso. Arte de equilibristas: La sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. **Punto Cero**, vol. 10, n.º 10, p. 6-19, 2005. Disponible en: <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v10n10/v10n10a02.pdf>. Accedido: 13 dic. 2023.

KROHLING PERUZZO, Cicilia; CHAPARRO ESCUDERO, Manuel; TORRICO, Erick. Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. **Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui**, n.º 140, p. 49-58, 2019. Disponible en: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140>. Accedido: 2 enero 2024.

Ley Orgánica de Comunicación. (2013). <https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2017/junio/LEY-ORGANICA-DE-COMUNICACIONO.pdf>

Ley Orgánica de Comunicación. (2019). <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf>

PEPINO BARALE, Ana María. **Radio Educativa, Popular y Comunitaria en América**. México D.F.: Plaza y Valdés Editores, 1999. 350 p. ISBN 968-856-689-6.

PERALTA GARCÍA, Lidia et al. Adaptación del indicador de rentabilidad social en comunicación Irscom al contexto de las emisoras comunitarias en Colombia. **Profesional de la información**, vol. 32, n.º 1, p. 1-20, 2023. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.19>. Accedido: 13 dic. 2023.

SEGURA, María Soledad; WECKESSER, Cintia (ed.). **Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos**: Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015. Córdoba: Editorial de la UNC, 2016. E-book (199 p.). ISBN 978-987-707-.047-7. Disponible en: <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/14461>. Accedido: 30 dic. 2023.

TARROW, Sidney. **El poder en movimiento**: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid: Alianza Editorial, 1997. 369 p. ISBN 84-206-2877-8.

TILLY, Charles. Modelos y realidades de la acción colectiva popular. **Zona Abierta**, n.º 54, p. 167-195, 1990.

UIT-D. **Resolución 9**. [S. l.]: UIT, 2014. E-book (98 p.). Disponible en: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/stg/D-STG-SG02.RES09.1-2014-PDF-S.pdf. Accedido: 1 enero 2024.

VINELLI, Natalia. **La Televisión desde abajo**: Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación. Buenos Aires: Mil campanas, 2023. 315 p. ISBN 978-987-28685-3-6.

Agradecimiento

A Milena Dávila, por su apoyo en la investigación y revisión bibliográfica.