

DEFINIR EL MEDIO. RADIOS COMUNITARIAS E INDÍGENAS EN LA QUEBRADA DE HUMAHUACA Y LA PUNA DE JUJUY, NOROESTE ARGENTINO

FRANCISCO M. GIL GARCÍA
(*Universidad Complutense de Madrid*)

Desde finales de la década de 1990, y muy especialmente desde su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO en 2003, la Quebrada de Humahuaca —y por extensión, la Puna de Jujuy, en el noroeste argentino— se constituye como un escenario de emergencia indígena y revitalización cultural de estructuras *indigenizadas*¹, comunitarias o populares, donde acontecen procesos socioculturales de intensidad y alcance variables en los que coinciden diferentes manifestaciones de identidad, identificación, etnicidad, etnogénesis, folklore, creatividad cultural, reclamos económicos y demandas de tierras. Un contexto que comunidades indígenas, organizaciones y movimientos de naturaleza variada, e instituciones vienen aprovechando para posicionarse en los medios de comunicación local o regional, y de este modo retroalimentar la construcción, expresión y legitimación de dichos procesos, ya sea desde lo político o desde lo cultural, pues en estos términos se estructura localmente el debate (Gil, 2021).

-
1. Frente a estructuras indígenas “tradicionales”, utilizo la idea de estructuras *indigenizadas* para apelar a aquellas que, por adopción o afecto, han sido modificadas a través de la mimesis para hacerlas encajar en las expresiones de la cultura local de forma más práctica, visual y efectista, reordenando las categorías indígenas para adaptarlas a contextos —muchas veces politizados— de emergencia indígena, construcción de neocomunidades, exaltación de símbolos y emblemas, o (re) invención de tradiciones.

En términos generales, el entorno mediático regional está fuertemente dominado por radios alternativas de distinta filiación (indígenas, comunitarias con licencia, comunitarias sin licencia, populares, campesinas, rurales, cooperativas, socioeducativas, libres, estudiantiles), de las cuales solo algunas están explícitamente vinculadas con movimientos indígenas o campesinos, y tan solo unas pocas quedan integradas en redes de comunicación alternativa/comunitaria de ámbito nacional. Radios que tratan de acomodarse al espectro mediático argentino resultante de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009², que estableció su división tripartita en sectores público, privado/comercial y comunitario. Una Ley de Medios que desde su gestación viene espoleando intensos debates de diverso signo y calado, así como fuertes tensiones mediáticas, sociales e identitarias.

Atendiendo a esta escena regional y a su entorno mediático, en las páginas que siguen analizaré distintos puntos de vista sobre la consideración de la radio comunitaria e indígena en Argentina, para ir focalizando el debate en la Quebrada de Humahuaca y la Puna de Jujuy, y más concretamente en la población de Tilcara, donde encontramos varios medios (con licencia o sin ella) que se presentan a sí mismos como “comunitarios”. Desde la experiencia de los medios en esta población, prestaré especial atención a cómo se entienden los conceptos de ‘comunidad’ y de ‘lo comunitario’, así como su participación en la construcción de ‘identidades’ y la expresión de ‘identificaciones’ por parte de distintos agentes sociales. Para ello me fijaré en cómo desde estas radios se entiende y se representa el medio comunitario, así como en los valores puestos en juego para su definición en términos de producción, uso y consumo de la radio. En suma, trataré de resolver qué elementos son barajados a la hora de considerar “comunitaria” una radio y si alguno de ellos es valorado por encima del resto en esta decisión. Introduciré en el análisis la cuestión de las radios indígenas en tanto que su concepto de “comunidad” difiere del que plantean las radios comunitarias, con las cuales, además, mantienen una situación de divergencia en parte surgida a partir de la Ley de Medios. Una

2. Esta Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009, más conocida como Ley de Medios, fue modificada y suspendida en 2016 como consecuencia del cambio de gobierno resultante de las elecciones de diciembre del año anterior, y se encuentra actualmente en revisión por parte de una comisión bicameral del Congreso de la nación.

divergencia entre medios comunitarios y medios indígenas, quiero avisarlo desde ya, en cuya calificación me guiaré por los argumentos clasificatorios que unos y otros se arrojan recíprocamente. Metodológicamente —y sin que ello signifique que, como etnógrafo, me decante por uno u otro punto de vista—, presentaré cada medio desde su propia perspectiva y en oposición al otro, elevando el volumen de las radios comunitarias sobre las indígenas y viceversa según quien esté hablando. Entrecruzaré los medios comunitarios e indígenas desde sus referentes y proyecciones, pero intencionalmente recortaré el espacio de diálogo entre los comunicadores comunitarios y los indígenas para centrar buena parte de mi análisis en los monólogos desde los cuales construyen sus diferencias, un procedimiento que —como veremos— resulta especialmente significativo a la hora de definir el medio.

DEFINIENDO EL MEDIO COMUNITARIO

La definición de comunicación popular, alternativa y comunitaria, la delimitación de sus particularidades y similitudes, o los matices de cada término en según qué contextos, vienen articulando en América Latina —con sus continuidades y rupturas— debates de hondo calado desde los años setenta, tanto en comunicación, política, sociología y cultura; discusiones en las cuales han ganado peso específico los conceptos de horizontalidad, participación, polifonía, emergencia, resistencia, subalternidad, identidad, indigenidad, ciudadanía, politicidad³, desarrollo o autogestión, entre otros⁴.

-
3. Desde distintas miradas históricas, políticas o sociológicas sobre movimientos sociales, lógicas colectivas y nuevas formas de participación ciudadana, el concepto de ‘politicidad’ queda definido como la modificación de actitudes y relaciones al interior del campo popular, que son traducidas en acciones, presiones y reivindicaciones de actores sociales (individuales, pero especialmente colectivos) hacia el Estado, en pro de cambios económicos, sociales y políticos más allá de las instituciones. Desde escenarios micropolíticos, la politicidad busca así expandir el horizonte de “lo político” a través de la participación y la organización de sectores descontentos, marginales o subalternos. En este sentido, prestando especial atención a las prácticas que genera, y a cómo constituye cultura política, el concepto ha encontrado un campo de aplicación preferente en el análisis de formas de participación y acción comunitaria.
 4. Dado que seguramente acabaríamos perdidos en la abundantísima bibliografía sobre este tema, no es mi intención recopilar aquí una historia de este proceso, ni posicio-

En términos generales, podríamos decir que la comunicación comunitaria queda planteada como parte de un proceso de desarrollo local, pensada desde el cambio social y político profundo y democrático, articulada a partir de espacios para el diálogo, el debate y la crítica, y trabajada desde los intereses, problemas, necesidades e inquietudes locales. A partir de aquí, intentar definir qué es una radio comunitaria se torna tarea complicada, siendo seguramente difícil construir un relato único generalizador sin diluir aspectos sobresalientes del recorrido de cada medio en particular.

Quizás por ello la división argentina de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)⁵ resuelve que sería mejor “compartir acercamientos” que dar definiciones, pues a semejante pregunta no encontraremos sino respuestas múltiples, todas ellas marcadas por la promoción de la participación activa y la generación de condiciones para incidir en procesos de democratización. Considerando bajo un mismo rubro a las radios ciudadanas, comunitarias, populares, alternativas, “de nuevo tipo”, ‘truchas’⁶, o barriales, lo fundamental para AMARC a la hora de definir la radio comunitaria es 1) el modo de incluir a la audiencia en su propuesta, 2) su intervención activa en los procesos de la comunidad de la que forma parte, 3) su voluntad de transformación de las injusticias e inequidades, 4) sus búsquedas y propuestas estéticas, artísticas, sonoras, y 5) el carácter más o menos colectivo de su propiedad y de la gestión del medio de comunicación⁷.

Para el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO)⁸, estas se caracterizan por 1) considerar la comunicación como un derecho humano esencial, 2) no perseguir un fin de lucro, y 3) estar gestio-

narme en la discusión teórica. Ambas cuestiones están sintetizadas en los trabajos recientes de Mata (2011) o Navarro y Rodríguez (2018). Asimismo, el caso particular argentino ha sido abordado con detalle por Segura (2016) o Kejval (2009, 2013, 2016).

5. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias se constituye desde 1983 en un espacio de encuentro y acción colectiva fundamental para debatir y delinear los horizontes del movimiento de medios comunitarios en el mundo. En Argentina, la red reúne a 30 emisoras, centros de producción y comunicadores comunitarios.
6. En el español coloquial de Argentina, ‘trucho/a’ hace alusión a algo o alguien falso, ilegal, irregular, subrepticio, indigno de confianza, mentiroso. En este sentido, una “radio trucha” sería aquella que no cuenta con licencia.
7. <<http://amarcargentina.org/amarc/somos/>>.
8. Constituida en 1998, FARCO busca agrupar a las radios populares y comunitarias de Argentina, contando en la actualidad con 91 emisoras asociadas en todo el territorio nacional.

nadas en forma democrática y participativa por grupos de personas agrupados en asociaciones civiles, vecinales, cooperativas, sindicatos, mutuales, etc. Combatiendo algunos estereotipos, desde este foro desmienten que una radio comunitaria deba ser una radio pequeña, una radio pobre, una radio precaria, o una radio de baja potencia; tampoco un medio necesariamente local. Lo fundamental en su definición será el énfasis en la participación comunitaria para dar respuesta a los problemas propios, lo cual quedará patente en su formato, en sus contenidos, en sus puntos de vista y hasta en su lenguaje radiofónico⁹.

Por su parte, la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) de Argentina¹⁰ plantea la comunicación alternativa, comunitaria y popular no solo como una herramienta, sino como un proceso de construcción colectiva; construcción desde la horizontalidad, y que va creciendo desde las prácticas comunes. Una comunicación entendida ni como mercancía ni como servicio, sino como un derecho popular y legítimo. En este sentido es que desde esta red se entiende la acción comunicativa como un proceso político, social y cultural de disputa ideológica ante la imposición de esos otros medios (hegemónicos) que tienden a naturalizar y legitimar las condiciones de dominación del capitalismo y el patriarcado¹¹.

Llegado el momento de articular la división en tercios que la Ley de Medios de 2009 hace del espectro audiovisual argentino, los medios comunitarios —junto con el resto de alternativos, campesinos, socioeducativos y artísticos— quedarán dentro de los prestadores de “gestión privada sin fines de lucro”, diferenciándose así claramente de los medios públicos (estatales y no estatales) y de los privados/comerciales. De este modo, y en consonancia con los planteamientos que ya venían esgrimiéndose desde las tres redes susodichas —especialmente FARCO, que tuvo destacado protagonismo en los debates previos a su promulgación—, la Ley, en su Artículo 4, definió a las emisoras comunitarias como

aquellos “actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines

9. <<http://www.farco.org.ar/index.php/farco-somos/la-radio-comunitaria>>.

10. La RNMA nace en 2004 fruto de un proceso de prácticas y debates entre diversos medios alternativos de ámbito nacional, ante la necesidad sentida de crear un espacio que sea parte de la lucha de los sectores populares.

11. <<https://rnma.org.ar/quienes>>.

de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida”.

A priori, no debería haber habido lugar a discusión sobre estos tres puntos básicos que son la participación de la comunidad, el carácter independiente del medio, y su afán no lucrativo. Sin embargo, los matices respecto de los dos primeros fueron pronto planteados en función de ese requisito fijado por la Ley acerca de que se tratará de medios gestionados por organizaciones sociales de diversa naturaleza. Este condicionante dejó la puerta abierta a una casuística de lo más variopinta que, además de alentar múltiples suspicacias respecto de la intencionalidad de las partes implicadas, no haría sino soliviantar algunos de los debates acerca de qué medios debían integrar ese tercio de los alternativos-populares-comunitarios. Pero aún más crispante iba a resultar un inciso f) del Artículo 97 que contempla al actor comunitario en su especificidad, y expresa una voluntad por parte de la Ley por fortalecerlo “para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización.” Esta asociación entre medios comunitarios y medios indígenas no solo posicionaría a los segundos respecto de los primeros, sino que favorecería que algunas emisoras de militancia y reconocimiento indígenas se postularan para la obtención de una licencia como radios comunitarias, lo que encendería a algunos comunicadores indígenas contra esos a los que pasarían a considerar como traidores¹².

Las radios indígenas quedarían inscritas dentro del tercio de los medios públicos, donde ya desde los previos a la Ley de Medios fue-

12. Sobre el lugar de las radios comunitarias en la Ley de Medios y su aplicación destaco el trabajo de Ollari (2016). Por su parte, De Guio y Urioste (2017) analizan las estrategias de las organizaciones de medios comunitarios, alternativos y populares desde la promulgación de la Ley de Medios hasta el cambio de gobierno de 2015, mientras que Kejval (2016) se centra en la reconfiguración de la identidad (política) de las radios comunitarias, populares y alternativas —incluidas las radios indígenas— hasta la suspensión de la Ley en 2016. Específicamente sobre el acceso y participación de los pueblos indígenas en el sistema de medios argentino llamo la atención sobre los trabajos de Doyle (2018), Lizondo y Ortega (2013) y Siales y Belotti (2018).

ron ninguneados —de ahí que algunos medios buscaran su reconocimiento vinculándose al tercio de los comunitarios—; nunca obtuvieron licencia, sino una autorización vitalicia para emitir, generalmente acompañada de subsidios. Por su parte, las radios comunitarias tuvieron que pelear una licencia que, en el mejor de los casos —pues el cambio de gobierno de 2015 y la suspensión de la Ley de Medios en 2016 interrumpió muchos procesos de tramitación—, iba acompañada de cursos de capacitación y de la entrega por parte del Estado de los equipos técnicos. Sea como fuere, entre ambas se multiplicaron las que, abandonadas a su suerte, presa de problemas técnicos o enredadas en tensiones políticas, terminaron apagándose más o menos rápido; algunas ni siquiera llegaron salir al aire. Es cierto que la Ley de Medios definió un escenario inédito en la historia de la comunicación en Argentina, reconociendo por primera vez a los medios sin fines de lucro como prestadores de servicios audiovisuales. Paro también lo es, como apunta Segura (2016: 3), que “desde entonces, la lucha de estos medios ya no fue solo por hacer efectiva esa legalidad a través de la obtención de licencias, sino que también se fortaleció la búsqueda de soluciones para su sostenibilidad y crecimiento en las nuevas condiciones”. En este sentido, me parece que para muchas radios lo segundo se convirtió en prioritario frente a lo primero. Pero esta es una coyuntura plagada de casos específicos que no abordaré en estas páginas. Mi propósito a continuación será el de tratar de resolver —licencias legales aparte— desde qué discursos se convierte a una radio en radio comunitaria, para lo cual me fijaré, por un lado, en cómo la idea de comunidad marca el principio de lo comunitario, y por otro, en la disyuntiva que a partir de esta fractura entre medios comunitarios e indígenas se va a establecer entre la identidad de la radio (comunitaria) y el concepto de radio con identidad. Vayamos por partes.

SEGÚN LA IDEA DE COMUNIDAD, ASÍ LA CONSIDERACIÓN DE LO COMUNITARIO

La Ley de Medios de 2009 impulsó una reorganización sin precedentes del escenario mediático nacional, acrecentando los matices de definición entre medios populares, alternativos y comunitarios. Para Segura (2016: 9-11; *cfr.* también Kejval, 2013; 2016 para una panorámica más

detallada), lo popular pasó a ser disputado por afines y contrarios al kirchnerismo, lo alternativo fue recuperado por proyectos de izquierdas, y lo comunitario mantuvo la ambigüedad necesaria como para nombrar al conjunto de proyectos. En las radios populares ganó peso la construcción de la ciudadanía comunicativa, y la contrainformación lo hizo en las radios alternativas, siendo que en el conjunto de estos medios alternativos emergieron otros modelos de radios cooperativas, indígenas, campesinas, villeras, etc. Y sobre todas ellas —sentencia esta autora— la Ley apostó por el concepto de medios comunitarios ignorando las profundas diferencias dentro del sector, tanto en el plano ideológico —esta será para Kejval (2016: 47) la principal diferencia entre todos estos medios—, pero también en términos de recursos, estructuras e integrantes de esas radios.

Justamente tomaré esta cuestión de las enormes diferencias existentes entre las radios comunitarias —independientemente de que operen con licencia legal o no— para tratar de resolver cómo se entiende “lo comunitario” desde estos medios. Dicho en otros términos, ¿hablar de comunicación comunitaria es lo mismo que apelar a una comunicación de/en/para/sobre la comunidad? (más adelante se entenderá el porqué de este abanico preposicional).

A priori, una radio comunitaria no ha de ser simplemente una radio local, sino que —según plantean Geerts, Van Oeyen y Villamayor (2004: 34)— más bien desde ella ha de pretenderse crear comunidad en muchos sentidos. Comunidades geográficas, sociales, culturales, apuntan estos autores; y me permitiré añadir comunidades imaginadas (Anderson, 2006), comunidades inventadas (Hobsbawn, 1984), comunidades dispersas/desterritorializadas, comunidades virtuales (Kejval, 2010), “comunidades de oyentes” —que participan un poco de la idea de las cuatro anteriores—. Porque, en definitiva, la radio desempeña un rol fundamental en el proceso de construcción de ese principio de comunidad en tanto que algo subjetivo a partir de la identificación y el sentimiento de pertenencia. La comunidad como un microcosmos con organización, costumbres, tradiciones, redes sociales, prácticas culturales, etc., concientizadas como propias desde el imaginario social; un imaginario productivo y transformador de prácticas culturales —dirá Appadurai (2001: cap. 2)—, una forma de negociación entre la agencia individual y espectros de posibilidades globalmente definidos, que disloca y diferencia heterogeneidad frente a homogeneidad, faci-

litando así la representación de múltiples realidades desde las cuales responder y hasta subvertir la “realidad oficial”.

Pensando así la idea de comunidad desde la relación entre lo local y lo global, por encima de muchos planteamientos teóricos —incluidos los de Geerts, Van Oeyen y Villamayor (2004)—, la radio comunitaria suele ser una radio local, una radio del pueblo —aunque no por ello necesariamente popular—, una radio instalada en un “paisaje mediático” (Appadurai, 2001: 45-47) que ella misma contribuye a componer a partir de narraciones alternativas a las ofrecidas por los medios hegemónicos; discursos que, justamente, permiten imaginar realidades, imaginar comunidades, incluso imaginar culturas, que recopilan materia prima desde la cual representar nuevos —o no tan nuevos— escenarios ideológicos (políticos) y proyectar nuevos —o no tanto— escenarios de conflicto sociocultural.

En síntesis, amalgamando esta diversidad en el concepto de comunidad y diferentes enunciados sobre los medios alternativos-populares-comunitarios, me atreveré a resolver que la radio comunitaria 1) estrecha vínculos con su entorno social y territorial; 2) aporta herramientas de empoderamiento cívico (Siares y Belotti, 2018); 3) juega un papel clave en la construcción de universos simbólicos y de representación de imaginarios de transformación social para sus oyentes; por lo que 4) abre múltiples posibilidades de reivindicar derechos sociales, políticos y culturales (Kejval, 2013; Segura *et al.*, 2018); siendo así que 5) a veces son consideradas no solo como el vocero del cambio, sino como su promotor y el actor clave del proceso de movilización social.

Darío Setta llegó a la Quebrada de Humahuaca desde Buenos Aires, con sus títulos universitarios de Periodismo y Antropología, con un importante bagaje de lecturas en la mochila, y sobre todo con la ilusión de armar un proyecto de radio diferente. Después de diez años de recorrido, finalmente consiguió sacar al aire la FM La Caprichosa, que obtuvo licencia de radio comunitaria en 2015 y que desde entonces viene batallando por consolidar su posición en el escenario mediático del pueblo de Tilcara. Para él, la radio comunitaria ha de ofrecer un punto de vista alternativo que invite a la reflexión:

una radio comunitaria tiene la obligación, entre otras, de poner otra voz, otro discurso y otra forma de entender la realidad [...]. Tratar de que el

debate vaya para ahí. Tratar de repensarnos como sociedad de una manera profunda (Darío Setta, Tilcara, 08.08.2017).

Y en ese repensar la sociedad tiene muy claro que el papel del medio comunitario, para no quedarse atrás, debe ajustarse a las reglas del juego que imponen los medios hegemónicos:

A mí que no me vengan [con] que una radio comunitaria no tiene que persuadir, no tiene que generar efecto, no tiene que influir en la opinión pública general. Claro que sí. Lo tenemos que hacer. Justamente porque los otros lo hacen. Y porque si no lo hacemos nosotros, la trinchera se va a correr mucho más a favor de ellos (Darío Setta, Tilcara, 03.08.2017).

En el contexto de la entrevista queda claro que esos otros a los que se alude Darío son los medios hegemónicos y todos aquellos que siguen su estela, y que el nosotros apela a La Caprichosa y, por extensión, a los medios comunitarios. La cuestión sin embargo está en que, ya desde los debates previos a la Ley de Medios, esa primera persona del plural se transformó en una referencia de orden tremendamente disputada, y que esa metafórica trinchera no dejó de ser desplazada por unos y por otros, a veces sin quedar claro quiénes eran los compañeros de armas, los enemigos o los presuntos traidores a la causa. El éxito o el fracaso en la obtención de una licencia radiofónica generó rivalidad y resentimiento más o menos disimulados entre medios, pero —como ya he señalado— lo más significativo fue que la Ley abrió una brecha profunda entre radios indígenas y radios comunitarias; una brecha que, en realidad, no hizo sino trasladar a la escena mediática la bronca histórica entre la nación argentina y los pueblos originarios, pero también todos los “nuevos” conflictos que, desde hace dos o tres décadas, se han ido agudizando entre las comunidades indígenas y las poblaciones locales en las cuales se insertan o les quedan vecinas.

Aunque diversos movimientos y asociaciones indígenas trataron en un primer momento de forzar una división del escenario mediático en cuatro partes (medios públicos, comerciales y comunitarios, más otra para los medios indígenas), su proyecto nunca prosperó. Desde instancias legislativas se propuso integrar a estos medios dentro del tercio de los comunitarios, oferta que las poblaciones indígenas rechazaron de plano al considerar que con ello perderían su propia voz. Para Laura Méndez, comunicadora social, representante del Movi-

miento Indígena Cósmico de Jujuy e integrante de la Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena de Argentina, la cuestión es clara, y pasa por defender la denominación indígena frente a la comunitaria:

nuestra forma de vida es comunitaria, nuestra forma de ver el cosmos es comunitario en todos los sentidos, pero las radios nuestras son indígenas, no queremos que se llamen comunitarias (Laura Méndez, Tilcara, 02.08.2017).

Más ambiguo a la par que ecuánime es Rubén Hervás, representante de la comunidad indígena Maimaras, una de las dos adscritas a la población de Maimará, donde una radio indígena viene luchando hace años para poder finalmente salir al aire, contra los conflictos políticos regionales y contra las rencillas entre ambas comunidades. A priori, él no vería esa tensión entre estas dos denominaciones siempre que se impongan los valores de lo indígena:

la radio indígena debe promover y valorar la cultura aborigen¹³ [...], pero será comunitaria-indígena: comunitaria porque se la dio el Estado, indígena porque su voz debe ser india” (Rubén Hervás, Maimará, 17.08.2017).

En este marco de discusión conceptual y de reacomodo legal, en su lucha por adaptarse y sobrevivir a la Ley, algunas radios indígenas apostaron también por la licencia como radios comunitarias. Así lo hicieron entre otras la Radio Pachakuti de Abra Pampa¹⁴, en la puna jujeña, primera radio indígena del país, o la Radio Wiphala, en Volcán, primera radio indígena de la Quebrada de Humahuaca. Y algunos lo interpretaron como una traición, un plegarse a los intereses políticos, un dejarse colonizar. Se dijo de quienes estaban detrás de estos medios

-
13. Efectivamente, el inciso ñ) del Artículo 3 de la Ley de Medios establece que uno de los objetivos de los medios indígenas será “la preservación y promoción de la identidad y los valores culturales de los Pueblos originarios”. Un inciso que, lamentablemente, quedó sin reglamentar en el texto de la Ley ni posteriormente.
 14. Aunque sin plantear una investigación específica sobre esta radio, Emilse Sieres y Francesca Belotti (2018) toman la experiencia de la FM Pachakuti como uno de los casos de estudio a partir de los cuales caracterizan a los medios indígenas argentinos y plantean sus desafíos.

que no podían ser llamados comunicadores indígenas, porque el verdadero comunicador indígena debe hacer “comunicación con identidad” (volveré sobre este concepto en el epígrafe siguiente). Una idea de identidad que remite al concepto mismo de comunidad, y que abre otro intenso debate: en Argentina, el término “comunidad” no define exclusivamente a las comunidades indígenas, sino que en la práctica es también usado como sinónimo de pueblo/población; incluso, en lo que se refiere a comunicación no hegemónica, como referencia a una “comunidad de oyentes”. Todo depende del tipo de “mediación” de los medios de comunicación, de su construcción del “acontecimiento” mediático y de la “representación” que desde este se hace de lo indígena/comunitario. Estos tres aspectos ligados al ejercicio de la comunicación los ponen en práctica tanto los medios comunitarios como los indígenas. Sin embargo, el cómo lo hacen constituye una pieza clave en la diferenciación entre radios comunitarias y radios indígenas, algo que ya abordé en otras páginas (Gil, 2021) y sobre la que solo volveré ahora sucintamente.

En el escenario que nos ocupa, cabría distinguir entre una producción de acontecimientos a escala local y regional, y una amplificación de acontecimientos producidos a escala provincial y nacional, aunque en tal caso —siempre que resulta posible— se procura la lectura local, y —toda vez que exista un vínculo, por pequeño que sea, aun forzadamente— no se pierde la oportunidad de conectarlo con la esfera de lo local/regional.

En este sentido, para Darío Setta, de La Caprichosa de Tilcara, la esencia del medio comunitario radica en su posicionamiento frente a la visión de la realidad que tratan de imponer los medios hegemónicos:

Una radio comunitaria sirve para poder romper con esta idea de que la información que nos llega es solamente la de las grandes ciudades, que tal vez tiene que ver con hechos cotidianos no trascendentales para un pueblo como Tilcara. Qué sé yo... Cómo está el tránsito en Avenida Corrientes y 9 de Julio [de Buenos Aires], ¿no? Una radio comunitaria sirve para no hacer del medio el uso que hacen de él, hoy por hoy, los medios hegemónicos, como, por ejemplo, la cuestión de la inseguridad: le robaron a este y bla, bla, bla. Y la victimización, la culpabilización radicalizada del delincuente [...], la criminalización de quien delinque, estigmatizar a determinados sectores de la sociedad. [...] una radio comunitaria tiene la obligación, entre otras, de poner otra voz, otro discurso y otra forma de entender la realidad (Darío Setta, Tilcara, 08.08.2017).

Por esta razón La Caprichosa no hace conexiones con otras emisoras, persiguiendo esa mirada y esa reflexión desde lo local, desde lo comunitario. En esta misma línea se expresa Daniel Gaspar, fundador y director de la Radio Azul, también en Tilcara, una FM que se dice y se piensa en términos de comunitaria a pesar de no contar con la pertinente licencia:

[La Radio Azul] es una radio que tiene al cien por ciento una elaboración propia, local. Lo que se diferencia con otras radios también es que esta radio nunca ha emitido a otras radios, como lo hacen otros medios; por ejemplo, radios de Buenos Aires, que te informan de cosas que pasan en Buenos Aires, robos en la ciudad, secuestro y todas esas cosas. Esta radio siempre le ha dado enfoque a lo local, y por eso es que siempre ha tenido sentido de pertenencia. Local, provincial, y luego, si hay más tiempo, a lo nacional y lo internacional, que por supuesto no está exento en el medio (Daniel Gaspar, Tilcara, 11.08.2017).

Esta saturación de información sobre lo que ocurre en la distante Buenos Aires, o simplemente de noticias pesimistas sobre el devenir del país, es lo que hace que la mayoría de conductores de *remis* (vehículos de transporte de pasajeros con chófer, que hacen las veces de taxis locales e interurbanos) prefieran escuchar música en lugar de programas informativos. Durante mi investigación de campo en agosto de 2017 trabajé fundamentalmente en Tilcara, aunque me alojé en la vivienda de unos amigos en la vecina localidad de Juella. Por la mañana, ellos me acercaban hasta Tilcara, pero a la tarde-noche solía tomarme uno de estos *remises* para regresar a casa; y no desaprovechaba el trayecto para continuar haciendo etnografía de los medios al hilo de la emisora que en cada auto fuera sintonizada. Lo más habitual era que los conductores más jóvenes escucharan su propia música a través de un CD o un *pendrive*, pero los mayores preferían la radio. Según las reseñas de estos desplazamientos que tengo anotadas en mi diario de campo, los gustos podrían repartirse entre programas musicales, deportivos o tertulias satíricas con imitadores; salvo excepciones contadas, la gran mayoría se expresaban hartos de verse casi obligados a escuchar en los noticieros la crónica negra bonaerense o información capitalina que no les afectaban y/o con las que no se sentían identificados. Pero paradójicamente, ninguno escuchaba las radios locales. Con mucha sorna uno de estos conductores me confesó que estaba cansado de tener que

escuchar a pasajeros chismorreando de “las cosas del pueblo”, y añadió: “para chusmear, ya tengo a mi esposa y a la suegra en casa; por eso me paso el día en el auto y sin radio”. Sin radio local, ha de entenderse. Y no porque estas radios locales (autodenominense comunitarias o no, tengan o no licencia de tal) sean en realidad meros amplificadores de los chismorreos del pueblo o de noticias y temas de alcance exclusivamente local. En contra de lo que solemos considerar en los estudios sobre comunicación comunitaria, hemos de pensar que el conjunto de la comunidad no tiene por qué estar interesado en los contenidos que se ofrecen desde las radios comunitarias, siendo entonces que la idea de una “comunidad de oyentes” se manifiesta como una perspectiva interesante y sugestiva de cara a etnografiar estos medios.

Y es que, tratándose de producción de acontecimientos locales, los protagonistas de las radios locales resultan ser las partes implicadas en lo cotidiano: personajes destacados de la comunidad, los vecinos de los barrios, los jóvenes, los grupos de madres, los estudiantes, los puesteros del mercado, los representantes de la cultura local (artesanos, músicos, poetas), distintos colectivos gremiales (docentes, hoteleros, *remiseros*, barrenderos, personal sanitario), los gestores municipales, el Intendente, los turistas, los hippies de la plaza, las comunidades indígenas, etc. En/entre todos ellos se generan relaciones de pertenencia, identidad, inclusión/exclusión, a veces bajo el signo de la política (la discusión política y/o —muy— politizada) o de la cultura.

Sebastián Sardina me cuenta que él se crió escuchando la radio, que empezó a hacer radio a finales de los noventa, con solo 12 años, que fue aprendiendo en varias radios de Tilcara o de las poblaciones vecinas, y en la ciudad de Córdoba, donde cursó sus estudios superiores. Hoy conduce su propio espacio en La Caprichosa, y administra un grupo de WhatsApp, “Entre oyentes”, que nació ligado a esta emisora, aunque luego se fue desmarcando de ella, abriéndose a otros puntos de vista y a otro tipo de contenidos no exclusivamente ligados a esta radio. Sobre ese punto de la preeminencia de lo político sobre lo cultural o viceversa, y hablando de su propio espacio en La Caprichosa, resuelve que, en última instancia, también lo cultural acaba entrando en lo político:

Calle de Tierra es un programa de folklore, de arte y de cultura. Así es como nosotros lo quisimos enmarcar, pero después se fue tomando su

propia forma al aire, y también se hizo de política (Sebastián Sardina, Tilcara, 14.08.2017).

A su modo de ver, “hay una problemática muy fuerte en Tilcara: la interculturalidad. Tilcara lleva como quince años de interculturalidad, pero la cosa últimamente viene complicada”¹⁵. Una “problemática” que enfrentan desde La Caprichosa no para resolver las categorías, sino para propiciar que su audiencia participe del debate intercultural, para alimentarlo, para fomentar la interculturalidad; “como una radio crítica, que habla claro, que no se calla ningún tema”, dice Sebastián. Así, solo estando presente en las cosas que suceden en el pueblo, un medio podrá ser plenamente comunitario:

de repente [esta radio] se vuelve un poco comunitaria, tiene esos hábitos de comunitaria, ¿no? Pero creo que nos falta, nos falta bastante para que realmente podamos decir que representamos o cubrimos las necesidades de la comunidad (Sebastián Sardina, Tilcara, 14.08.2017).

La cuestión pasaría entonces por resolver si con el abordaje de los temas locales se cubren esas que él apunta como “necesidades de la comunidad”. Más aún, tanto para la definición del medio como para su análisis antropológico, resultaría prioritario aclarar cuáles son esas “necesidades”. Sin embargo, esta parece ser una cuestión sobre la que no acaban de ponerse de acuerdo las radios de Tilcara, cada una desde sus posicionamientos ideológicos, su consideración de “lo comunitario”, su entendimiento y caracterización de lo que ha de ser un medio comunitario, o su percepción de lo que la comunidad de oyentes espera de su radio.

Para Darío Setta, fundador de FM La Caprichosa, el papel de la radio pasa por ponerse al servicio de la comunidad:

La gente encuentra en la radio un lugar de encuentro, un punto de encuentro donde dejar mensajes, donde informar sobre cuestiones que pasan en el pueblo. Yo qué sé... Desde que llega el Camión de la Mujer al hospital, hasta un parte de la Municipalidad, hasta el cumpleaños de una niña rica. Es un lugar de encuentro. Y para que sea un lugar de encuentro

15. En otro momento de la entrevista alarga este período hasta veinte años, pero por el contexto de la conversación queda claro que Sebastián vincula el principio de esas “complicaciones” a la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2003.

verdadero, la gente tiene que participar, tiene que apropiarse de la radio (Darío Setta, Tilcara, 08.08.2017).

No es incompatible para una radio comunitaria que la gente la use para convidar, para vender un auto, para decir que se le perdió el perro. ¿Qué hay de malo en eso? Eso también es [la radio comunitaria] (Darío Setta, Tilcara, 03.08.2017).

Radio Central es una emisora que se dice independiente; no una radio cooperativa, pese a estar vinculada a la Organización Social de los Pueblos Unidos (OSPU), y tampoco una radio comunitaria, aunque al entender de Sergio Méndez, su director, “trabajar comunitariamente con la gente” es lo que hace de ella una radio muy popular, querida y escuchada entre los vecinos de Tilcara. Para él, trabajar “más bien por el bien de la comunidad” es ofrecer a sus oyentes aquellos contenidos “que de verdad le interesan”:

Les pongo la música que solicitan. Les leo los diarios de nuestra provincia, *La Nación*. Hablamos de deportes, de espectáculos, de cultura. Tratamos de llevarlo bien informado a la gente. Y en el tema deportivo local siempre me están haciendo llegar el *filtering* de los partidos que se juegan en distintas canchas [y ligas de Tilcara]. Por eso es muy escuchada la radio. Porque yo les dejo grabando los partidos para el fin de semana, y eso lo escucha mucho la gente. [...]. Música de rock nacional, disco, *gapulera*¹⁶, cumbia, folklore. Lo dejo variado. Y, por ejemplo, algunos *spots* publicitarios de... diríamos del Hospital, para prevenir algunas enfermedades. Siempre estamos pasando de eso (Sergio Méndez, Tilcara, 15.08.2017).

Para Daniel Gaspar, de Radio Azul, el suyo es un medio “muy, muy comunitario, con mucha participación”, involucrado plenamente en el día a día de Tilcara:

el pueblo viene y dice: “bueno, necesitamos esto, necesitamos que se pase un parte de prensa, o [que se informe de] qué está pasando con aquella tierra” [...].

—¿Para qué sirve entonces la radio?

16. El euro-disco de finales de la década de 1970 derivó durante el siguiente decenio en una variedad de sonidos electro-pop, electro-rock, disco-dance o *tekno*, que en los noventa dieron paso al *house* y el *dance*. A todas estas músicas de baile completamente electrónicas se las conoce en Argentina como *gapuleras* por alusión a Gapul, el principal sello discográfico especializado en ellas, y que en aquellos años las popularizó a partir sobre todo de LP recopilatorios y de versiones *megamix*.

De todo. Para qué sirve en tal sentido de la comunicación social, muchísimo. Desde las instituciones, por ejemplo, para saber si hay clase o no. Desde el hospital, por los informes. Las mismas reuniones de los centros vecinales, qué se hacen. Estamos en constante comunicación con nuestro pueblo. Y sirve justamente para identificar, para que se dé la voz justamente desde la radio. Para que se enteren todos de las cosas que están ocurriendo en nuestro pueblo de Tilcara. De alguna forma, igual las manifestaciones culturales que hay a lo largo y a lo ancho de Tilcara (Daniel Gaspar, Tilcara, 11.08.2017).

En fin, pareceres estos totalmente contrarios a la opinión de aquel *remisero* que no escuchaba las radios locales por considerarlas puro chascarrillo, y que evidencian que “la comunidad (= pueblo)” y “la comunidad de oyentes” no siempre van a coincidir en la definición que desde las radios se hace del medio comunitario.

Con matices, según el medio (indígena, comunitario, alternativo), el protagonista o la referencia del acontecimiento tiende a ser “la comunidad”, sirviendo así las radios de pulsómetro de las relaciones sociales; más tensas cuanto más hacia fuera, pero también más tensas hacia adentro cuanto más politizados estén los posicionamientos ideológicos de los actores implicados, o si entran en juego la gestión municipal, temas de tierras, intereses económicos o actuaciones patrimoniales. Lo mismo ocurre con las redes sociales, especialmente los grupos de WhatsApp.

En todo caso, tengo la impresión de que los medios comunitarios buscan referentes culturales desde los cuales potenciar, defender, valorizar lo propio en términos de pertenencia a la colectividad, mientras que los medios indígenas aparentemente se centran en referentes políticos desde los cuales generar una diferenciación marcadamente combativa, reivindicativa o victimista, exclusivamente de la comunidad indígena. En este sentido, un mismo acontecimiento tendrá múltiples presentaciones y representaciones según el medio que lo produzca o amplifique. Pensemos, por ejemplo, en los rituales en honor a la Pachamama¹⁷. Los medios comunitarios los abordaban como algo tradicional, ahondando en sus raíces históricas y sus dimensiones antropológicas, presentándolos como característicos de la región en tanto que participante de “lo andino”, practicados por todo el mundo con mayor

17. Por haber hecho trabajo de campo durante el mes de agosto, mes de la Pachamama, este fue un tema de conversación recurrente no solo en mi etnografía de los medios de comunicación, sino en conversaciones cotidianas con todo tipo de interlocutores (locales, indígenas, ciudadanos avecindados y foráneos).

o menor creencia, herencia de los abuelos, analizando sus procesos de cambio, vinculándolos con el patrimonio y el turismo, etc. Por su parte, los medios indígenas los ensalzan como herencia de los ancestros, prueba fehaciente de la estrecha relación que los indígenas mantienen con el cosmos y con la Madre Tierra, evidencia de una presunta conciencia ecologista propia de los indígenas y de la cual adolecen los no-indígenas, a los cuales además no será extraño que se culpabilice de haber pervertido estos ritos, de haberlos despojado de sentido y valor al practicarlos por moda o inercia, etc. Lo que quiero decir es que, en tanto que los medios comunitarios se acercan a las tradiciones y el folklore desde una perspectiva local, regional (ya sea quebradeña o puneña) o incluso “andina”, poniéndolos en valor desde la identidad cultural, los medios indígenas las van a reivindicar como algo típica y exclusivamente indígena, desde la identidad étnica, convirtiéndolas en argumento desde el cual reforzar sus reivindicaciones en los más diversos escenarios, y muchas veces llevándolas a la arena política.

En resumen, y quizás simplificando en exceso las cosas, para los medios comunitarios la cultura (en términos de identidad cultural y de patrimonio cultural) es primero, y desde ahí se alcanza la política —tal y como apuntaba Sebastián Sardina al hablar de su programa *Calle de Tierra*—, mientras que para los medios indígenas lo cultural generalmente termina siendo politizado, e incluso es desde la política como se llega a lo cultural. Todo ello sin perder de vista que, en ocasiones, las relaciones entre la comunidad (= el pueblo) y las comunidades indígenas (generalmente, parte autosegregada del pueblo) no son fáciles. De ahí las posiciones diferenciadas en torno a lo tradicional, ancestral, “andino”: si en ambos casos es sentido como propio y generador de identidad, desde los sectores comunitarios/alternativos se viene experimentando una sensación creciente de que las identidades indígenas actuales no son representativas de la colectividad, y que más bien contribuyen a romper esa identidad popular predominante. Tal vez por esta razón los medios comunitarios, aun no siendo ignorantes de los temas y las problemáticas indígenas a escala local, regional y nacional, y aun prestándoles atención puntual, no terminan de integrarlos plenamente a sus cuadros de programación y contenidos¹⁸.

18. Sobre este punto se me quejaba la comunicadora indígena Laura Méndez en una entrevista mantenida el 02 de agosto de 2017 en Tilcara, indicándome que desde

Cuando Darío Setta llegó a la Quebrada de Humahuaca empezó a trabajar con el INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), por eso quizás La Caprichosa nació vinculada al proyecto “Sembramos palabras, cosechamos derechos”, impulsado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, a través de la Secretaría de Agricultura Familiar. Sin embargo, tenía claro que, para conseguir la licencia de radio comunitaria, no quería asociar su radio a una organización rural o campesina, convencido de que ello la iba a contener o incluso encorsetar en exceso. Tampoco pensó nunca La Caprichosa como un medio indígena o con predominancia de lo indígena en sus contenidos, pues lo consideraba incompatible con la pluralidad de voces que él estaba buscando en esta nueva radio:

No, porque lo indígena es una voz más en el crisol de voces a las que pretende abrirse el proyecto [...]. Por eso, una radio indígena es para quien cree en los proyectos indígenas. Y es muy difícil hacer entrar voces divergentes en proyectos de radio indígena. No digo que está mal; por favor, que se entienda. Pero mi proyecto era otro (Darío Setta, Tilcara, 03.08.2017).

El quid de este proceso que, en cierta medida, enfrenta a medios comunitarios e indígenas parece situarse en una transformación del discurso eminentemente político de los segundos en un discurso eminentemente cultural por parte de los medios comunitarios. En los medios indígenas encontramos alusiones a los procesos de dominación, de descolonización, de expolio de tierras, de abusos por parte de los poderes fácticos, los terratenientes o los empresarios hoteleros;

Radio Azul se apoyaban y difundían los temas indígenas, a pesar de no generar un discurso crítico al respecto; y que también lo hacía La Caprichosa, aunque en este caso, y a su manera de ver, con poco entusiasmo. Sin embargo, desde los primeros meses de 2019, Radio Azul ha incorporado a su programación “un espacio radial con la mirada de los pueblos indígenas”, que es el lema con el que se anuncia el espacio semanal *Ser Protagonista!*, conducido por la propia Laura, y en el que se abordan temas diversos: la situación de distintas comunidades indígenas de la región y de otras partes del país, la participación de la Asamblea de Comunidades e Indígenas Libres en Jujuy en distintos conflictos y movilizaciones, tierras, reclamo de derechos económicos, minería, derecho indígena, medicina ancestral, feminismo plurinacional, persecución a pueblos indígenas de Abya Yala, entre otros, y más recientemente, la afectación de los mapuches por la crisis que se vive en Chile desde octubre de 2019, o todas las ramificaciones, consecuencias y derivaciones del presunto golpe de Estado contra Evo Morales en Bolivia en noviembre del mismo año.

sin embargo, al mismo tiempo, se mantienen posiciones ideológicas e imposiciones lingüísticas llegadas fundamentalmente desde Bolivia, y que los lugareños sienten como una suerte de colonización cultural. El discurso cultural predominante en los medios comunitarios defiende lo local, pero sin perder de vista la identidad regional, provincial e incluso nacional; bebe de un *ethos* de la Quebrada de Humahuaca y la Puna de Jujuy para reforzar su construcción de un principio de comunidad por encima de los particularismos reivindicados por las comunidades indígenas.

Podría decirse que Jorgelina Molina empezó a militar en comunicación popular urbana desde la infancia, siempre vinculada a medios comunitarios, alternativos o populares, primero en su Bahía Blanca natal, y desde ahí a lo largo y ancho del país. En La Caprichosa conduce un programa sobre librepensamiento, ateísmo, feminismo, ecologismo, situación del colectivo LGTBI; “un espacio de lucha y de militancia”, lo define ella misma. Por su procedencia y por esta especificidad de contenidos, siempre hubo quien la tildó de hacer radio “para gringos, para foráneos”. Pero ante esta acusación, y en alusión a esa divergencia entre medios comunitarios e indígenas, ella se expresa en términos muy gráficos, reivindicando la opción de cada uno a expresarse consecuentemente con su idea del medio:

¿Qué me queda? ¿La alternativa cuál sería? ¿Vestirme de *kolla*, ponerme una pollera de chola, un gorro [andino], y hacerme las dos trenzas en lugar de una, y empezar a hablar con tonada jujeña? Digamos, si la alternativa es caretearla, todo bien, pero adaptate vos (Jorgelina Molina, Tilcara, 31.07.2017).

Es en este escenario dicotómico, de acusaciones e imposturas, donde la identificación con el medio de comunicación se torna en clave para el análisis. Dadas algunas incongruencias de la Ley de Medios de 2009, y considerando la ambigüedad generada desde su suspensión en 2016, se impone la (auto)definición de “medios comunitarios”, y por encima del marco legal muchas veces se asigna el etiquetado de un medio como indígena o comunitario a partir de la consideración de este por parte de la audiencia¹⁹. Una consideración argumentada fun-

19. Sobre esta cuestión de las audiencias en la caracterización de los medios comunitarios, populares y alternativos argentinos remito al trabajo de Segura *et alii* (2018).

damentalmente desde el tipo de contenidos y los discursos generados en torno al acontecimiento, y desde el modo y la medida en que estos apelen a criterios de identidad; una identificación no tanto étnica sino comunitaria, preferentemente local, pero también regional en términos geo-histórico-culturales. En estos juegos discursivos es donde llama la atención el hecho de que los medios autodenominados indígenas pierdan calado y proyección social en beneficio de los considerados comunitarios; medios comunitarios que muchas veces reformulan los acontecimientos producidos por los medios indígenas, logrando con ese cambio de perspectiva no solo amplificarlos, sino también movilizar a la sociedad y generar opinión pública incluso en otros medios (por ejemplo, grupos de WhatsApp o prensa provincial de masas).

Como he señalado a partir de varios testimonios, las comunitarias se dicen radios que están con la comunidad, entendida esta en términos locales y regionales, que trabajan por y para ella, que son participativas, que escuchan a los *comunarios*, que hablan de sus cosas. Para Daniel Gaspar, de la ya mencionada Radio Azul, una radio comunitaria “está en el día a día de la comunidad, le da vida”; por eso “tiene sentido de pertenencia con el pueblo, porque el pueblo se identifica con la radio” (Tilcara, 11.08.2017).

Esto perfila un escenario radiofónico en la Quebrada de Humahuaca y la Puna de Jujuy donde encontramos radios comunitarias (con licencia) que no son ni percibidas ni sentidas como tales, y otras radios que (sin licencia) se perciben y se sienten más comunitarias que las propias radios comunitarias. Por citar algunos ejemplos, la ya mencionada Radio Wiphala de Volcán, reconocida a la vez como comunitaria e indígena, aunque todo el mundo la percibe como indígena; tal cual sucede con la Radio Pachakuti de Abra Pampa, nacida como iniciativa del autodenominado Equipo de Comunicación Andina, y que lleva señal a las 30 comunidades del departamento de Cochínoca. En Purmamarca, la Radio Viltipoco se autodefinía como comunitaria, pero, cuando en mayo de 2018 se procedió a su cierre por dictamen judicial, la comunidad miró para otro lado y dio la espalda a su responsable. Radio Candela, de Maimará, es un referente de radio comunitaria en la región, aunque su licencia es de medio comercial. Los vecinos de Tilcara reconocen mayoritariamente como su radio comunitaria la Radio Azul, que sin embargo no tiene licencia, mientras que La Caprichosa, con licencia de radio comunitaria, suele ser vista como una radio de/para gringos,

hippies o foráneos; por su parte, Armando Álvarez, *alma mater* de FM Pirca, una radio nacida del Proyecto de Integración y Rescate de la Cultura Andina en los años posteriores a la dictadura militar como “un micrófono puesto en la cultura andina”, un icono de los medios comunitarios locales y regionales, siempre ha rechazado todas las etiquetas de comunitaria, alternativa, indígena —“indigenista menos”, me bromeó una vez (Tilcara, 10.08.2017)—, y prefiere considerar su medio simplemente como “radio, radio a secas”, con plena independencia. Otro referente de estas radios indígenas-comunitarias es la FM Warisata de La Quiaca, que surgió para comunicar las acciones del Movimiento Originario y Campesino de Jujuy (MOCAJU), que se fue transformando en un espacio de representación de muchas otras voces relegadas en los medios comerciales y oficiales, y que se encuentra temporalmente fuera del aire por problemas técnicos.

En el fondo, me atrevería a decir que la existencia de todas estas radios “comunitarias” se haya en continuo proceso de transformación. En parte, como consecuencia de esta disonancia discursiva sobre “lo comunitario” que vengo analizando. En términos de teoría de la comunicación, Jorgelina Molina apela a falsas etiquetas y falta de compromiso de los medios comunitarios que no crean desde la comunidad, sino que se limitan a reproducir lo que se difunde en los medios hegemónicos:

Quienes se dicen ser medios comunitarios en realidad seguían respondiendo a la lógica de los medios masivos de comunicación. Tenían una radio chica, indígena, comunitaria, que reproducía el noticiero de la tele de la tarde. Entonces, de alguna forma, cuando tu medio sigue reproduciendo [...], en lugar de ir en búsqueda de esas otras palabras, me parece que es cuando ahí se corta lo de medio comunitario, popular y alternativo como una alternativa a ese medio hegemónico (Jorgelina Molina, Tilcara, 31.07.2017).

Sebastián Sardina, muy crítico con las idiosincrasias culturales en la región, lo contempla en términos análogos, apelando a las potencialidades de las radios para despertar el sentido comunitario:

En realidad, no estamos acostumbrados a crear colectivamente. [...]. Eso hay que destruirlo, y la única forma de destruirlo es la radio, despertando ese sentido comunitario. Y la única forma de despertarlo acá es a

través de las radios, yendo a buscar [...]. Me refiero a que hay que salir a buscar la noticia, o el sentido comunitario. El sentido comunitario no va a entrar a la radio solito. No ha pasado eso nunca. Nunca (Sebastián Sardina, Tilcara, 14.08.2017).

Junto a este punto, y quizás como razón fundamental del desencuentro entre medios comunitarios e indígenas, las grandes diferencias de sentido que cada uno dio a la máxima de que las radios comunitarias nacían para dar voz a los que no tenían voz.

RADIO CON IDENTIDAD, IDENTIDAD EN LA RADIO

Durante bastante tiempo, y por parte de muchos comunicadores y activistas, se consideró que los medios alternativos estaban llamados a convertirse en voceros de aquellos sectores de la sociedad silenciados desde los medios hegemónicos. Así lo expresa, por ejemplo, Daniel Gaspar, de Radio Azul, al referirse a los sin voz:

la radio [comunitaria] nace con la idea de dar voz a los que no tenían voz: los pueblos indígenas, las comunidades. Era muy difícil, pero así empieza la radio: a partir de una negativa, de que nos cortaron la libertad de expresión (Daniel Gaspar, Tilcara, 11.08.2017).

Lo que a esta idea siempre han contestado los movimientos y los comunicadores indígenas —y por eso intentaron que la Ley de 2009 repartiera el espacio mediático en cuatro partes, con los medios indígenas ubicados en un cuarto propio y desvinculados de los comunitarios— es que las comunidades indígenas no necesitan de vocero alguno, ya que tienen su propia voz, y reclaman expresarse por sí solas.

Ante mi pregunta sobre esta pugna entre medios, Laura Méndez, de la Coordinadora de Comunicación Audiovisual Indígena de Argentina, recuerda cómo esta cuestión ya se planteó así en los debates previos a la Ley de Medios, donde los reclamos indígenas de una comunicación propia chocaron con las propuestas desde las radios comunitarias:

estando en las altas autoridades, [los indígenas] no lograron en estas propuestas alternativas tener una participación como sujeto activo,

sino más bien como sujeto pasivo, desde esa mirada de la dádiva, de la caridad, de ayudar al pobre indio, digamos [de] hablar por el pobre indio. A esto estaban acostumbrados, porque desde diferentes organizaciones la práctica habitual venía siendo armar proyectos para los indígenas sin consultarles, de hablar por los indígenas. Pero los indígenas ya no querían que alguien hable por ellos, más en algo tan delicado como es la comunicación indígena. Entonces fue como un choque de miradas con las [radios] comunitarias (Laura Méndez, Tilcara, 02.08.2017).

Aquella propuesta del reparto en cuartos nunca prosperó, y — como ya comenté —, algunos medios indígenas buscaron licitarse como radios comunitarias. De todos ellos, me diría Laura con pena y resquemor, considera que han traicionado las aspiraciones indígenas a una comunicación propia:

yo los veo como traidores, indígenas traidores, que ya no los considero comunicadores indígenas. [...] porque un comunicador comunica, produce contenido comunicativo crítico, hace escuchar la otra voz alternativa frente al discurso del poder. Y si esos comunicadores no difunden, no critican, [...] entonces son traidores. Yo los llamo diplomáticos protocolares, silenciosos diplomáticos.

Mantengo muy vivo el recuerdo de nuestra entrevista, en el bar de la terminal de ómnibus de Tilcara, largo rato midiéndonos las distancias antes de entrar en materia, mientras que en apariencia compartíamos una merienda cual dos viejos conocidos. Ante la dureza de estas palabras contra los que ella consideraba traidores yo le hice dos preguntas insidiosas: para empezar, si acaso dudaba de la existencia de medios “verdaderamente indígenas”, y para rematar, si acaso aquellos que se expresaban y reivindicaban como medios indígenas no le inspiraban confianza. Si en aquel momento — quizás al obligarnos a ambos a poner todas las cartas sobre la mesa — estas preguntas cambiaron (para mejor) el rumbo de la entrevista, su respuesta a ellas no hará sino aproximarnos de vuelta al punto de partida. Laura Méndez critica a esas radios presuntamente indígenas — pero consolidadas como radios comunitarias gracias a la Ley de Medios — por haber dejado de difundir las injusticias que se cometen hacia los indígenas, alejándose por esta razón de todos los valores que, a su manera de ver, deben impregnar a una “verdadera” radio indígena:

Yo creo que son muy *light*-folklóricos. Porque en esa época de auge de la Ley [de Medios] surgieron comunicadores valiosos, que lucharon defendiendo la Pacha [Mama], el indianismo de Fausto Reinaga, las rebeliones indígenas en la formación de la nación... Pero a medida que se consolida la Ley dejan de difundir, de criticar las agresiones que están sufriendo las comunidades indígenas. Eso más lo difunden otras radios que se consideran “ciudadanas” [*sensu* comunitarias], no indígenas (Laura Méndez, Tilcara, 02.08.2017).

Más allá de que la Ley desencadenara un reajuste estructural de la escena mediática argentina y un replanteamiento de posiciones para los distintos medios, lo que activó, ya desde sus debates previos, fue un concepto nuevo hasta ese momento. Se consideró que lo comunitario/popular/alternativo no alcanzaba a contener la comunicación indígena, y además la limitaba en tanto que desconocía el carácter jurídico y político de las poblaciones originarias con identidad propia, dejando a estas comunidades en desigualdad de condiciones frente al resto de medios (Doyle, 2018: 41-42). Así nació el principio de “comunicación con identidad” para referirse a la actividad comunicadora ejercida por los pueblos indígenas. Aunque el término no fue reconocido en el texto legal ni en su posterior reglamentación, sí abrió una intensa discusión sobre el modo de entender los medios indígenas en Argentina, diferenciados (¿o más bien diferenciándose?) de los medios comunitarios, campesinos, rurales, alternativos en su conjunto (Lizondo, 2015, 2018). Un debate que todavía hoy entrecruza comunicación con identidad y política, y remite a las relaciones que, desde el Estado, se establecen con la nación y las diversidades que la integran. Una comunicación con identidad —señala Lizondo (2015: 55)— que debiera aspirar a un diálogo intercultural desde el cual el espacio comunicacional pueda entenderse como aquel donde la comunidad habla y a la vez es hablada, siendo en esas maneras de hablar donde se carguen las características del discurso local, y por ende comunitario, añadiré yo.

La interculturalidad es esta “problemática muy fuerte” que Sebastián Sardina situaba como determinante en la historia reciente de Tilcara y la Quebrada de Humahuaca, cual espada de Damocles. Unos planteamientos interculturales que muchos ven contradictorios al concepto mismo de “comunicación con identidad” que la comunicación comunitaria también disputa. Entre ellos, por ejemplo, Darío Setta, fundador de La Caprichosa, quien dice entender la complejidad

cultural de la región, las problemáticas indígenas, la discriminación sufrida históricamente por las comunidades indígenas, pero que critica abiertamente el sectarismo que —a su entender— algunas de estas comunidades están imponiendo sobre otros movimientos sociales, rurales, comunitarios, y también sobre todos aquellos proyectos de comunicación que no compartan sus posicionamientos. Conversando sobre esa supuesta traición de aquellos medios indígenas que obtuvieron licencia como comunitarios, arremetió duramente contra todos los comunicadores indígenas que, en los previos a la Ley de Medios, optaron por radicalizar su discurso y no quisieron hablar ya más de comunicación popular, comunicación rural, comunicación para la transformación, y empezaron a reivindicar el concepto de “comunicación con identidad”, como si la identidad fuera algo exclusivo de los indígenas.

Vos fijate: comunicación con identidad. Ellos mismos, la mayoría de los que hacen radio indígena, se definen que hacen comunicación con identidad. ¿Eso qué quiere decir? ¿Qué nosotros, los que tenemos proyectos de comunicación popular y que no somos indígenas, no tenemos identidad? ¡¿Comunicación con identidad?! Nooooo, es comunicación con su identidad. Es muy fuerte... Porque tenemos identidades que nos atraviesan [...] a veces no podemos aportar nada desde esa identidad. No podemos cerrarnos a una identidad, a dogmas, a trincheras, etc. Hay que abrirse a una identidad común, compartida, en la que todos suman, no generar identidades múltiples, fraccionadas (Darío Setta, Tilcara, 03.08.2017).

En un extremo opuesto, pero igualmente cuestionando el concepto y el éxito de ese debate intercultural podríamos situar a Laura Méndez, para quien el problema radica en todas aquellas radios aparentemente indígenas nacidas no del deseo de las comunidades, sino del empeño de instituciones públicas como la Subsecretaría de Agricultura Familiar, el INTA o el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas quienes, según ella, utilizaron los proyectos de creación de radios indígenas para crear, en su lugar, radios comunitarias:

Iluminados que armaron el proyecto asesorando a las comunidades, manipulándolas. Creando radios, e incluso robando esas radios a las comunidades indígenas para crear, desde esos proyectos, radios comunitarias. [...]. Pretendían que [esos medios] hablaran del mundo indígena, pero sin ser indígenas. Y eso genera estereotipos y perjuicios. Y por eso

todo el mundo fue cortando espacios. Y se lograron más autorizaciones de radio indígena que licencias de comunitarias, pero muchas de ellas [están] sin funcionar (Laura Méndez, Tilcara, 02.08.2017).

El problema fundamental en este punto pasaría por resolver si estas radios en conflicto hablan por el otro, si son parte del discurso del otro, o si más bien expresan un discurso sobre el otro, según parece sugerir Laura desde su posición de comunicadora indígena. Sea como fuere, esta necesidad que tanto las radios indígenas como las comunitarias sienten a la hora de diferenciarse mutuamente es algo que llama poderosamente la atención, y sobre lo que lo cual convendría ahondar de cara a plantear un análisis etnográfico y a alcanzar una interpretación antropológica más detallada al respecto.

CONSIDERACIONES FINALES

Sobre esta consigna de “dar voz a los que no tienen voz” (comunidades, indígenas, campesinos, obreros, etc.), Mata (2011: 2-3) se cuestiona si no tener voz es lo mismo que haber perdido la palabra; si recuperar la palabra equivale a librarse de la opresión; o si son ellos quienes realmente recuperan la palabra, más bien se les da, o incluso simplemente se les presta. Trasladando estas dudas al tema de las radios comunitarias e indígenas en la Quebrada de Humahuaca y la Puna de Jujuy, he planteado aquí un análisis de los discursos sobre el medio, tratando de ver si aquello que la gente se cuenta a sí misma y sobre sí misma al hablar de sus radios permite o no definirlos.

En este sentido, quizás yo mismo he pecado en dar la palabra de un modo intencionalmente tendencioso, haciendo hablar primero a los medios comunitarios y luego a los medios indígenas, sin dejarlos dialogar demasiado entre ellos, aunque sí atendiendo a las críticas que recíprocamente se arrojan. Como especifiqué en las primeras páginas, ello no implica necesariamente que comparta las opiniones de mis interlocutores, o que me decante por un medio frente al otro; ha sido un mero ejercicio metodológico, un jugar con la referencia del punto de fuga para obtener diferentes perspectivas en el análisis.

Si desde los medios de comunicación se generan representaciones, se crean identidades y se imaginan realidades, he pretendido explorar

si estas radios son sentidas de la comunidad, o si por el contrario son simplemente percibidas como un medio en la comunidad. También sondear si las radios, tanto comunitarias como indígenas, contribuyen a formar subjetividades y a generar y expresar sentimientos de identidad e identificación, si son medios que hacen comunidad o que más bien imaginan comunidad. Y si resultara esto último, hasta qué punto esa “comunidad imaginada” (Anderson, 2006) acaba transformándose en real o al menos que influya en la realidad para componer esos “paisajes mediáticos” (Appadurai, 2001) entre lo local y lo global, lo heterogéneo y lo homogéneo, lo alternativo y lo oficial, lo comunitario y lo hegemónico.

Mi intención ha sido interpretar de qué manera se apela a los medios comunitarios e indígenas en las prácticas cotidiana y extraordinaria de crear e impugnar representaciones de uno mismo y del otro; representaciones de proximidad territorial, cultural y/o política ancladas en diferentes acepciones de “lo comunitario”. Llegados hasta aquí, y a la luz de los testimonios presentados, quizás no sea tan descabellado el compartir acercamientos más que buscar definiciones. Cada radio recrea su pasado, construye su presente y especula sobre su futuro, y se presenta a los demás desde una lectura propia de la realidad y al amparo de unos principios políticos y de unas identidades sociales y culturales particulares. Son radios que se piensan diferente, que suenan distinto y que se posicionan divergentes, resultando especialmente significativa esta necesidad de diferenciarse que tanto unas como otras expresan; una necesidad mutua de diferenciarse. Comunitarias o indígenas, son radios que construyen sus discursos en base al principio de comunidad y al convencimiento en la casi obligación de expresar otra palabra. Qué idea de comunidad y qué lenguaje manejen será lo que las diferencie y las distancie. Unas buscarán la identidad en la radio, la identidad de su radio, generar un sentimiento de pertenencia, propiciar una “comunidad de oyentes”; otras perseguirán una “comunicación con identidad”. Creo que es a partir de estos puntos como hay que tratar de definir a ambos medios. Sin embargo, no estoy seguro de haber alcanzado aquí esa definición, sino más bien de haber evidenciado la cuestión y aportado —desde el estudio de caso— un abanico amplio de elementos de análisis para aproximar su definición.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, Benedict (2006): *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el uso y la difusión del nacionalismo* [1983]. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- APPADURAI, Arjun (2001): *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización* [1996]. Ciudad de México: Ediciones Trilce/Fondo de Cultura Económica.
- DOYLE, M^a Magdalena (2018): “Acceso y participación de los pueblos indígenas en el sistema de medios de Argentina”. *Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social “Disertaciones”*, 11(2): 30-49.
- GEERTS, Andrés/VAN OEYEN, Víctor/VILLAMAYOR, Claudia (coords.) (2004): *La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo: la práctica inspira*. Quito: ALER/AMARC.
- GIL GARCÍA, Francisco M. (2021): “Discursividades sobre la radio comunitaria en la Quebrada de Humahuaca (Noroeste Argentino): problemas y perspectivas”. *Disparidades. Revista de Antropología* [en prensa].
- GUIO, Susanna de/URIESTE, Joaquín (2017): “Estrategias de organizaciones de medios comunitarios, alternativos y populares en la Argentina en el periodo 2010-2015”. *Sphera Publica. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 17(1): 2-24.
- HOBBSBAWN, Eric J. (1984): “Inventing Traditions”, en E. J. Hobsbawn y T. Ranger (eds.), *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1-14.
- KEJVAL, Larisa (2009): *“Truchas”. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares de Argentina*. Buenos Aires: Prometeo.
- (2010): “En busca de la comunidad perdida”, en Gabriela Cicelese (coord.), *Comunicación comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 33-49.
- (2013): *Significaciones en torno a las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas*. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura. Universidad de Buenos Aires.
- (2016): *Ante la Ley. Reconfiguración de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas (1983-2015)*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.

- LIZONDO, Norma Liliana (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.
- (2018): “La comunicación con identidad. Regulaciones y un estudio de caso”. *Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social “Disertaciones”*, 11(2): 50-65.
- LIZONDO, Norma Liliana/ORTEGA, Mariana de los Ángeles (2013): “Comunicación con identidad, entre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la comunicación popular”, en Lucas Valdés y Susana Morales (comps.), *Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- MATA, M^a Cristina (2011): “Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos”. *Revista Oficios Terrestres*, 1(26), <<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>>.
- NAVARRO NICOLETTI, Felipe/RODRÍGUEZ MARINO, Paula (2018): “Aproximaciones conceptuales: comunicación popular, comunicación comunitaria y comunicación alternativa”. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7(2): 37-66.
- OLLARI, Marina Alejandra (2016): “El lugar de los radios comunitarios ante los desafíos de la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”. *Questión. Revista Especializada de Periodismo y Comunicación*, 1(50): 370-386.
- SEGURA, M^a Soledad (2016): “Los medios comunitarios, populares y alternativos de Argentina desde la Ley Audiovisual. De la lucha por la legalidad al debate sobre la sostenibilidad”. *Diálogos de la Comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, 92, <<http://dialogosfelafacs.net/los-medios-comunitarios-populares-y-alternativos-de-argentina-desde-la-ley-audiovisual-de-la-lucha-por-la-legalidad-al-debate-sobre-la-sostenibilidad/>>.
- SEGURA, M^a Soledad/LONGO, Verónica/HIDALGO, Ana Laura/TRAVERSANO, Natalia/LINARES, Alejandro/VINELLI, Natalia/ESPADA, Agustín (2018): “Los públicos de medios comunitarios, populares y alternativos en América Latina. El caso argentino”. *Commons. Revista de Comunicación Ciudadana Digital*, 7(1): 5-45.
- SIARES, Emilse/BELOTTI, Francesca (2018): “Los medios indígenas en Argentina: caracterización y desafíos a partir de la experiencia de dos radios kollas”. *Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social “Disertaciones”*, 11(2): 86-103.