

El menosprecio del Estado Mexicano hacia las radios comunitarias e indígenas

Graciela Martínez Matías

(Universidad Autónoma de la Ciudad de México)

La radio en México data de una larga tradición, sus primeros experimentos son de principios del siglo XX, cuando esta nación aún herida por la revolución intentaba, a través de distintas vías, una de ellas este medio sonoro, cohesionar a los distintos grupos sociales disgregados a lo largo y ancho del territorio. La radio forma parte de la historia del mexicano, de su biografía e identidad. Sin embargo, poca relevancia se le ha dado en términos de investigación científica y académica. Después de una ardua revisión, encontramos poca producción bibliográfica sobre el tema.

Por tanto, y a la luz de la nueva *Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013*, y sus respectivas leyes secundarias (2014), intentaremos hacer un análisis y reflexión de cómo este medio de comunicación de masas, de primera importancia para los ciudadanos, es despreciado por el Estado Mexicano, principalmente en sus modalidades de radio comunitaria e indígena.

Las preguntas que dan origen a este trabajo son las siguientes: ¿Por qué el Estado Mexicano desprecia y violenta de manera continua a los medios comunitarios e indígenas? ¿Cuáles son las razones que impiden un reconocimiento legal a estas radios primordiales para la cohesión social de las comunidades de México? ¿Cuáles son los motivos legales que impiden al Congreso reconocer la comunicación comunitaria e indígena de este país? Los cuestionamientos son complejos y las respuestas implican retos teóricos y de investigación ardua, por lo que el presente escrito se construye a partir de un seguimiento a las leyes secundarias, en específico a dos artículos que incumben a los hoy denominados medios de uso social (los correspondientes a las concesiones (83) y a la comercialización (89)), a artículos periodísticos de expertos en el tema, y a entrevistas y documentos proporcionados por la vicepresidenta de la Red de Mujeres de AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), María Eugenia Chávez, y por el representante de la Comisión de Seguimiento del Congreso Nacional de Comunicación Indígena, Melquiades Rosas.

1.1 La radio... más allá de la técnica, significación, cultura e identidad

La radio es el medio de comunicación que mayor penetración y trascendencia ha tenido en el mundo, desde su nacimiento en 1895 en Bolonia, Italia, hasta la fecha. En México, la radio

como *broadcasting* se origina en 1921 con la participación de los pioneros Adolfo Gómez Fernández (21 septiembre) y Constantino de Tárnava (9 de octubre). Estos datos multicitados únicamente los mencionamos para acentuar la notoriedad del medio en la sociedad mexicana. Peppino Ortoleva (2002), investigador de la Universidad de Turín, menciona que hablar de la RAI (Radio y Televisión Italiana), implica hablar de la historia contemporánea de Italia. Así sucede con la radio mexicana; ésta ha sido testigo y protagonista de diversos momentos de la biografía de este país.¹

A través de diversas coyunturas sociales, culturales y económicas, en México y otras partes del orbe se ha dado origen a estaciones radiofónicas que responden a demandas comunicativas particulares; estas necesidades, de acuerdo con Jerry Booth y Peter Lewis (2000), llevan al establecimiento de modelos de radio; los más conocidos son los comerciales, privados, públicos y comunitarios². En el territorio nacional predominan los comerciales, empero ante la diversidad cultural y las exigencias de disponer de espacios de comunicación propios que reflejen su identidad, hábitos, costumbres y cosmovisiones del mundo, proliferan las radios comunitarias e indígenas, división semántica absurda, pues de alguna manera todas son comunitarias al dirigirse a un sector de la población delimitado geográficamente.

Miguel Concha Malo,³ establece que "las radios comunitarias cumplen con el fin social de mantener informados a los miembros de una comunidad respecto a cuestiones trascendentales: supervivencia, seguridad, necesidades de la vida cotidiana, relaciones familiares, etcétera" (Concha Malo 2011). Ninguna radio comercial o privada puede suplantar las funciones que tienen los modelos sociales por una sencilla razón, son incapaces de decodificar códigos culturales locales que no les pertenecen.

En la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013, estos esquemas de comunicación se conceptualizan bajo el término de medios de uso social; el abogado Javier Corral los valora de la siguiente manera:

¹ 1924, Fundación de CZE Radio Educación; 1937, creación de la primera radio universitaria, Radio UNAM; 1930, inicio de la XEW, y una nueva industria cultural a través de su *star system* sonoro (cómicos, cantantes, actores, escritores, creativos); 1938, nace la XEW, y la radio será testigo de la Segunda Guerra Mundial; 1950, la radio anuncia la llegada de un nuevo medio: la televisión, etc y así podríamos ejemplificar infinidad de hechos que tuvieron como observador y difusor principal a la radio.

² En otras latitudes se denominan radios libres (Italia), asociativas (Francia), *community* (Inglaterra), mineras (Bolivia), indígenas y comunitarias (México).

³ Director General del Centro de Derechos Humanos 'Fray Francisco de Vitoria OP', A.C.

Los medios de uso social genéricos, cumplen un papel fundamental en el fortalecimiento de la democracia, son los más independientes en su cobertura informativa y con mayor orientación social, educativa y cultural. Los comunitarios e indígenas son instrumentos valiosísimos en la preservación y desarrollo de la cultura de los pueblos y las comunidades más apartadas (Corral 2014)⁴

Cierta es la anterior acepción, sin embargo la acción de producir radio, y radio comunitaria, va mucho más allá. Existe poca reflexión científica sobre este oficio, arte y profesión. Quien hace la radio es un *homo faber* constructor de significados que a través de la poética estética y el lenguaje radiofónico reconstruye su realidad; y a partir de esa reconstrucción sonora se conoce y reconoce a sí mismo y a quienes le rodean. Por tanto, hacer radio es elaborar significados, contenidos que producen una vida en común con el *otro*. De ahí el valor de la radio de uso social: produce discursos sonoros para ese *otro* que en algún momento somos nosotros.

1.2 Las radios de uso social en México

Las radios comunitarias e indígenas en México están ligadas a reivindicaciones sociales de sectores especialmente vulnerables. Se definen así en la medida en que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos y como un espacio de encuentro: las radios comunitarias e indígenas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales.

Algunos elementos que las definen son la posición ideológica progresista que ostentan, y ser vehículos de cohesión social, identidad y cultura de las comunidades en que se insertan. La mayor parte de estas emisoras recalcan como principios fundamentales: la libertad de expresión y el derecho a la información.

En México existen desde hace cincuenta años. La primera radio comunitaria mexicana es Radio Teocelo⁵ fundada en 1964 por el Grupo Promotor de Asistencia Social que obtuvo el permiso por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; de esa fecha al 2014, cientos de radios comunitarias e indígenas se han establecido en poblados grandes y pequeños, rurales y urbanos del territorio nacional.

María Eugenia Chávez Fonseca, vicepresidenta de la Red de Mujeres de la AMARC México señala que no se tiene un número identificado de emisoras comunitarias en virtud de que frecuentemente son proyectos efímeros: "no tienen certeza jurídica, no cuentan con una

⁴ Javier Corral es senador de la República por parte del Partido Acción Nacional.

⁵ Radio Teocelo transmite a más de 300 mil habitantes de los municipios de Teocelo, Xico, Coatepec, Cosautlán, Ixhuacán, Ayahualulco, Tlaltetela, Totutla, Huatusco, Emiliano Zapata, Jalcomulco, Acajete, Banderilla y parte de Xalapa, capital de Veracruz.

base fuerte de sustentabilidad en términos de recursos humanos y recursos económicos, pero principalmente, por la persecución y cierre que ejercen las autoridades".

La experta en medios comunitarios en México enfatizó que la mayoría de estas radios existen fuera de la legalidad ya que no cuentan con el adecuado acceso a la información para solicitar una licencia.

Datos proporcionados por la maestra Chávez Fonseca evidencian el mapa actual de las radios comunitarias en México:

En 1964 las dos primeras radios comunitarias reciben permiso. Una de ellas en la banda AM y otra en Onda Corta. Ambas se encuentran en el estado de Veracruz y subsisten hasta el día de hoy. La primera se ubica en Teocelo, Veracruz; la segunda en Huayacocotla. Ésta transmite en la banda FM, en virtud de que en el en 2005 recibió un permiso.

En el periodo que va de 2004 a 2013, la AMARC pudo tramitar diez permisos para radios comunitarias a través de una estrategia jurídico-política que permitió hacer uso del artículo 13 de la *Ley Federal de Radio y Televisión* vigente hasta el 12 de agosto de 2014. De esos diez permisos, ocho emisoras siguen siendo asociadas a la AMARC. De una⁶ de las restantes se desconoce su existencia, al haberse dado de baja como asociada de la AMARC, y de la otra se sabe que venció su permiso. Al encontrarse en una situación indefinida en su estructura asociativa, perdió la posibilidad de obtener un refrendo, pero la solicitud de un nuevo permiso se encuentra en trámite.

En 2010 la AMARC tramitó seis permisos más. Por tanto, la suma de emisoras con permiso son catorce, y seis más se encuentran gestionando su licencia. En resumen: la AMARC cuenta con 34 asociadas, catorce con licencia vigente, seis en trámite y catorce en proceso de iniciarlo.

Chávez Fonseca apunta que además de las asociadas a la AMARC, se tiene conocimiento de permisos otorgados a otras radios comunitarias: "ubicamos una en Michoacán, una en Aguascalientes, una en Cancún y otra en Bachajón, Chiapas (recientemente otorgado el permiso). De esta manera, en un cálculo aproximado, en México existen 20 radios comunitarias permisionadas".

¿Pero que ocurre con aquellas emisoras que no se encuentran afiliadas a la AMARC y no tienen permiso? Es difícil saberlo, pues en múltiples territorios hay demandas de espacios de expresión, y con el uso de las nuevas tecnologías se facilita la construcción de estos medios alternativos. Se tiene constancia, externa la maestra Chávez, de que en Michoacán hay un gran número de proyectos surgidos en los últimos diez años. Esto también sucede en Oaxaca,

⁶ Estaba ubicada en Texcoco, Estado de México.

estado en el que existe una organización llamada Coordinadora Nacional de Radios Comunitarias, vinculada a la sección 22 del SNTE; ellos afirman que tienen 80 asociadas.

Estas radios comunitarias⁷ son emanadas para satisfacer necesidades sociales, culturales, políticas, comunicativas, económicas, atmosféricas (de fenómenos naturales), y de diversos grupos étnicos, políticos, ciudadanos que requieren un espacio de expresión. Sin embargo, uno de los problemas a los que se enfrentan es el económico, ya que a pesar de que los trabajadores laboran sin remuneración alguna, el equipo de grabación y transmisión requiere de mantenimiento. La vicepresidenta de la Red de Mujeres de la AMARC, lo expresa en sus propias palabras: "Las emisoras tienen prohibido comercializar su tiempo aire, por lo tanto, tienen que ser creativas en la manera de sostenerse. Lo más importante es que la radio es operada por personas de la comunidad que realizan trabajo voluntario, sin embargo, necesitan ingresos de recursos económicos para mantener en buen funcionamiento los equipos, por tanto, organizan actividades que pueden generarles algunos ingresos como rifas, conciertos, kermeses, colectas, etcétera, y reciben donativos de algunas personas de la comunidad".

México por su naturaleza multicultural, historia y tradición cultural es bastión de medios comunitarios. Los estados con mayor número de proyectos de radiodifusión comunitaria son: Michoacán, Estado de México, Puebla, Veracruz, Guerrero y Oaxaca. La maestra Chávez Fonseca resalta un dato:

Sabemos que en Chiapas existe un gran número de emisoras comunitarias, sin embargo, no han tenido acercamientos con la AMARC. Excepto Radio Proletaria de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, misma que se asoció pero no mantuvo comunicación con la red. En los estados del norte sí existen algunos proyectos pero son menores a los del occidente-centro-sur.

Esta información nos lleva a deducir que surgen más radios comunitarias en el seno de territorios con elevado número de grupos culturales indígenas. Es un modelo de radio de gran tradición en este país que contribuye al enriquecimiento de la ecología mediática nacional, entonces: ¿por qué ha sido maltratado por el Congreso de la Unión que ejecutó las leyes secundarias de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013? Acaso no se dan cuenta que sin pluralidad de medios es difícil exista una diversidad cultural.

⁷ Dentro de este grupo de emisoras comunitarias es importante señalar que no estamos incorporando a las emisoras de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos indígenas (CDI), ya que en términos conceptuales y legales éstas pertenecen a una institución del Estado y eso les otorga el estatus de medios públicos.

1.3 La radio de uso social en las leyes secundarias de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013

Medios de uso social son el concepto o figura jurídica usada por los legisladores de la Cámara de Diputados y Senadores para denominar lo que en México por años se ha llamado medios comunitarios y medios indígenas. El término es cuestionable si somos rígidos, en virtud de que otros modelos de radio y televisión también son de uso social. El objetivo de este inciso es hablar de estos tipos de comunicación, sustantivos para la democracia que requiere el Estado Mexicano, y su vinculación con *la Ley Federal de Radio y Televisión 2013*. Para iniciar retomamos el fragmento de Darío Ramírez:

La comunicación es el ejercicio natural de un derecho: el derecho a la libertad de expresión. Por ello, para hablar de una regulación de los medios, de autorregulación y de las leyes que los regulen debemos reconocer e incorporar la perspectiva de los derechos humanos: la libertad de expresión como un derecho fundamental. La formación social de quienes ejercen la comunicación no puede entenderse si no está enmarcada en este derecho con sus garantías y sin más límites que los establecidos en los tratados internacionales y el ordenamiento jurídico nacional (Ramírez 2011: 87).

La comunicación, como menciona el director de Artículo 19, es un derecho humano que intentan ejercer los medios de uso social en México. Éstos como factores de cohesión social intentan establecer una comunicación y diálogo interculturales⁸ equitativos. Sin embargo, los gobiernos locales y federales otorgan poca importancia al papel que estos medios tienen en nuestro país; por años los han marginado y menospreciado; además de acusarlos de ilegalidad, piratería y competencia desleal con relación a las radios comerciales.

En la segunda década del Siglo XXI, cuando pensamos utópicamente en un Estado mexicano desarrollado, con Congresos comprometidos con las necesidades de la sociedad creando leyes de avanzada, la realidad golpea los sueños y nos encontramos con gobiernos y legisladores comprometidos con intereses de los poderes fácticos, generando marcos jurídicos contra los grupos sociales más vulnerables, y en general, contra la ciudadanía mexicana.

Vayamos en orden. En junio de 2013 el Diario Oficial de la Federación publicó la Reforma Constitucional de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Sus contenidos, especialmente en materia de radio generaron esperanzas al incluir por vez primera la figura de medios de uso social en clara referencia a los comunitarios e indígenas por años perseguidos y criminalizados por su posición ideológica, credo o etnia.

⁸ "La interculturalidad remite a dos grandes dimensiones: la posibilidad de conversar con otros. Pero ello sólo es posible en la validación de mi palabra y en la irreductibilidad de la palabra del otro. La interculturalidad es diálogo. La interculturalidad se juega el desafío de conversar en la lengua del otro, y de convocar a que el otro hable en mi lengua" (Lizarazo 2012).

Sin embargo, un año después el optimismo por la nueva ley se diluyó. El 14 de julio de 2014 el Diario Oficial de la Federación publicó⁹ *La Ley Federal de Telecomunicación y Radiodifusión 2014*, después de más seis meses de rezago. Las Cámaras de Diputados y Senadores aprobaron las tan ansiadas leyes secundarias en esta materia, sin embargo para los ciudadanos mexicanos este documento nodal para la construcción de una sociedad democrática, incluyente y plural deja vacíos; demuestra falta de compromiso cívico de quienes elaboran las leyes en este país; falta de respeto por sus gobernados y una ignorancia gigantesca por el significado de los medios de comunicación de uso social.

Esta nueva ley, trastoca, señala el senador Javier Corral Jurado, dos ejes fundamentales de la Reforma Constitucional: a) fomentar la competencia de medios comerciales, y b) promover la calidad, pluralidad y diversidad de los contenidos a través de los medios públicos y de uso social. Hecha por la borda dos de sus grandes definiciones: la de telecomunicaciones y radiodifusiones como servicios públicos de interés general y su concepción de derechos humanos, centralmente el derecho a la información.¹⁰

Este marco jurídico viene a fortalecer a los medios comerciales y a debilitar a los de servicio público y uso social. En este sentido el analista de medios, Gabriel Sosa Platas escribió que esta ley causó decepción, tristeza en ciertos grupos "porque legisladores y partidos políticos fueron condescendientes en el diseño de la ley con ciertos grupos de interés, mientras que a otros los ignoraron o les dieron migajas" (Sosa Platas 2014) o mostraron su mezquindad por otras formas de comunicación social.

Las leyes secundarias dan cuenta del desprecio e ignorancia de diputados y senadores por los medios de uso social, pero sobre todo exhiben su falta de respeto por lo precisado en la Constitución. La ley es tan amplia y compleja que para el presente escrito únicamente nos referiremos a dos artículos: régimen de concesiones y comercialización de medios de uso social, que consideramos son discriminatorios y van en contra del derecho a comunicar.

En el título cuarto dedicado al régimen de concesiones se establece en el artículo 66, una "concesión única para prestar todo tipo de servicios". Recordemos que en la ley anterior existían concesiones y permisos. Ya en el artículo 67, se señala que de acuerdo con sus fines la concesión única será: para uso comercial, para uso público, para uso social y para uso privado.¹¹

⁹ Véase http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014 [27.10.2014].

¹⁰ Véase Corral 2014.

¹¹ Véase artículo 67:

I. Para uso comercial: Confiere el derecho a personas físicas o morales para prestar servicios públicos de telecomunicaciones y de radiodifusión, con fines de lucro a través de una red pública de telecomunicaciones;

Con esto queda definido que únicamente existirán medios concesionados en modalidades antes referidas. Sin embargo, las diferencias entre medios comerciales, públicos y de uso social las encontramos en el artículo 83, que a la letra señala:

Artículo 83. Las concesiones sobre el espectro radioeléctrico para uso público o social se otorgarán mediante asignación directa hasta por quince años y podrán ser prorrogadas hasta por plazos iguales, conforme lo dispuesto en el Capítulo VI de este Título. Bajo esta modalidad de concesiones no se podrán prestar servicios con fines de lucro, ni compartir el espectro radioeléctrico con terceros. Lo anterior, sin perjuicio de la multiprogramación de las concesiones de radiodifusión en la que se podrá ofrecer capacidad a terceros de conformidad con esta Ley.

Las dependencias y entidades del Ejecutivo Federal podrán compartir entre ellas las bandas de frecuencia concesionadas para los fines a los que fueron concesionados, previa autorización del Instituto. Las solicitudes de autorización de cesión relacionadas con bandas de frecuencia necesarias para la seguridad serán analizadas en forma prioritaria. (Gobierno del Estado de México 2014).

Este artículo 83 castiga de forma severa a los medios de uso social que por naturaleza sufren carencias. Melquiades Rosas en representación de la Comisión de Seguimiento del Congreso Nacional de Comunicación Indígena destaca ciertos problemas e inequidades para estas radiodifusoras en lo que se refiere a las concesiones. La crítica principal es que establece un periodo de máximo 15 años para los de uso social y para las concesiones de uso comercial hasta por 20 años. Con estas medidas difícilmente se podrá fomentar la competencia tal y como se pretendía en la Reforma Constitucional y en las discusiones académicas y jurídicas del 2013. Además de que nuevamente se acota las restricciones para la obtención de recursos

II. Para uso público: Confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones.

Bajo este tipo de concesiones se incluyen a los concesionarios o permisionarios de servicios públicos, distintos a los de telecomunicaciones o de radiodifusión, cuando éstas sean necesarias para la operación y seguridad del servicio de que se trate.

En este tipo de concesiones no se podrán explotar o prestar con fines de lucro servicios de telecomunicaciones, de radiodifusión o capacidad de red, de lo contrario, deberán obtener una concesión para uso comercial;

III. Para uso privado: Confiere el derecho para servicios de telecomunicaciones con propósitos de comunicación privada, experimentación, comprobación de viabilidad técnica y económica de tecnologías en desarrollo o pruebas temporales de equipos sin fines de explotación comercial, y

IV. Para uso social: Confiere el derecho de prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. Quedan comprendidas en esta categoría las concesiones comunitarias y las indígenas; así como las que se otorguen a instituciones de educación superior de carácter privado.

Las concesiones para uso social comunitaria, se podrán otorgar a organizaciones de la sociedad civil que no persigan ni operen con fines de lucro y que estén constituidas bajo los principios de participación ciudadana directa, convivencia social, equidad, igualdad de género y pluralidad.

Las concesiones para uso social indígena, se podrán otorgar a los pueblos y comunidades indígenas del país de conformidad con los lineamientos que emita el Instituto y tendrán como fin la promoción, desarrollo y preservación de sus lenguas, su cultura, sus conocimientos promoviendo sus tradiciones, normas internas y bajo principios que respeten la igualdad de género, permitan la integración de mujeres indígenas en la participación de los objetivos para los que se solicita la concesión y demás elementos que constituyen las culturas e identidades indígenas.

económicos. Sin solvencia monetaria la migración tecnológica se torna complicada y se corre el riesgo de la desaparición de muchas de estas emisoras.

Con relación a la comercialización, el Artículo 89¹² marca nuevamente una grave inequidad que viene de la mano con el artículo anterior: se limitan de forma ofensiva las fuentes de obtención de ingresos. Se les impide comercializar algún porcentaje de sus transmisiones. Con estas medidas se reduce su crecimiento y desarrollo. Pareciera ser que en el imaginario de los legisladores prevalece la idea de que estas radios por siempre deben ser débiles y pobres.

Esta prohibición representa un éxito político para la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y de uno de sus sindicatos, ya que durante el mes de junio en sus estaciones agremiadas difundieron una campaña en que advirtieron del riesgo que corría la radiodifusión comercial si a los medios de uso social se les permitía un alto porcentaje de comercialización de sus espacios, además de señalar que éstos representaban una clara competencia desleal para ellos.

Javier Corral en su página web publicó: "claramente no es así, estas leyes son una agresión al derecho de las audiencias, que confieren a los concesionarios de la radiodifusión comercial la posibilidad de aumentar el tiempo de publicidad de 18% hasta un 38% o más del tiempo total de la programación, así como dejar a la discrecionalidad de los concesionarios la distribución de estos porcentajes en los horarios que a estos más convengan. Una muestra del

¹² Artículo 89. Los concesionarios de uso social, acorde con sus fines, podrán obtener ingresos de las siguientes fuentes:

I. Donativos en dinero o en especie;

II. Aportaciones y cuotas o cooperación de la comunidad a la que prestan servicio;

III. Venta de productos, contenidos propios previamente transmitidos de conformidad con su fin y objeto o servicios, acordes con su capacidad tanto legal como operativa sin que se encuentre comprendida la emisión de mensajes comerciales y venta de publicidad, con excepción de lo dispuesto en la fracción VII del presente artículo;

IV. Recursos provenientes de entidades públicas para la generación de contenidos programáticos distintos a la comercialización;

V. Arrendamiento de estudios y servicios de edición, audio y grabación;

VI. Convenios de coinversión con otros medios sociales para el mejor cumplimiento de sus fines de servicio público, y

VII. Venta de publicidad a los entes públicos federales, los cuales destinarán el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes. Las Entidades Federativas y Municipios podrán autorizar hasta el uno por ciento para dicho fin de conformidad con sus respectivos presupuestos.

Lo dispuesto en esta fracción sólo será aplicable para las concesiones de uso social comunitarias e indígenas.

La ausencia de fines de lucro implica que dichos concesionarios no perseguirán dentro de sus actividades la obtención de ganancias con propósitos de acumulación, de tal suerte que los remanentes de su operación sólo podrán invertirse al objeto de la concesión. Para recibir donaciones en dinero o en especie, los concesionarios de uso social deberán ser donatarios autorizados en términos de las disposiciones aplicables.

Los concesionarios de uso social que presten el servicio de radiodifusión deberán entregar anualmente al Instituto, la información necesaria con el objeto de verificar que la fuente y destino de los ingresos se apeguen a los fines para los cuales fue otorgada la concesión.

penoso servilismo del gobierno a los intereses privados; en detrimento incluso de los medios que maneja como propios" (Corral 2014).

Como se lee en el artículo 89, a las radios indígenas se les permite acceder a donativos y al presupuesto destinado al gasto de comunicación social, pero con un límite: el 1% de los recursos federales etiquetados para ese rubro y hasta el 1% de los gobiernos estatales y municipales. Además, establece Melquiades Rosas, es criticable la codependencia gubernamental que vía legal se le impuso a estos concesionarios para su sobrevivencia, y el mantener el monopolio de los recursos destinados a la publicidad y la propaganda en la radiodifusión en prácticamente las mismas manos. Esto significa que cualquier comerciante o micro empresario local, no tendrá posibilidades de anunciarse en una radio indígena, aunque sea la única estación de la región. Esto es una muestra de falta de incentivos -y de sensibilidad- para el desarrollo económico de las comunidades indígenas. Finalmente, Melquiades Rosas señala que

el gobierno y los legisladores que apoyaron la nueva ley no quisieron equilibrar los tres modelos de radiodifusión: comercial, público y social. Y era el momento para hacerlo, luego de que la administración pasada otorgó más de 500 frecuencias de FM a la radiodifusión comercial, lo que agudizó más los desequilibrios entre los diferentes usos de la radio (Rosas 2014).

Sin duda, faltan muchísimos puntos más de las leyes secundarias por analizar, discutir y reflexionar. En este primer documento se pretendió enfatizar la importancia del medio radiofónico como constructor de significados a partir de las radios de uso social y ofrecer un mapa actual de las radios comunitarias (e indígenas en ese país), para llegar a la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión y sus leyes secundarias en particular en los artículos 83 y 89 referentes a las concesiones y comercialización, respectivamente.

Para finalizar, se puntualiza lo siguiente: a unas semanas de haber entrado en vigor las leyes secundarias ya se observa como operará el IFETEL. Funcionarios de este organismo acompañados de policía de la región, llegaron el 4 de agosto de 2014 a las instalaciones de las Radios comunitarias de Zacatepec (105.7) y Axocotzin (104.5) en Puebla, y las despojaron de sus equipos. Estas emisoras con la información difundida contribuían al fortalecimiento de los lazos comunitarios, al análisis de la realidad política, social y cultural de Puebla, a hablar de los derechos humanos y en particular de los derechos de los pueblos indígenas.

Conclusiones

La construcción de las leyes secundarias de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión del 2013 es un muestrario de los procesos de operación subordinado,

oscurantista y materialista de los legisladores de los diferentes partidos políticos en México hacia los poderes fácticos, en este caso del duopolio televisivo (Televisa y Televisión Azteca) y los concesionarios de las radios comerciales.

Las discusiones conscientes y comprometidas sobre los medios de uso social quedaron en el olvido. Por ignorancia, mezquindad o falta de compromiso, senadores y diputados del Congreso de la Unión soslayaron dar mayores atribuciones jurídicas a los modelos comunitarios, indígenas y de servicio público que les permitieran crecer y fortalecerse para ser la base de una comunicación abierta y democrática que tanto necesita el país, en cambio sí, beneficiaron a los medios comerciales.

Apreciamos que en las leyes secundarias la radio es considerada un medio de comunicación de segundo nivel. Ahí se evidencia la ignorancia de los miembros del Congreso, no conocen la trascendencia histórica del medio en México, un país con una tradición oral y melodramática añeja. Desconocen sus usos en las montañas, desiertos y lugares más recónditos del orbe; ahí donde no llega el internet, está la radio. Ignoran que en África, Asia y algunos países de Europa la radio renace con fuerza. En territorios en conflictos bélicos y crisis humanitarias como Irak, Afganistán, Eritrea, la radio es el medio alternativo de comunicación. Qué no saben que con la acentuación de los flujos migratorios en el mundo la radio multicultural, étnica e intercultural nace. Ciertamente, no, no lo saben. Por esa razón vilipendiaron en las leyes secundarias a los medios de uso social no obstante ir contra la Constitución. El cuestionamiento es: ¿En dónde quedan las garantías para que existan y sigan naciendo nuevos medios sociales, comunitarios e indígenas? ¿En dónde quedó el discurso de pluralidad de voces? En México no se necesita un 1% de publicidad gubernamental para estos medios, se necesita garantizar nuestro derecho a la comunicación con autonomía editorial y libertad de expresión.

Con la ejecución de estas leyes y el advenimiento del apagón analógico también se estarán apagando miles de voces.

Bibliografía

BOOTH, Jerry / Peter Lewis (2000): *El medio invisible*. Barcelona: Paidós.

CORRAL JURADO, Javier (2014): 'Retrosceso legislativo'. En: *El Universal*, 10 de julio. <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2014/07/71256.php> [27.10.2014].

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO (2014): 'Ley de Telecomunicación y Radiodifusión'. En: *Diario Oficial de la Federación*, 14 de julio. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014 [27.10.2014].

LIZARAZO, Diego (2012): 'La radio intercultural'. 9ª Bienal Internacional de Radio. <http://youtu.be/j5amZVZDDpE> (TC: 01:33:22-01:59:22) [27.10.2014].

ORTOLEVA, Peppino (2002): *Mediastoria: mezzi di comunicazione e cambiamento nel mondo contemporaneo*. Torino: NET.

RAMÍREZ, Darío (2011): 'Libertad de expresión e igualdad: dos derechos complementarios'. En: Raúl Trejo / Aimée Vega (eds.): *Diversidad y Calidad para los medios de Comunicación, Diagnóstico y Propuesta. Una agenda ciudadana*. México: AMEDI.

ROSAS, Melquiades (2014): 'Los medios de uso social y las leyes secundarias de telecomunicaciones y radiodifusión 2014'. En: *Espacio Abierto AMEDI*. Radio Ciudadana, Instituto Mexicano de la Radio.

SENNETT, Richard (2009): *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

SOSA PLATAS, Gabriel (2014): 'Migajas de la Ley Telecom'. En: *El Universal*, 21 de julio. http://javiercorral.org/articulos_invitados.php?id=8484 [27.10.2014]

Entrevista a María Eugenia Chávez Fonseca, vicepresidenta de la Red de Mujeres de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias.