



## **Los sentidos de la comunicación popular en el territorio**

*The senses of the popular communication in the territory*

DOI

MARÍA LAURA AGÜERO, ANA MÜLLER, EMILIA VILLAGRA

“Los hombres y los pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad y exigen el derecho de participar, de ser actores, protagonistas, en la construcción de la nueva sociedad auténticamente democrática. Así como reclaman justicia, igualdad, el derecho a la salud, el derecho a la educación, etc., reclaman también su derecho a la participación. Y, por tanto, a la comunicación”.

Mario Kaplún

### **RESUMEN**

Este artículo pretende describir y analizar brevemente algunos aspectos vinculados a la experiencia realizada por la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy, en las que intentamos delinear lo popular en el territorio de la ruralidad. Pretendemos compartir algunas de las preguntas que nos planteamos para pensar lo popular desde nuestras intervenciones como docentes y trabajadoras en el territorio, asumiendo que durante este proceso de aprendizaje es necesario tejer puentes y puntos de encuentro entre campesinos, pobladores rurales, indígenas, mujeres, jóvenes, agricultores y artesanos, que van definiendo en su comunidad su propio proyecto político y comunicativo, con las características de cada territorio, con cada historia y cada trama social, como procesos de enunciación y modos de involucrar estrategias que permiten generar circuitos de producción y comercialización más justos y soberanos.

**PALABRAS CLAVES:** POPULAR — ALTERNATIVA — TERRITORIO — CAMPESINOS — PROCESOS POLÍTICOS

## ABSTRACT

This article aims to briefly describe and analyze some aspects related to the experience of the Bureau of Popular Communication of Salta and Jujuy, which tried to remark the popular aspects in the territory of rurality. We intend to share some of the questions we presented to be able to think about the popular from our interventions as teachers and workers in the territory, assuming that during this learning process it is necessary to stablish meeting points knitting Bridges and points between farmers, rural dwellers, indigenous people, women, youth, farmers and artisans who are defining their community, their own political and communicative project, with the characteristics of each territory, with each story and every social fabric as processes of enunciation and ways involving strategies to generate circuits of production and marketing fairer and Sovereigns.

## 1. LO POPULAR

Pensar **los sentidos de la comunicación popular en los territorios** es preguntarnos ¿qué es lo popular? Una pregunta que también se hizo Mijaíl Bajtín, quien encontraba a la cultura popular en su espacio y con sus tiempos propios, allá por el siglo XVI: la plaza y el mercado. Para Jesús Martín Barbero “Bajtín define a la cultura popular como “un segundo mundo y una segunda vida” para la gente del común; una segunda experiencia porque su primer orden es la supervivencia, el trabajo y la sumisión-complicidad. En cambio en lo simbólico y corporal el sujeto popular encuentra catarsis, juego, provocación, humor y exceso emocional; máscaras que rompen con la identidad del rostro para ganar el goce del cuerpo. Llama la atención al “carácter subversivo de la ambivalencia y el doble sentido de que se halla cargado el lenguaje popular y sus dispositivos” (Martín-Barbero en Rincón, 2015: 24).

Reconociendo que como dice Martín Barbero, lo popular “es otra matriz cultural [comunicacional] diferente de la dominante racional- iluminista” (Martín Barbero en Rincón, 2015: 25), es “lo subalterno, lo dominado, lo excluido donde habitan los juegos de poder y dominación (Rincón, 2015: 26). En este caso, para nosotras **lo popular es en el territorio de la ruralidad.**

Sin embargo, ni lo popular es unívoco, -por el contrario, es entramado- ni la comunicación es una. Se va construyendo su sentido, desde cada territorio, desde cada comunidad, convirtiéndose en una fuerza propia a estos procesos de comunicación popular, alternativa o comunitaria. Campesinos, pobladores

rurales, indígenas, mujeres, jóvenes, agricultores, artesanos, tejedores, van definiendo en su comunidad su propio proyecto político y comunicativo, con las características de cada territorio, cada historia y cada trama social. Desde allí buscamos recuperar algunos aprendizajes para compartir aspectos de esos procesos y reflexiones que se nos presentan. Con voz propia, poniéndole palabras, son proyectos que expresan aquello que *cada uno ofrece desde lo que tiene; es poder expresarnos, es contar lo tranquilo de nuestro lugar. Es también parecida al viento, porque transmite la voz y llega a todas partes; y entendida como el territorio, nuestro lugar y lo que somos; como un trueno o un relámpago que nos alerta de la lluvia. La radio canta, nos contiene, la radio es territorio, anuncia, llega a todas partes, anuncia lo que somos: nuestra identidad*<sup>1</sup>

La propuesta es entonces, pensar lo popular y la comunicación desde la ruralidad en el norte Argentino a partir de trabajo territoriales y experiencias.

## 2. LO POPULAR (NACIONAL) EN ARGENTINA

En Argentina hay muchos sectores y realidades que podrían fácilmente ubicarse dentro de lo que llamamos popular. Hay al respecto múltiples trabajos y publicaciones. A nosotras nos interesa invitarlos a un viaje por las zonas rurales del norte de nuestro país. Pensar en esos sectores populares conocidos como comunidades rurales, poblados, pueblos, parajes. Todos ellos, que en realidad son lo mismo pero los llamamos de múltiples maneras, presentan similares características: se encuentran distantes de los centros urbanos, carecen de servicios a veces básicos como luz eléctrica, agua potable, servicios de salud, educación, transporte. La señal de celulares no llega, y tampoco el teléfono fijo. En algunos casos existe una cabina donde hay un teléfono para 600 habitantes que funciona en algunos horarios y sólo algunos días. Los caminos que deben transitar se tornan intransitables en determinadas épocas del año, las tierras son propias legítimamente pero en la mayoría de los casos no legalmente. Así y todo, estas comunidades rurales producen sus alimentos, crían sus animales, arman familias, se organizan para vender lo que sobra y para intercambiar en ferias lo que hacen. No está de más decir que tanto las provincias de Jujuy como Salta contribuyen con el 2,5 % del PBI nacional; y su estructura agraria es diversa y compleja. El sector rural también llamado agricultura familiar representa en Jujuy y Salta el 80 % y 70 %

1 Testimonios de pobladores e integrantes de radios rurales de Salta y Jujuy

respectivamente del total de las explotaciones agropecuarias que concentran a miles de familias y en proporción con los grandes terratenientes, las hectáreas donde viven y producen son pequeñas y precarias en la mayoría de los casos, por ello ya desde hace muchas décadas organizarse, juntarse, y luchar por transformar múltiples injusticias o desigualdades ha sido y sigue siendo una estrategia muy apropiada.

Pero un detalle nada menor para nuestro campo de trabajo, es entender que las organizaciones rurales, no nacieron vinculadas directamente a la comunicación. Se organizaron en torno a otras problemáticas, para acceder al agua, para pelear por sus tierras, para comercializar lo que producen en ferias, para acceder a recursos que les permitan mejorar su infraestructura... y en ese andar, los agricultores varones y mujeres, las familias, los vecinos, los referentes culturales de los lugares, las y los maestros de las escuelas rurales, **sin teoría mediante empezaron a sentir la necesidad de que sus voces sean escuchadas**, la necesidad de tener un lugar desde donde enunciar, de decir colectivamente, de convocar a otros, y de hablar desde el propio territorio alzando la propia voz.

Si pensamos en estos aspectos de los sectores populares y las organizaciones rurales, nos interesa particularmente nuevamente el aporte que hace Martín-Barbero (1987, 2002) cuando da cuenta de la genealogía de lo popular recuperando a Mijaíl Bajtín quien ubicaba la cultura popular en la plaza y el mercado. Bajtín (1988: 11) define a la cultura popular como “un segundo mundo y una segunda vida” para la gente del común; una segunda experiencia porque su primer orden es la supervivencia, el trabajo y la sumisión-complicidad. En cambio en lo simbólico y corporal el sujeto popular encuentra catarsis, juego, provocación, humor y exceso emocional; máscaras que rompen con la identidad del rostro para ganar el goce del cuerpo.” (Bajtín 1988: 25).

Esto aparece con claridad cuando nos preguntamos por la cultura y la comunicación en la ruralidad, pues estas preocupaciones surgen como complemento de las “primeras motivaciones” que llevaron al nacimiento de sus organizaciones. Para ellas primero está producir, comer, vender, acceder a los servicios. Y luego, ya discutiendo esos accesos aparece con fuerza la comunicación, que si bien para nosotros (los comunicadores) es un aspecto transversal e intrínseco de toda organización y comunidad, pensarlo como tema puntual para abordarlo implica tener la paciencia suficiente para que se integre al conjunto de las ocupaciones y preocupaciones de los agricultores familiares. Allí la comunicación en la organización, una radio u otro medio, comienzan a ser una idea, un proyecto, y luego se abre juego a constituirse

como una realidad, con una agenda de trabajo, de desafíos y acciones. Surge la posibilidad de acceder a medios como la radio y la tecnología de interconexión (VHF) y ello posibilita no sólo democratizar el acceso a la palabra, sino también que la misma no sea “traducida” por otros, evitar intermediarios, hacerla accesible y propia. La comunicación hace posible la red, el estar enlazados y ser enunciadores, pero también reconocernos “escuchándonos a nosotros mismos”.

### 3. LA COMUNICACIÓN POPULAR

Maria Cristina Mataz invitaba en un texto de hace poco tiempo, a pensar la comunicación popular/alternativa en nuestro campo de investigación y de abordaje, y proponía que “a pesar de los matices y diferencias que contiene el sintagma comunicación popular/alternativa admitamos que genéricamente, más allá de distintas modalidades expresivas y tecnológicas y más allá de coyunturas y contextos e incluso de perspectivas políticas, ese sintagma recubre una voluntad: **la de romper un silencio impuesto**. Una ruptura que implica poder pronunciar las palabras acalladas por el poder económico y político expresado en los sistemas de explotación y los regímenes dictatoriales o las democracias autoritarias.

La comunicación popular remite por eso mismo a una alteración discursiva y al conflicto; a nuevas voces —nuevos hablantes y relatos— que generan innovaciones y diversidad de experimentos tecnológicos: desde iniciativas artesanales como los periódicos murales o los grafitis, a estrategias de apropiación de desarrollos técnicos de punta como las transmisiones radiofónicas satelitales (Mata: 2015, 19)

Para nosotras está claro que estamos trabajando con actores de la comunicación popular en los territorios. La idea de partir de la experiencia, de tomar la palabra para romper los silencios impuestos es en sí misma apasionante. Sin embargo vale aclarar (necesidad que surge entre lecturas y relecturas que hacemos de este trabajo) que no queremos bajo ningún punto decir que estos sectores antes de pensar explícitamente en la comunicación o en la generación de algunos medios propios, no tenían voz propia ni que no expresaban sus miradas, no es que son nuevos hablantes literalmente, sino que se atreven sí, en ese acto, a disputar los espacios comunes y públicos con esas palabras,

---

2            Docente e Investigadora de la Universidad Nacional de Córdoba y pionera en la comunicación popular desde los años 70.

generando esa alteración y conflicto. Algo que ya habían iniciado sin duda cuando muchos de ellos empezaron a juntarse y organizarse colectivamente.

La experiencia y el hacer se vuelven claves en estos aprendizajes, y para darles el sentido que creemos retomamos a Martín- Barbero. Pensamos en las posibilidades de transformación de las clases populares a través de la experiencia. Es en la “reapropiación del sujeto popular” en la que nos inscribimos y encuadramos a muchos actores individuales, colectivos y organizados, ya que conversando un poco con el texto de *Culturas Bastardas* de Rincón (2015) entendemos a lo popular como “aquello basado en nuevas sensibilidades, también como parte de lo auténtico, eso que llamamos “pueblo”, conjuntos de personas que comparten puntos comunes, identidades, la necesidad de relatos compartidos, de luchas compartidas, una intención de horizonte” (Rincón, 2015: 29-30).

Las prácticas de comunicación popular, más allá de sus diferentes orígenes y perspectivas, constituyen uno de los tantos modos en que las organizaciones se desarrollan para cambiar las lógicas de poder que son también las lógicas de la comunicación hegemónica. (Mata, 2009). A partir de 2009 en nuestro país, con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se reconocen como legítimos estos procesos comunicacionales fundados en la diversidad cultural e histórica de los territorios. (PE Tramas Sociales, 2014)

La búsqueda es que la palabra exprese el territorio y definiciones colectivas. Entendiendo por territorio no el lugar geográfico sino ese lugar de memoria y expresión donde se construye la identidad propia y colectiva, lugar político relacional e histórico.

La comunicación practicada y asumida como derecho, fortalece la organización y la comunidad, y eso lo hace en un espiral virtuoso junto a la lucha por el acceso a otros derechos, como la salud, educación, el agua, la tierra y la gestión de mejoras de infraestructuras y servicios.

También se piensa a los procesos políticos de comunicación como procesos de enunciación y modos de involucrar estrategias que permiten generar circuitos de producción y comercialización más justos y soberanos.

Se trata también de hablar desde la experiencia propia. Y con esto nos vuelve el texto de Rincón cuando recupera de oído las palabras de Martín-Barbero: lo popular es “memoria de una experiencia sin discurso que se deja decir solo en el relato” (...). Experiencia y relato más que razón, argumento y teoría (Rincón, 2015:24). Eso en los territorios hay mucho para aprender a escuchar y dejar volar con el viento.

Las experiencias territoriales y rurales que retomamos en este artículo son algunas que se han acompañado desde las instituciones estatales que

conforman un espacio llamado **Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy**. Quienes lo integramos venimos trabajando junto a múltiples y diversos medios de comunicación comunitarios rurales y organizaciones sociales de la agricultura familiar. Cada uno con sus geografías y sus gestaciones, con los procesos con que cada comunidad llegó a la decisión y a la gestión de contar con medios propios. Aquí tomaremos sólo algunos, pero hay mucha tela para cortar de cada uno de ellos, mucho para aprender, mucho por escribir y sobre todo mucho aún por hacer. Recuperamos conversaciones y entrevistas con los integrantes de las radios populares que se vienen inaugurando desde el empuje que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual brindó, y la articulación de diferentes organismos públicos que se concretó en el proyecto nacional “Sembrando Palabras Cosechando Derechos”<sup>3</sup>. Así, los protagonistas de las experiencias hacen su propio relato, con sus usos y significaciones:

Patricia de la radio La Caprichosa, ubicada en Tilcara, provincia de Jujuy se define desde lo que son, productores. Y dice: *“Somos pueblos de agricultores, yo en mi caso produzco flores, otros hortalizas... hoy la radio nos permite dar a conocer nuestros acuerdos sobre los precios de venta y compra, tener información de los mercados, ya no puede venir alguien y decirnos algo que no es... **la radio es un sueño, ponerla al servicio de la comunidad, que cada uno ofrezca lo que tiene**”*

En otro horizonte para Chachin de Molinos, (Salta) *“tener la radio abrió muchas puertas, podemos expresarnos, ser libres, tener nuestra información, **contar lo tranquilo de nuestro lugar**, las cosas que nos pasan, nuestras noticias y no muertes, tragedias ajenas y lejanas. Nos da fuerza de expresar, de defendernos, siempre nos han callado, no nos dejaron hablar. Como pueblo Diaguita Calchaquí nuestra idea es resaltar nuestra voz, de aquí no nos calla nadie, ese es nuestro derecho a expresarnos, y vamos a seguir creciendo y luchando para adelante”*. Eso retumbaba en los cerros el día que inauguraron la radio de las Comunidades Unidas de Molinos en Cieneguillas un paraje en el Valle del Luracato, Molinos, Salta.

Los desafíos que se presentan a los comunicadores populares es **encontrar los modos de decir** pero con las maneras propias del decir, con las palabras ancestrales, con los silencios de la identidad, con la entonación y el acento propio de cada pueblo y lugar rompiendo con modelos impuestos de formas y estéticas. Esto implica un proceso de valoración y constitución de un sujeto político que se reconoce como tal, en sus estéticas y modos de narrar pegados a su propio territorio y con su propia identidad, un sujeto

---

3 El proyecto “Sembramos Palabras, Cosechamos Derechos” lo lleva adelante el Ministerio de Agricultura de Nación, a través de la Secretaría de Agricultura Familiar y el INTA, junto con FARCO. Este proyecto fortalece con equipos y formación a 18 radios rurales de todo el país.

de derecho, con capacidad de crear. Se presenta así la comunicación como punto de encuentro entre sujetos diversos, como espacio de mediación que favorece los procesos de transformación protagonizados por los distintos actores sociales del territorio, disputando múltiples derechos y accesos, “*desde lo que cada uno tiene*”. Es en sus palabras algo parecido a lo que Mata nos proponía sobre lo popular como la búsqueda por “romper un silencio impuesto. Una ruptura que implica poder pronunciar las palabras acalladas por el poder” (Mata: 2015:17) y reconocer lo propio como valioso y legítimo, como igual y diferente.

Desde otro paisaje, en la Quebrada de Escoipe, Salta, los protagonistas al pensar la radio desde su organización, y la definición de su proyecto político, nos decían: “*Nosotros como pueblos originarios y agricultores familiares respetamos nuestra tierra y la naturaleza, es por esto que nos animamos a pensar y soñar **nuestra radio como el viento**, porque transmite la voz y llega a todas partes; **como el territorio**, nuestro lugar y lo que somos; como un trueno o un relámpago que nos alerta de la lluvia. La radio canta, nos contiene, la radio es territorio, anuncia, llega a todas partes, anuncia lo que somos, nuestra identidad*”.

Por último, en otro punto del mapa está la comunidad de El Fuerte, un pueblo pequeño en las montañas selváticas de Jujuy. Allí definían a la radio como libertad, realidad, derecho, crecimiento, compromiso, confianza en uno mismo y hacia los demás, sueño, trabajo, justicia, debate, voluntad, integración, organización, amor, solidaridad y unión. Y también es agua, porque es imprescindible como la comunicación, es “ambiente” porque es fundamental para la vida; “luz” porque ilumina y cuando no hay libertad permite ver un caminito; y “aire” porque lo compartimos todos, “fuego” porque da calor a la gente que lo necesita, que no se siente bien; es “tierra” porque sin tierra no se sostiene nada, porque la tierra es vida, riqueza y sabiduría, es una “paloma blanca” porque simboliza la libertad de expresión.

En el territorio de la ruralidad, la vida del hombre y la mujer, no es sino en estrecha relación con la naturaleza, la escisión naturaleza – el hombre es producto de la racionalidad moderna-. El hombre, la mujer son naturaleza, parte indisoluble del ambiente. Cuando la radio popular o comunitaria, es asociada al viento, a la luz, al rayo, a la tierra, nos permite comprender el sentido profundo que tiene en los sujetos que integran estos territorios al posibilitar el decir colectivo, esa palabra enraizada en la tierra, palabra liberadora, creadora, tanto de lucha como de esperanza. La Radio, la comunicación, es parte intrínseca de esa comunidad, como la tierra misma. Esto nos lleva a pensar en el concepto de relacionalidad que plantea Arturo Escobar (...) la forma relacional de ser, conocer y hacer... nada existe sin que exista todo lo demás (...) es el gran correlato de la autonomía y la comunidad. (ESCOBAR:

2016). Eso es lo que se construye, se modela, se vuelve a construir con la comunicación como el gran elemento que nos conecta no solo con nosotros mismos sino con todo el entorno que constituye esa comunidad. Tan esencial como el agua, la tierra y el mismo aire.

#### **4. LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL... "CRECE DESDE EL PIE MUSIQUITA"...**

Esta ley, la 26.522, no surgió exclusivamente de la voluntad de un gobierno, ni su origen fue algún partido político, fue gestándose en las organizaciones sociales vinculadas a la comunicación, por ello no podemos pensar en esta ley sin reparar que en el año 2004 la Coalición por una Comunicación Democrática elaboró 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación. Este espacio estaba integrado por organizaciones sociales, sindicales, movimientos de derechos humanos, partidos y organizaciones políticas, universidades nacionales, cooperativas, pequeñas empresas, radios y canales de televisión comunitarias, pueblos originarios entre otros. Esos 21 puntos dieron origen al primer esbozo de la ley, la cual fue discutida en "los 23 foros y 80 conferencias, con participación de todos los sectores y en todas las provincias, con el propósito de incorporar las necesidades y requerimientos de todos los actores del complejo espectro audiovisual". (Presidencia de la Nación, 2009). En marzo de 2009, la presidenta de la Nación en ese momento de la mano de Cristina Fernández de Kirchner, anunció el envío de un proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para que sea tratado por el Congreso nacional. El 10 de octubre de 2009, tras más de 20 horas de debate en la Cámara de Senadores, se aprobó la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, convirtiéndose en un día histórico, tras 29 años de vigencia de una Ley sancionada en plena dictadura militar (Observatorio Social, 2011).

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual vino a otorgar y garantizar legalidad a las radios comunitarias con el 33% del aire reservado para los medios sin fines de lucro y esto posibilita equidad en el acceso. Esto posibilita un ejercicio plural de la comunicación, que distintas voces, miradas, distintos sectores sociales, tengan un espacio para decir, opinar, debatir, puedan ser sujetos de comunicación, en definitiva dice FARCO participar en igualdad de condiciones en el diálogo democrático. (FARCO, ...,15.) Fue fundamental también el lugar que se dio a los pueblos indígenas de nuestro país, al darle la potestad de titulares (al igual que el estado municipal, provincial nacional

o instituciones educativas) de licencias para radio y televisión, mediante los trámites de pedido de autorizaciones al organismo regulador del espectro. Apareciendo con mucha fuerza una nueva categoría para nuestro campo: la comunicación con identidad. Y múltiples experiencias de medios en diferentes idiomas y con identidades muy diversas.

La ley también vino a revalorizar nuestra música, la música independiente, la campesina y a los artistas locales estableciendo un 30% de música nacional en radio, y de ese treinta la mitad música independiente, hoy también los músicos locales son invitados a las radios comunitarias para amplificar su voz y sus melodías.

Para el trabajo que venimos escribiendo en este caso, es importante recalcar que esta ley le permitió a muchas comunidades rurales campesinas y comunidades indígenas poder soñar con tener un medio o una productora legalmente, además de contar con recursos para concretar y convertir esos sueños en proyectos, en sonidos e imágenes, mediante las líneas de fomento a los medios sin fines de lucro, de pueblos indígenas, y de organizaciones sociales.

La ley posibilita la creación de nuevos relatos en los que el pueblo pueda sentirse identificado con una comunicación en la que cada localidad, paraje, pueblo o gran ciudad, más allá del tamaño que tenga, pueda contar con sus propios medios para comunicarse.

El desafío es importante: hacer más democrático, más plural, más diverso, más multicolor el escenario de la comunicación, afirman Yanina Chiafitella y Diego Jaimes en las cartillas de capacitación del Instituto Nacional de Formación Docente, dentro del Programa Federal de Radios Socioeducativas, generado por el Ministerio de Educación, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Comisión Nacional de Comunicaciones<sup>4</sup>

---

4 Cartilla de capacitación del Instituto Nacional de Formación Docente, dentro del Programa Federal de Radios Socioeducativas, generado por el Ministerio de Educación, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Comisión Nacional de Comunicaciones, sitio web: <http://radiosies.infod.edu.ar/wp-content/uploads/2015/07/M%C3%B3dulo-Capacitaci%C3%B3n-RADIOS-IES-Marco-pol%C3%ADtico-conceptual.pdf>

## 5. LA MESA DE COMUNICACIÓN POPULAR DE SALTA Y JUJUY

La **Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy**, se formalizó a partir de un convenio firmado en abril de 2012, por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la Autoridad Federal de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDSN), tres organismos del Estado Nacional. En él se comprometieron a articular recursos y esfuerzos para acompañar iniciativas de comunicación popular, preferentemente rurales, con el propósito de ayudar principalmente a cubrir tanto el 33% que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual otorga a los medios sin fines de lucro, como las autorizaciones<sup>5</sup> que le corresponden a los pueblos originarios que quisieran contar con medios audiovisuales en sus territorios. Luego se sumaron otras instituciones y diversas organizaciones sociales.

El espacio pasó a superar ampliamente el convenio, con múltiples actores, acciones y la definición de ir tomando un lugar desde el cual se puedan expresar opiniones políticas comunicacionales en un campo de disputa y construcción constante, constituyéndose en un espacio político con definiciones que milita por un horizonte de comunicación plural, democrática, participativa, y entendida como un derecho; no solo en la posibilidad de producirla sino también de consumirla, reconociéndonos como posibles productores y simultáneamente usuarios de los medios de comunicación, e incluso de la comunicación en todos sus sentidos “no mediados”.

La Mesa trabaja y es integrada por aquellos sectores que viven del campo y en el campo, campesinos, indígenas, pobladores rurales, comunicadores rurales y por personas que trabajan en instituciones vinculadas a estos sectores.

Desde entonces está integrada por **organismos del estado nacional, universidades nacionales y organizaciones no gubernamentales** vinculadas

---

5 Es importante aclarar que la autorización y las licencias son dos marcos legales diferentes, a cada uno de ellos se le otorga el 33% del espectro, el resto es para empresas privadas. Las autorizaciones están vinculadas al permiso de hacer uso de las señales para radio o televisión a entidades del propio Estado, a los pueblos indígenas por ser reconocidos como poblaciones preexistentes a la conformación de nuestro estado nacional según la constitución del 1994. También en esta categoría está contemplada la iglesia católica, por las mismas razones de estar expresada en la constitución reconociéndonos como estado laico pero que financia y apoya a ese único credo. No está de más mencionar que este punto fue y sigue siendo muy controversial en muchos ámbitos donde se discute sobre nuestro campo comunicacional.

en su mayoría al ámbito rural. La sostienen personas que representan estos organismos y estas organizaciones, pero sobre todo personas que más allá de su lugar de pertenencia y representatividad somos **militantes de una comunicación** entendida **como derecho humano**. Caracterizada además, en el artículo de la Ley que regula nuestro campo de interés: “La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones”.<sup>6</sup>

Ser militantes de la comunicación popular, implica trabajar por una causa, un proyecto al que adherimos más allá de la obligación política entendida como acción transformadora, adherimos desde la pasión que moviliza dicha acción, que implica a su vez, compromiso, trabajo, creatividad que trasciende la institucionalidad y que además nos sitúa dentro de un colectivo que permite el pasaje de la primera persona del singular a la primera persona del plural (Retamozo, 2007), dando lugar a un nosotros inclusivo y que además se vincula con una determinada territorialidad... en este caso lo comunicacional rural.

Desde allí la Mesa reafirmó discusiones mediante llamarse Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy, con una concepción de la comunicación como práctica transformadora, como práctica instituyente de nuestra condición de sujetos sociales (Mata, 2009) como ese espacio de construcción colectiva que atraviesa las prácticas institucionales y sociales poniendo de relieve los sujetos y sus relaciones en el territorio (PE Tramas Sociales, 2014), como parte de la construcción de la cultura y la propia identidad.

La Mesa, es en este sentido, por ello decíamos líneas más arriba que se constituyó no sólo como un articulador o facilitador sino más bien como un actor político, y como tal potencia y multiplica las capacidades y posibilidades de gestionar la comunicación en el territorio, viene a fortalecer los **vínculos** entre las distintas experiencias de comunicación popular en Salta y Jujuy. La Mesa posibilita la **articulación** de las distintas políticas públicas, es decir, que las herramientas con las que contaba el estado para fortalecer procesos de desarrollo locales, “lleguen” y se concreten en los territorios integralmente.

## 6. EL TERRITORIO: ALGUNOS CRITERIOS PARA ENTENDER QUE TODO SE JUNTA EN LA EXPERIENCIA DE BASE

Sabemos que la comunicación es en las prácticas y no se puede escindir de ellas y que en tanto dispositivo habilitante de la palabra, es constitutiva de los sujetos. Pero sabemos también que en los territorios, la comunicación nos habilita y nos interpela a pensar no solo otros sentidos, sino otros espacios – densidad de la trama social - y/o tiempos –devenir de la vida - para hacerla consciente y explícita como herramienta de producción. Esos otros sentidos y espacios tienen que ver con la definición de prioridades, urgencias y necesidades, que en general están determinadas en principio por el plato de comida, y el trabajo que les permite no solo ese plato sino también un remanente para vender o intercambiar. El punto de partida siempre está vinculado a la tierra, el agua, la producción, el trabajo, el intercambio y luego la comunicación. Elemento que no es que se suma, es parte innegablemente, pero que para trabajarlo como abordaje específico con desarrollo de acciones y generación de objetivos debemos saber esperar y aprender a mirar el entorno y los territorios

Por ello podemos decir que en los territorios por los que transitamos y venimos trabajando, la comunicación no siempre ocupa el lugar principal en el escenario social. Primero fueron explicitadas otras necesidades, sueños y los derechos por conquistar. Otras las necesidades que llevaron a los sujetos, a juntarse, a agruparse y a organizarse. En estas tierras como en muchas otras de Latinoamérica, los pueblos campesinos fueron silenciados, en general *a palos*, por el patrón, el “dueño”, el “don”, generalmente “dueño apropiado” de las tierras que habitaban. A su vez asumieron en su mayoría ese silencio como estrategia de supervivencia y resistencia, se mantuvieron en los márgenes. Ya lo decía Chachín, “aquí (en el Valle del Luracato) si no trabajábamos cuando lo ordenaba el patrón, “nos tenían que ir expulsados o nos mataban a palos”.

Pequeñas irrupciones y una larga disputa de muchas organizaciones sociales, disputas no solo vinculadas a la comunicación sino al acceso y ampliación de múltiples derechos, fueron cambiando los paradigmas y habilitaron un nuevo escenario con legislaciones acordes. Los últimos años en nuestro país se dieron importantes conquistas en derechos civiles y en coberturas de seguridad social, que también llegaron con buen impacto a los habitantes de las zonas rurales

Con la intención de clarificar lo que vemos que ocurre en los territorios, planteamos diferentes criterios intentando organizar los distintos planos que se complementan en estas experiencias.

- Criterio 1: Políticas Públicas
- Cuando hablamos de las políticas públicas que irrumpieron o complementaron a los territorios creemos que las mismas aparecieron por una doble lucha en el campo político. Las razones de las incidencias de las organizaciones y el estado las podemos explicar mirando un cuadro de doble entrada, en donde una se encuentra constituida por la lucha de las organizaciones populares, y otra por un gobierno que define incorporarlas en la agenda del estado y volverlas políticas públicas fusionando necesidad, intereses y políticas sociales. Entre el 2003 y el 2015, ganan terreno las luchas<sup>7</sup> que posibilitan el reconocimiento de los sectores populares, aparecen visibilizadas y con la voz en alto las nuevas sensibilidades. En este escenario, las experiencias y la actividad de la Mesa de comunicación popular, buscan seguir consolidando ese camino. Haciendo sonido la idea. Aprendiendo a escuchar el murmullo y que en ese acto se vuelva palabra, como indicaba María Cristina Mata en alguna charla hace unos años.
- Criterio 2: Paciencia
- Pensar la comunicación como práctica social y narrativa en estos contextos donde la generación de medios y caminos de expresión tienen un “segundo lugar de prioridad” implica necesariamente tener paciencia y fundamentalmente *saber esperar, acompañar*, mientras se fomenta y se conecta con las principales urgencias o las prioridades impostergables. Es importante entender a la comunicación (y a los medios) como una excusa para consolidar otros modos organizativos e incluso para intensificar su práctica conscientemente, trabajar para elegir **decir y qué decir**.
- Criterio 3: Respirar
- Un ejemplo más claro de cómo entendemos a la comunicación es pensarla como el acto de respirar. Todos lo hacemos casi instintivamente, pero se puede mejorar, hacerla consciente para otros usos, para que potencie otras acciones y otras partes del cuerpo y de la mente. Nunca podemos dejar de respirar en vida, tampoco podemos dejar de comunicarnos. Sin embargo hacerlo mecánicamente no implica buenos resultados. Queremos (y para ello trabajamos en los territorios) que se entienda a la comunicación de manera integral, boicotear la idea que implica que ella se termina en el medio, pues la radio y todo soporte tecnológico es una

---

7 Asignación universal por Hijos, Jubilaciones ampliadas, Ley de reparación histórica de la Agricultura Familiar, Ley de Servicios de comunicación audiovisual, Ley del trabajador rural, Ley de Bosques, Ley de tierras en manos extranjeras, etc...

excusa, una manera más de ejercer el derecho a las voces y al decir, de potenciar el alcance. Y al igual que el aire nos une y nos hace iguales, y sea como sea es necesaria e irrenunciable su práctica cotidiana.

- Criterio 4: Caminar la palabra
- Si volvemos a las experiencias que se vienen acompañando desde la Mesa de comunicación popular en comunidades rurales del norte argentino, un detalle interesante es pensar en las diferentes etapas que atraviesan los proyectos de comunicación en los territorios, lo que implica que muchas veces no nos detengamos en un primer momento a pensar o profundizar contenidos y estéticas, estos van surgiendo, se van definiendo en el andar de cada experiencia, van apareciendo con la consolidación de sus medios, hay que darse la oportunidad de transitar los procesos.
- Criterio 5: El juego
- Hay que aprender a usar la tecnología, a editar, a hacer uso de la música, a conseguir los recursos, a pensar ese espacio como articulador con otras instituciones de la comunidad. Muchas veces hay que reforzar las prácticas de lectura y conjugarlas con los relatos. Hay que buscar noticias, saber cuánto tiempo podemos estar al aire. Primero hay que probar, jugar, indagar y atreverse. Luego hay que pasar de la novedad a mantenerlo, y a consolidar no solo el espacio sino las definiciones que desde allí se van generando en convivencia con la organización. Es un proceso de búsqueda permanente que debe pasar el momento de novedad y continuar fortaleciendo el propio proyecto estético y editorial, como parte del proyecto político.

Creemos que esto no es un detalle menor, pues aquí radica una notable diferencia entre estos medios rurales y los medios alternativos urbanos que han nacido de largas discusiones comunicacionales en todos sus planos: estéticos, políticos, laborales, lo que si bien no les quita el dinamismo y la búsqueda permanente, nacen con horizontes claros. Pues al gestarse con la intencionalidad explícita, bajo el ala de la comunicación alternativa estas definiciones son intrínsecas, han nacido simultáneamente. Ejemplos interesantes de ellos son la revista La garganta poderosa, el Canal de tv Barricada tv, LA VACA, las radios alternativas La Tribu y Radio Revés, o las producciones del colectivo Wayruro Comunicación Popular.

Para acompañar procesos territoriales y rurales creemos que es fundamental que los comunicadores reflexionamos en torno a eso porque son diferentes modos de nacer y crecer en la comunicación popular, cada cual tiene

su proceso, y en cada uno se pueden encontrar contradicciones y mucha magia, el tema es darse la oportunidad de buscar los caminos y los senderos hacia los lugares que intentamos ir colectivamente.

## 7. SE APRENDE

Consternados pero convencidos, seguimos trabajando, hoy en medio de una gran incertidumbre institucional, laboral y legal, lo hacemos junto a las organizaciones para apoyar las radios que ya están funcionando, concretando las inauguraciones de aquellas que aún no tenían sus equipos, afianzando los distintos proyectos que la Mesa apoyó a las organizaciones que los generaron. Revisamos acciones con aquellas experiencias que están al inicio del proceso; preparando las próximas inauguraciones, disfrutando de los lanzamientos como por ejemplo la radio indígena de la Asociación de Comunidades Indígenas de Nazareno (Salta) del pueblo kolla inaugurada a principios de abril en lo más alto de nuestro alcance, subiendo a más de 5050 metros sobre el nivel del mar para llegar al hermoso poblado. Todas estas experiencias se atreven a generar producciones audiovisuales, articulan con estudiantes de la universidad pública y con otras organizaciones de otros puntos geográficos. Apostamos entre todos a la consolidación de un *espacio de encuentro (que puede ser virtual y real)* con posibilidades de compartir música, materiales y contenidos, producciones de todas las emisoras, que hoy toma forma en un portal web llamado [www.comunicaterritorios.org.ar](http://www.comunicaterritorios.org.ar), es decir, por diferentes modos y estrategias continuamos en el camino de esto que estamos convencidos es una acción transformadora no solo para la comunicación sino también desde ella.

En ese sentido los desafíos son muchos, hoy la principal inquietud es reconocer ¿cuál es el escenario en el que nos estamos moviendo, y cómo reorganizar las prioridades? Pues si miramos desde un **plano panorámico**, estos son nuestros principales retos como actores de la comunicación que hoy nos encontramos en torno a la Mesa.

Pero si miramos desde un **primer plano** esos desafíos son otros, ya que poniendo el foco en las experiencias, nos surgen distintas preocupaciones: ¿Cada experiencia consolidará su propio proyecto político y comunicacional? ¿Lo irá buscando naturalmente o se debe fomentar esa inquietud? ¿Es necesario sostenernos en red para que eso ocurra? ¿Son procesos paralelos o transversales? ¿O son ambos? ¿Cómo se irán diferenciado estas experiencias en sus estéticas, en sus consumos, sus modos de producirse, sus discursos, sus contenidos? ¿Cómo y cuáles alternativas encontrarán/encontraremos para pensar las posibilidades

de sostenibilidad? ¿Cómo se conjugan las expectativas, con las realidades, con los modelos de comunicación a los que estamos acostumbrados y los que se van gestando en la ruralidad? ¿Cómo lograr trascender las experiencias para incidir en otros modelos en los campos de estudio y discusión de la comunicación?

Buscando tener elementos para responder algunas de esas preguntas creemos que hay particularidades en estos espacios de comunicación rural: por ejemplo en cuanto a las horas de programación que tiene una radio rural, muchas veces condicionada a la cantidad de horas de acceso a la luz eléctrica o solar, pero también por los tiempos que pueden realmente asumir los y las agricultoras, teniendo en cuenta que la producción de estos medios se hace por fuera de su jornada laboral. Creemos que las programaciones se pueden enriquecer o fortalecer si logran invitar a la diversidad de actores para que se involucren en las emisoras, que la comunidad se encuentre en las radios.

Por otro lado nos surge otra pregunta si pensamos ¿Cómo se va “contagiando” la comunidad del deseo de apropiarse de ese medio, cómo el medio va integrando a la comunidad en sus modos culturales, cómo los medios se tiñen de comunidad? ¿Cómo estos medios juegan a la hora de contribuir en la consolidación de las organizaciones y sus luchas, y por ende fortaleciendo sus discursos? Aspectos esenciales en estos procesos que hay que ir pudiendo abordar y mirar de tanto en tanto.

Por último, si la propuesta es miramos desde un **plano invertido**, nos topamos con los desafíos que nos interpelan en primera persona, como comunicadoras, como mujeres, como trabajadoras de organismos del estado, y también como docentes de la universidad pública que nos vinculamos desde “*el hacer*” en el territorio, con “*el pensar*” y “*el reflexionar*” y escribir sobre nuestra práctica y nuestro campo. También desde aquí tenemos muchas intrigas, como por ejemplo pensar en ¿Cuál es el desafío al que nos invitan las experiencias? pensar en otros tiempos y modos de consumo; otros tiempos y modos de producción, a ser creativas y creativos para pensar estrategias de sostenibilidad (una de los aspectos transversales de todas las experiencias de comunicación popular y/o comunitarias) ¿Cómo avanzar sobre la búsqueda de estéticas propias, la generación de producciones, organización y alternativas para ello? Y junto a las organizaciones que se encuentran iniciando este camino, ¿Cómo nos proponemos seguir?, ¿Cómo gestionar en un marco de recortes y cambio de paradigma del estado y las políticas públicas? Repensamos a cada momento como estar a la altura de la complejidad de los territorios y los sujetos que los constituyen y del movimiento político nacional y hacer de la transformación el horizonte que nos siga invitando a sumar kilómetros y años de experiencia.

## 8 EL MAL TIEMPO MACRISTA

No podemos dejar de compartir la sensación que tenemos hoy. Pues se nos hace muy complejo revisar y corregir este texto, y con él toda la práctica que le dio vida, dejando de lado los últimos y escandalosos acontecimientos en nuestro país a partir del cambio de gobierno.

Nuestro planteo inicial en este artículo era compartir reflexiones sobre la experiencia, sobre el recorrido y las preguntas que nos abrió el pensar *la comunicación popular en los territorios* a partir del espacio que hemos visto crecer bajo el nombre de la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy. Un espacio que sirve de punto de encuentro entre organizaciones sociales rurales fundamentalmente de estas dos provincias del norte argentino, conocidas de igual forma por sus bellos paisajes, como por los escandalosos índices de pobreza y desigualdad.

Jugando con las “*metáforas barberianas*” podemos afirmar que si Latinoamérica está caracterizada por el condimento del *drama de las telenovelas*, la trama que desde el gobierno de Mauricio Macri como presidente y el derecho a la comunicación se viven en nuestro país, corre todos los límites de lo imaginado de esos dramas, pasa a ser casi una *película de terror*, pues no hay lugar ni para el suspenso. Si no quisiéramos ir tan allá en la comparación sabemos que sin lugar a dudas sería fácil de hacerla jugar con los culebrones más usados a lo largo y ancho del continente, culebrones que son paradójicamente en su gran mayoría producto y ganancia de los grandes conglomerados de medios, los también conocidos como los monopolios, eso que son los socios políticos del actual gobierno y los principales beneficiarios del cambio arbitrario de paradigma comunicacional y los enemigos acérrimos de la ley de servicios de comunicación audiovisual y otras tantas que “afectaba” su derecho de empresa..

El tiempo y la realidad de la comunicación popular y toda iniciativa comunicacional hoy está enredada y enrarecida con el cambio de gobierno nacional tras el 10 de diciembre de 2015.

Cuando empezamos a pensar este artículo, nuestra mayor ocupación tenía que ver con cómo se implementaba la **Ley de Servicios de Comunicación audiovisual**. Concentrándonos en los medios vinculados a las *licencias sin fines de lucro* o aquellas *autorizaciones* que permitían que los pueblos originarios y campesinos cuenten con sus medios locales. Estábamos preocupadas por articular entre los diferentes organismos y las organizaciones sociales, cómo generar puntos de contacto y encuentro entre las mismas organizaciones que venían paso a paso construyendo o consolidando sus radios popula-

res en ámbitos rurales. Nuestros interrogantes buscaban reflexionar sobre el *rol del Estado* en el *fomento y apoyo* a estos medios de comunicación y a la aplicación de esta innovadora y ampliamente discutida ley. Surgían preguntas vinculados al rol de los técnicos que trabajan en los organismos nacionales, sobre los lineamientos reales o políticos o coyunturales de esos organismos, sobre la militancia o la participación activa de los actores de las organizaciones. Hoy todo eso es un gran ovillo.

Para desenredarlo vamos a ir por puntos, pretendíamos escribir para que en el texto podamos —ustedes y nosotras— contar con algunos conceptos, herramientas y disparadores para continuar con este proceso que tan abruptamente se ha cruzado con un nuevo modo de pensar no solo la política y la economía de nuestro país, sino también la participación ciudadana y los derechos, atacando directamente el principio por **el derecho a una comunicación diversa, popular y transformadora**. Principio tan celebrado por amplios sectores vinculados a la comunicación en todo el mundo.

En menos de un mes de iniciado su gestión actuaron jueces, intervenciones, megas empresas, fuerzas de seguridad, entre varios disparates más. Enumerar, intentar ordenar todos los acontecimientos se escapa de nuestras posibilidades, no por “burras”, sino porque es tanto que merece largos textos y debates al respecto, y hay gente que lo hace muy bien<sup>8</sup>, analizar el paso a paso amerita no solo varias sesiones de psicoanálisis para más de uno, sino también un enorme relato para analizar los hechos, las intencionalidades y los sentidos de esos hechos. Es muy largo. Excede ampliamente nuestras posibilidades en este artículo. La trama es altamente compleja, pero sí podemos afirmar que tuvo su pico más dramático el 24 de diciembre de 2015 hasta las 23 hs, cuando luego de varios decretos presidenciales y cautelares cruzadas de la justicia, el gobierno de Mauricio Macri por medio del Decreto 236/2015 intervino con fuerzas de seguridad los edificios donde se encontraban, las autoridades regulatorias de la ley audiovisual y de la ley de telecomunicaciones, AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) y AFTIC (Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación). Esta primera, cuestionada y autoritaria intervención está definida en primera instancia por 180 días. Hubo idas y venidas desde la justicia que declaró ilegal el accionar del ejecutivo, pero no se le dio lugar y se avanzó con despidos masivos y secuestro bajó la guardia policial de los edificios públicos donde estos organismos funcionan.

---

8 Buen seguimiento y análisis del tema lo pueden encontrar desde la pluma de Martín Becerra, docente e investigador. Universidad Nacional de Quilmes, UBA, Conicet. <https://martinbecerra.wordpress.com/>

La intervención completa algunos cambios realizados el segundo día de la gestión presidencial, el Decreto de Necesidad y Urgencia n° 13, el cual subordinaba el funcionamiento de AFSCA y AFTIC al Ministerio de Comunicaciones, junto a otro decreto de iguales características (el n°12) por medio del cual se creó el Sistema de Medios y Contenidos Públicos por encima de lo ya existente que contenían a los medios públicos nucleados en Radio y Televisión Argentina.

Se transitó por cruces entre jueces y cautelares, algunos pidieron volver a la plena vigencia de la Ley, y otros siguen avalando el atropello a la ley más discutida y con mayor participación social de toda la historia de las leyes en nuestra historia democrática. Enormes incertidumbres, centenares de trabajadores despedidos, concursos por licencias de canales y radios suspendidos, líneas de fomento bloqueadas y múltiples organizaciones sociales con activo repudio al respecto.

Ante estos acontecimientos la Mesa al igual que otras organizaciones del país sintieron la necesidad y obligación de iniciar acciones respaldando la legitimidad y los organismos que la ley prevé en su implementación. Algunas de las medidas llevadas adelante fueron la realización de una solicitada y la junta de firmas bajo el hashtag #laleydemediosnosetoca. El pedido de audiencias y diálogo con legisladores nacionales en nuestras provincias de Salta y Jujuy para exponer el grado de preocupación y alerta en que nos encontramos por tales avasallamientos y los mecanismos autoritarios para dichos fines. Entrega de solicitadas e informes sobre la situación que queda al descubierto sin la vigencia de la ley. Denuncias efectivas ante la defensoría del público para la presentación ante organismos internacionales. Participación en las reuniones de la Coalición por una Comunicación Democrática. Participación en marchas, plazas y abrazos simbólicos provinciales, regionales y nacionales. Difusión por redes sociales de protesta, disconformidad y planificación de acciones, potenciación de las redes de trabajo colectivo. También fue una de las denunciantes ante la Defensoría del Público, acciones que derivaron en el pedido de Audiencia Pública convocada por la Comisión Interamericana de DDHH llevada a cabo el 8 de abril de 2016, donde se realizaron presentaciones sobre efectos de los DNU del gobierno argentino sobre libertad de expresión

---

9 Sugerimos para quien le interese la exposición de Martín Becerra sobre cómo la concentración de medios y actividades infocomunicacionales afecta la libertad de expresión, en el marco de la mesa de peticionantes realizada por el CELS y otras organizaciones de la sociedad civil en la audiencia pública convocada por la Comisión Interamericana de DDHH el 8 de abril de 2016

En este sentido desde hace 4 años, la Mesa es red, y como tal, es “un movimiento de constitución que no cesa” (Denise Najmaovich, 2008) las redes no tienen centro ni jerarquías prefijadas, se hacen al andar. Así la mesa/red va configurándose y re configurándose en los tiempos en los que le toca actuar. Encontrando los sentidos propios de la comunicación, haciendo de la comunicación un derecho indispensable de los pueblos, para el fortalecimiento de las organizaciones populares como sujetos políticos en sus territorios. **Es allí, en la red donde encontraremos la fortaleza, quizás sea así porque enredados nos encontramos juntos.**

## REFERENCIAS

- AMADO, Adriana, RINCÓN, Omar. (2015). **La Comunicación en Mutación. Remix de discursos.** Bogotá. Friedrich-Ebert-Stiftung FES.
- BAJTÍN, Mijail. (1988). **La cultura popular en la edad media y en el renacimiento.** Madrid, Alianza editorial.
- CHIAFITELLA, Yanina y JAIMES, Diego (sin datos de año) **Cartilla de capacitación del Instituto Nacional de Formación Docente. Programa Federal de Radios Socioeducativas.** Ministerio de Educación, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Comisión Nacional de Comunicaciones. Disponible en:  
<http://radiosies.infed.edu.ar/wp-content/uploads/2015/07/M%C3%B3dulo-Capacitaci%C3%B3n-RADIOS-IES-Marco-pol%C3%ADtico-conceptual.pdf>
- ESCOBAR, Arturo (2016) “Desde abajo, por la izquierda y con la Tierra” en *Serie Desafíos Latinoamericanos*, 7. Disponible en: <http://aescobar.web.unc.edu/>
- JAIME, Diego (...) Nueva Ley de Medios Audiovisuales. Desafíos para los medios comunitarios y populares. Argentina. FARCO.
- MATA, María Cristina. (2015) **Los lugares incómodos (o las deudas-desafíos de las carreras de Comunicación)** *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* N° 129, agosto-noviembre 2015 (Sección Tribuna, pp. 17-35) ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X Ecuador: CIESPAL
- MATA, María Cristina (2009) Comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social, en Área de Comunicación Comunitaria (com-

---

sobre efectos de los DNU del gobierno argentino sobre libertad de expresión. <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/01/14/restauracion/>

- piladores): **Construyendo comunidades... Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria**. Buenos Aires, La Crujía y Universidad Nacional de Entre Ríos.
- MARTÍN BARBERO, J. (1987), **De los medios a las mediaciones, Comunicación, Cultura y hegemonía**, Gustavo Gilli, Barcelona.
- MARTÍN BARBERO, J. (2001), Cambios en el tejido cultural y massmediatización de la política en Bonilla y Patiño (eds) *Comunicación y política. Viejos conflictos, nuevos desafíos*, CEJA, Santafé Bogotá.
- NAJMAOVICH, Denise. (2008) *Mirar con nuevos ojos. Nuevos Paradigmas en la ciencia y pensamiento complejo*. Argentina. Editorial Biblos.
- Observatorio Social Informe. Una apuesta para consolidar la ciudadanía, la equidad y el desarrollo. Los servicios de comunicación audiovisual y su trascendencia en América Latina (2011) San Justo, Argentina*. Síntesis Clave N 70. Noviembre.
- Proyecto Nacional Fortalecimiento de las Tramas Sociales y la Gobernanza Territorial (2014). Programa Nacional Territorios: Economía, Sociología y Prospectiva. Argentina. INTA.
- RETAMOZO, Martín (2007). “Orden social, subjetividad y acción colectiva. Aportes hacia una configuración teórica para el estudio de los movimientos sociales”. Documento del taller, 1º cuatrimestre 2007. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/programas/pp.533/pp.533.pdf>.
- RINCÓN, O. (2015) *La comunicación en Mutación, Remix de discursos. Lo popular en la comunicación: Culturas bastardas + culturas celebrities*. Amado, Adriana y Rincón, Omar Editores. Documento N° 15- Fes- C3. Fes Comunicación. Colombia, Bogotá.
- VILA, Mariana Paola (2012) “Militancia política territorial: subjetividad, identidad y acciones colectivas” en *Aletheia Revista de la Maestría en Historia y Memoria de la Fahce- UNLP (Argentina) Vol. 2, número 4, julio 2012*. Disponible en: <http://www.aletheia.fahce.unlp.edu.ar/numeros/numero-4/numeros/numero-4/articulos/militancia-politica-territorial-subjetividad-identidad-y-acciones-colectivas>.

