

## **RADIO COMUNITARIA EN MÉXICO. LUCHA Y CLASIFICACIÓN EN EL ESPACIO MEDIÁTICO**

Carlos F. Baca Feldman<sup>1</sup>

### **Resumen**

Este artículo presenta, apoyados en la teoría crítica y de la comunicación, la lucha contra la clasificación histórica en algunas experiencias de comunicación comunitaria en México. Clasificación que se hace más visible en el capitalismo al establecer parámetros de jerarquización racial, étnica, de género, etc. y que toma como uno de sus elementos de dominación en la forma mercancía. Al mismo tiempo que estos medios reflejan la lucha contra la exclusión en el modo de producción capitalista, y a pesar de las contradicciones en las que puedan caer, en ellos podemos ver una esperanza de generar un mundo con mejores oportunidades para todos los que vivimos en él, en donde todos podamos contar con la posibilidad de alzar nuestra voz y exponer nuestra propia visión del mundo. El uso alternativo de las nuevas tecnologías de la comunicación nos permite visualizar las contradicciones y antagonismos de los problemas sociales causados por las relaciones capitalistas.

### **Palabras clave**

Radio comunitaria - lucha de clases – teoría crítica – comunicación – clasificación social

### **Abstract**

This essay responds to the intention of visualizing the struggle against historical classification in some experiences of community communication in Mexico. That classification is more evident in capitalism where parameters of race, ethnicity and gender take its domination elements in the merchandise form. While that kind of media reflect the struggle against exclusion in the capitalist mode of production (despite its contradictions), we can see a hope of create a world with better opportunities for all who live in it, a place where we can all have the opportunity to speak out and expose our own world view. The alternative use of new communication technologies in community radio let us highlight the contradictions and antagonisms of a society against the social problems caused by capitalism.

### **Keywords**

Community radio – class struggle – critical theory – communication – social classification

## **RADIO COMUNITARIA EN MÉXICO. LUCHA Y CLASIFICACIÓN EN EL ESPACIO MEDIÁTICO**

Al hablar del papel de la radio comunitaria en la lucha contra la clasificación es necesario remitirnos al concepto de lucha de clases. La lucha de clases es un término polisémico y dialéctico que engloba una constelación de elementos que la definen desde muy diversas perspectivas. Desde nuestro punto de vista, este concepto no es entendido sólo como un proceso de conflicto entre burgueses y proletarios. Lo que entendemos por este término va más ligado a un enfrentamiento a la clasificación que ha sido impuesta por el sistema capitalista. Ésta es una lucha por “salir adelante” en el mundo neoliberal, por reducir la contradicción que nos produce este mundo desigual, por disolver la violencia estructural del capitalismo, por hacer nuestro trabajo humano más libre y por eliminar la fetichización de nuestra vida. Por eso Benjamin, en su cuarta tesis nos dice que debemos reformular el concepto de *lucha de clases*:

La lucha de clases, que el historiador en Marx tiene siempre presente, es una lucha por las cosas burdas y materiales, sin las cuales no existen las más finas y espirituales. Pero estas últimas están presentes en la lucha de clases, y no como una simple imagen de un botín destinado al vencedor. En tal lucha esas cosas se manifiestan como confianza, valentía, humor, astucia, impasibilidad y actúan retroactivamente en la lejanía de los tiempos. Ellas pondrán en cuestión toda nueva victoria lograda por los dominadores (Benjamin, 2007, pp. 66-67).

De acuerdo con John Holloway (2004) la lucha de clases no se agotó con los procesos que se dieron después de la caída de la URSS y la pérdida de confiabilidad en los regímenes llamados *socialistas*; la lucha de clases es más bien un proceso constante en contra de la fetichización de la vida del ser humano a costa de la primacía por la acumulación. Fetichización del ser humano que se refleja en las condiciones materiales que impiden a los individuos satisfacer sus necesidades fisiológicas y sociales en lo material pero que al mismo tiempo se refleja en una lucha que va más allá de ello y que intenta rescatar los valores, esperanzas y sentimientos más profundos de cada uno de los individuos.

Si pensamos desde esta perspectiva, la lucha de clases no es sólo para satisfacer condiciones materiales inmediatas, sino también se trata de rescatar las luchas históricas y espirituales por un

“mundo mejor”. Sólo entonces la lucha contendrá elementos que intentan derribar también a esa clasificación histórica que cargan los individuos desde antes de su propio nacimiento, tal como lo señala el mismo Benjamin en el prólogo del libro *Los Empleados* de SiegfriedKracauer (2008) cuando habla de desenmascarar los procesos como la base metodológica de este autor:

Marx dijo que el ser social condiciona la conciencia; pero también que sólo en una sociedad sin clases la conciencia será adecuada a aquel ser. En consecuencia, el ser social, en el Estado clasista, es inhumano en la medida en que la conciencia de las diversas clases no puede corresponderse adecuadamente con el ser sino de forma mediada, inapropiada y tardía (Benjamin, 2008, p. 94).

En ese mismo sentido, apoyados en las ideas de Max Horkheimer (2007), podemos decir que la clasificación a la que nos enfrentamos no tiene una existencia más que en su grado “metafísico”. La clase, no es más que el producto de una razón instrumental que clasifica y jerarquiza a la sociedad con el fin de obtener un beneficio utilitario. Para él, “la gaveta en la que un hombre es introducido circunscribe su destino” (Horkheimer, 2007, p. 32). Entonces, si la clase es una definición impuesta por el sistema y que define nuestro andar en el mundo, podemos entender que se quiera salir de esta clasificación y derrumbarla para buscar un mejor futuro. Como lo señala el mismo Benjamin en el prólogo del libro *Los Empleados* de SiegfriedKracauer (2008) cuando habla de desenmascarar los procesos como la base metodológica de este autor:

Marx dijo que el ser social condiciona la conciencia; pero también que sólo en una sociedad sin clases la conciencia será adecuada a aquel ser. En consecuencia, el ser social, en el Estado clasista, es inhumano en la medida en que la conciencia de las diversas clases no puede corresponderse adecuadamente con el ser sino de forma mediada, inapropiada y tardía (Benjamin, 2008, p. 94).

De esta manera, la lucha de clases en un mundo en el que actualmente se concibe a la sociedad como un conglomerado de grupos que pelean por separado para la satisfacción de sus necesidades, nos hace caer en diversas luchas, muy válidas en sus metas, pero distintas en su aplicación. Para John Holloway (2004), no se alcanza a vislumbrar el verdadero enemigo: el capitalismo. Este autor señala que es necesario eliminar esta clasificación social promovida por

la misma división social del trabajo, pues ella misma constituye ya una fetichización de la estructura social.

Siguiendo estas ideas, las luchas de las feministas, de los indígenas, de los sin tierra, de los homosexuales, entre otras tantas luchas que parecen tan ajenas unas de las otras, están en realidad atravesadas por el mismo conflicto: la clasificación y determinación de sus características por el capitalismo. Desde este punto de vista, todas las luchas están encaminadas a desaparecer la disyuntiva entre dos clases que dominan la estructuración del mundo actual: la de los dueños de los medios de producción y la de los que no los tienen. Sin embargo, debemos de reencontrarnos con la historia para ver que no sólo se trata de un proceso capitalista sino que la clasificación y jerarquización social es un fenómeno que atañe a la sociedad desde mucho tiempo antes de la formación del capitalismo tal como lo conocemos hoy.

Por lo tanto, la lucha que se genera en los medios de comunicación comunitarios/alternativos/ciudadanos/etc., (y por lo tanto en las experiencias radiales a observar) es *en contra de una clasificación impuesta por los grandes consorcios de comunicación*. Esta clasificación otorga el derecho de dar a conocer su punto de vista sólo a unos cuantos individuos seleccionados como líderes de opinión. Considero que los radialistas comunitarios, así como los demás comunicadores alternativos, quieren quitarse esa clasificación para poder así alzar su voz, reclamar sus derechos, expresarse y dialogar. Considero que este aspecto, el otorgar espacios de expresión a los que no los tienen, es el objetivo que se busca en general en este tipo de experiencias y que se ve reflejado en las aproximaciones teóricas que los definen: *medios alternativos* de Chris Atton (2002), *medios comunitarios* de Alfonso Gumucio (2004), *medios radicales* de John Downing (2001) y *medios ciudadanos* de Clemencia Rodríguez (2001).

De esta manera, a pesar de que el contenido de las radios sea meramente musical o apegado a formatos ya utilizados en los medios masivos, consideramos que el hecho de haber utilizado el espacio radioeléctrico (en la actualidad o en alguna parte de su historia) o transmitir ciertas canciones o mensajes comunitarios elegidos por ellos mismos, son elementos que debemos considerar al pretender observar la lucha de clases dentro de estas radios comunitarias.

Por otro lado, la radio comunitaria es un elemento que forma parte del panorama mediático de la comunicación en el mundo del siglo XXI. En ella se constelan diversas posibilidades de actuación y relaciones que van más allá de su campo de acción, intentando mejorar las condiciones de vida de la comunidad a la que pertenecen (Calleja y Solís, 2007). Sin embargo, no podemos separarla de los procesos sociales que la enmarcan. En otras palabras, la radio comunitaria no se puede estudiar sin ver el proceso de la comunicación de forma global en la sociedad del siglo XXI.

La comunicación, entendida como proceso social en constante movimiento, es desde los inicios del siglo XX uno de los elementos que más se estudian en las ciencias sociales. Probablemente su auge se ha debido al impulso que el capitalismo ha dado al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) (Briggs&Burke, 2006). Hoy nos parece que todas las relaciones de nuestro entorno se encuentran mediadas, en mayor o menor medida, por alguna tecnología mediática: desde la televisión o el cine, hasta los teléfonos celulares o las redes sociales en Internet. Pensamos, con GuyDebord (1998) que hoy vivimos en la *sociedad del espectáculo*. Pero nos interesa este fenómeno de la comunicación, como marco del “gran espectáculo” de la modernidad, no sólo como un sistema de símbolos estáticos y analizables en su propio contexto. Lo que vemos en la sociedad, con este autor, es que “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (Debord, 1998, p. 3). Apoyando esta noción Eduardo Galeano, refiriéndose al espectáculo mundial, señala que:

Estamos todos obligados a identificar la libertad de expresión con la libertad de empresa. La cultura se está reduciendo al entretenimiento, y el entretenimiento se convierte en brillante negocio universal; la vida se está reduciendo al espectáculo, y el espectáculo se convierte en fuente de poder económico y político; la información se está reduciendo a la publicidad, y la publicidad manda (Galeano, 2009, pp. 289-290).

De esta manera, si pensamos a la comunicación como una relación social enmarcada por el espectáculo, más que como un esquema de interacciones ya dadas, podemos salir de la *fantasmagoría* del capitalismo que señala que las cosas son tal y como están puestas por él. En este texto, con Walter Benjamin y Siegfried Kracauer, trataremos de vislumbrar cómo se da el

proceso comunicativo en constante movimiento y cargado de una historia que define el pasado-presente de su presente-presente, encaminado a un futuro visible en las posibilidades del hoy. Sin embargo, esa apariencia que crea el capitalismo es una apariencia que hace funcionar las relaciones sociales bajo una fetichización del ser humano y la naturaleza. No debemos entender la fantasmagoría del espectáculo como algo que no existe, sino algo que es real y se materializa en nuestra vida cotidiana. Porque como nos dice Benjamin:

La humanidad, que antaño, en Homero, era un objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden (Benjamin, 2007, p. 182).

Para comprender mejor cómo funciona el espectáculo en nuestros días y ver en él las posibilidades de transformación social es necesario dar un vistazo al funcionamiento del capital desde los escritos de Karl Marx. La primera frase del *Capital I* de este autor nos ayuda a comprender la base estructural e ideológica del sistema capitalista tal y como lo conocemos, viendo la fantasmagoría como el eje real que rige muchas de las relaciones sociales: “La riqueza en las sociedades en que impera el régimen capitalista de producción se nos aparece como un ‘inmenso arsenal de mercancías’ y la mercancía como su *forma elemental*” (2010, p. 3). Lo que se nos dice aquí es que la mercancía es el eje fundamental de nuestra sociedad, aquí todo se vende y se nos impone como un fetiche. El trabajo humano, la tierra, la salud, la educación y todo cuanto satisface las necesidades humanas es motivo de compra-venta.

La mercancía no es sino un objeto externo que se nos presenta como una fantasmagoría, una apariencia que resulta real y violenta. En ese sentido, todos los productos humanos dejan de ser apreciados por el trabajo humano que contienen para ver en ellos sólo un objeto de cambio. La misma comunicación e información es presentada de una forma fetichizada. Esta fetichización es más evidente en los medios masivos de comunicación. Para ellos toda la información y el entretenimiento se vende, no hay más que consumidores a los que hay que llegar para vender las mercancías que se anuncian en sus productos mediáticos. Para darnos cuenta de ello, sólo necesitamos ver una de las declaraciones de Azcárraga Milmo, exdueño del consorcio televisivo más grande en México, Televisa. De acuerdo con él:

La televisión está hecha para los jodidos, los que no pueden divertirse de otra manera, no para los ricos como yo que tenemos muchas posibilidades ni para los que leen revistas de crítica política, sino para los jodidos, que no leen y que aguardan a que llegue el entretenimiento... Esto es un negocio. Lo fundamental, la cara de esta empresa es la producción de entretenimiento, después la información. Educar es labor del gobierno, no de Televisa (Azcárraga Milmo en Villamil, 2010, p. 197).

El entregarse a un público en su labor, sabiendo que su propio trabajo es visto como valor de cambio es la contradicción a la que se enfrenta el comunicador en los medios masivos. De ahí la metáfora de la actuación con la elaboración de productos en la fábrica que toma Walter Benjamin en su texto *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (2007). Sin embargo, no todo el panorama de los medios de comunicación está totalmente plagado de una visión mercantilista de lo que debe de ser el entretenimiento, la cultura o la información. En este panorama mediático existen muchas posibilidades y brechas que se abren en el entorno de la sociedad en el siglo XXI. De ellas nos ocuparemos a lo largo de este breve trabajo de opinión.

Si pensamos en la comunicación como una combinación de elementos de dominación y, al mismo tiempo, como la posibilidad de buscar “otro mundo”, la perspectiva dialéctica de los fenómenos sociales es la que nos permite encontrar una doble dimensión que los conforma. Un mismo fenómeno presenta dos aspectos de la realidad. En él existe una dimensión catastrófica, de dominación o de represión. Al mismo tiempo, ahí se puede observar una pretensión de un mundo con mejores condiciones de vida para todos los actores sociales, en otras palabras, los procesos histórico-sociales tienen imaginarios utópicos de otra sociedad. Por ejemplo, la Virgen de Guadalupe representa, bajo la misma alegoría, la violencia estructural de expansión del capital por la colonización y la lucha de la comunidad nahualt por preservar su lengua propia. En palabras del propio Benjamin, “la realidad es acosada tan intensamente que debe confesar sus colores y dar los nombres” (en Kracauer, 2008b, p. 96).

En otras palabras, la dialéctica de la mirada es ver que en el resumen y recuento del mundo podemos encontrar una verdad diferente de pensar ese mismo mundo. La comunicación no escapa a esta dinámica de doble dimensión. Por un lado, tenemos a los medios masivos de

comunicación que expresan el horror de la acumulación capitalista y de fetichización del trabajo humano. Por el otro, las experiencias alternativas, como la radio comunitaria, que dan una visión más cercana a la gente como contraposición a los grandes consorcios mediáticos, utilizando la misma tecnología desarrollada por ellos. Así, la tecnología de la comunicación se nos presenta como una alegoría, como un proceso dialéctico y en movimiento de simbolización.

Como lo señala Fernando Matamoros, “para profundizar en los diversos medios de comunicación es necesario avanzar por los caminos interiores de una cultura, sus creencias, utopías, lugares simbólicos, aspectos esenciales de la composición de una identidad nacional, referencias que constituyen lo colectivo de las acciones” (2002, p. 184). Sólo viendo los elementos que conforman este fenómeno es como descifraremos las posibilidades de transformación social que se encuentran en él.

Para poder analizar los elementos que conforman al fenómeno de la comunicación, en general, y de la radio comunitaria, en particular, podemos tomar como referente el trabajo realizado por Walter Benjamin en el *Libro de los Pasajes* (2005). En este texto, el autor ve cómo se fue transformando el panorama de los bulevares parisinos con la llegada de la modernidad y la expansión del comercio; paralelamente procura dilucidar los componentes que permitieron la coherencia y la atracción de esos nuevos centros comerciales. Sin embargo, su objetivo no fue quedarse sólo en la fantasmagoría, en la *punta de iceberg*, de la mercancía que nos hace creer que tal y como están organizadas las cosas es como deben de estar; sino ir más allá de ella para despertar del sueño.

De la misma manera, al hablar de radio comunitaria, tenemos que buscar todas aquellas constelaciones que se encuentran debajo de lo perceptible bajo la lupa del ordenamiento social como lo concebimos. Sólo así podremos encontrar las verdaderas motivaciones que llevan a los comunicadores a buscar la transformación social por medio de estas radios a pesar de las contradicciones en las que puedan caer este tipo de medios, pues dependen también de la forma mercancía en mayor o menor medida. Por ejemplo, Claudia Magallanes (2005) al hablar del video indígena, nos señala las complejidades a las que se enfrentan los productores para producir, distribuir y exhibir sus productos. En todo ese proceso, los videastas se enfrentan a

lógicas del mercado con las que deben luchar para poder rescatar lo verdaderamente importante para ellos: la expresión de su propio punto de vista con la utilización de esas tecnologías mercantilizadas.

Por otro lado, es importante pensar en los elementos que conforman la totalidad de los procesos sociales contemporáneos pues estos no emergieron espontáneamente, contienen en ellos una carga histórica llena de luchas y contradicciones que los conforman en su presente. En otras palabras, para estudiar el proceso comunicativo, en cualquiera de sus dimensiones, es necesario prestarle importancia a la historia. De esa manera, Walter Benjamin en su *Pequeña historia de la fotografía* (2007), no sólo ve el progreso tecnológico iniciado por Daguerre o Niepce en el siglo XIX. Lo que este autor relata es toda la serie de implicaciones sociales y dinámicas que condujeron a la utilización de esta forma artística de captar la realidad. En la fotografía no se trata sólo de observar el desarrollo de una mercancía, sino todas las socialidades que le envuelven y le consolidan como uno de los medios de comunicación más utilizados en los siglos XX y XXI.

En ese sentido, para Asa Briggs y Peter Burke, “es necesario que quienes se ocupan de la comunicación y la cultura – cuyo número aumenta sin cesar – tomen en serio la historia, y que los historiadores – sea cual fuere el periodo de que se ocupen y sus intereses específicos – tomen en serio la comunicación” (Briggs y Burke, 2006, p. 12). Es decir, se trata de reflejar una interacción científica, un estudio interdisciplinario, que permita ver a la historia como parte del proceso comunicativo y a la comunicación como parte de la construcción de esta historia. Sin embargo, tenemos que describir qué tipo de historia es la que queremos observar: una que nos diga cómo todo ha ido peor, una que nos indique que vamos en el camino del progreso o una que nos señale el conjunto de contradicciones y posibilidades que se envuelven en el proceso de transformación social.

El ver el pasado por el pasado sólo nos deja una bolsa llena de recuerdos, un recuento de los hechos más significativos que afectaron un determinado fenómeno social. Sin embargo, lo importante de ver el pasado es visualizar todas las dinámicas del presente que se tejen desde el ayer de ese fenómeno, es decir, ver el pasado en el presente. De esa manera, concordamos con

John Berger cuando señala que “el pasado nunca está ahí, esperando que lo descubran, que lo reconozcan tal como es. La historia constituye siempre la relación entre un presente y su pasado. En consecuencia, el miedo al presente lleva la mistificación de su pasado” (Berger, 1975, p. 17).

Un ejemplo de cómo no se alcanza a percibir la necesidad de recuperar el pasado en el presente es el paradigma multiculturalista. Para los promotores de éste es importante recuperar en cierto modo la identidad, impulsando la manutención de la lengua propia o las tradiciones de los pueblos. Sin embargo, en estas teorías no se alcanzan a percibir las lógicas del mercado que están articulando los discursos que promueven y que a lo largo de la historia han marginado y clasificado a determinados grupos sociales. De esta manera, se trata de simplificar las problemáticas sociales quitando de en medio los conflictos que subyacen al interior de los fenómenos. Sólo viendo el pasado formando el presente, podemos reivindicar las luchas de los antepasados en los movimientos sociales de hoy. El análisis de la radio comunitaria sería casi en vano si nos quedamos en la visión de la multiculturalidad la cual apoya Alfonso Gumucio cuando dice que “la esencia de la comunicación para el cambio social no pretende otra cosa que establecer términos más justos en el proceso de interacción cultural que se produce en el roce entre culturas” (Gumucio, 2004, p. 21).

A manera de ejemplo, podemos pensar en la historia de la radio como una simple respuesta a acciones de dominación y en consecuencia, como lucha para satisfacer las necesidades inmediatas. De esta manera, si pensamos en la radio comunitaria y la causalidad de su existencia en grupos sociales marginados, nos encontramos que la historia de estas sociedades está marcada por una marginación social: *Radio Axocotzin* en Tlaxcalancingo, Puebla, surge como respuesta a la expropiación de terrenos comunales que antes eran utilizados para la cosecha de nopal; *Radio Plantón* en Oaxaca, se desarrolla como acompañamiento al movimiento de la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO) y los grupos marginados en ese estado; *Radio Totopo* en Juchitán, Oaxaca, toma fuerza con la llegada de empresas transnacionales que instalan grandes ventiladores para producir energía eólica, lo que está acabando con la fauna de la región. Podríamos continuar con una lista, casi interminable, de medios alternativos de comunicación como respuesta a condiciones materiales de escasez en comunidades definidas.

Sin embargo, la propuesta de Benjamin, a la cual nos queremos adherir en este artículo, es tomar en cuenta los otros factores que no se encuentran a simple vista sin dejar de ver el proceso histórico en su dimensión material. En su primera tesis *Sobre el concepto de historia* (2007), desarrolla más esta idea cuando describe cómo existen elementos metafísicos dentro del proceso histórico que no son comprensibles desde los discursos meramente materiales:

Como es sabido, se dice que existía un autómata construido en forma tal que era capaz de responder a cada movimiento de un jugador de ajedrez con otro movimiento que le aseguraba el triunfo en la partida. Un muñeco vestido de turco, con la boquilla del narguile en la boca, estaba sentado ante el tablero, posado sobre una amplia mesa. Un sistema de espejos producía la ilusión de que esta mesa era en todos los sentidos transparente. En realidad, había dentro un enano jorobado, el cual era un maestro para el ajedrez y movía la mano del muñeco mediante cordeles. Un equivalente de tal mecanismo puede imaginarse en la filosofía. Debe vencer siempre el muñeco llamado “materialismo histórico”. Puede competir sin más con cualquiera cuando pone a su servicio a la teología, la cual hoy, como resulta notorio, es pequeña y desagradable y no debe dejarse ver por nadie (Benjamin, 2007, p. 65).

En esta primera tesis, Benjamin establece su interés por estudiar el aspecto espiritual que acompaña a las condiciones materiales, sustento de su crítica a la socialdemocracia en este texto. Pero el autor no habla de teología sólo bajo la concepción de un ser superior al ser humano y la naturaleza, sino que intenta describir todos aquellos elementos que no responden a una lógica meramente material, que son espirituales (Löwy, 2002). Esta teología la podemos ver acompañando a las luchas sociales y como parte del antagonismo capital-trabajo al que nos enfrentamos. En ese sentido, la lucha no es sólo material sino también espiritual y es ahí en donde caben todas las luchas que van más allá del enfrentamiento al capital.

Esta dimensión espiritual nos lleva a comprender un sentido diferente en la lucha, ver la utopía que existe en cada uno de los actores que se enfrentan constantemente a la dominación. En la radio comunitaria estas dimensiones metafísicas se hacen latentes cuando podemos ver en cada una de estas experiencias la *débil fuerza mesiánica* de la que nos habla Benjamin que, en palabras de Bolívar Echeverría:

Se trata de una capacidad que se encuentra en todo acto humano y que, aunque puede ser “débil”, nunca deja de ser efectiva; una capacidad que tiene el presente de asumir el compromiso, la “cita” que tiene con el pasado y que lo

tiene en deuda con él; de darle vigencia presente a ese pasado alcanzando así, él mismo, una vigencia “vengadora” en él (Echeverría, 2005, p. 32).

Esta manera de articular la dimensión mesiánica en los movimientos sociales no rompe con la premisa de Karl Marx que señala que la crítica a la religión es la base de toda crítica. La religión es el compendio teórico de la construcción del mundo bajo el mando de un Ser Supremo y es por ello que deja a las acciones de los seres humanos bajo el mando de un “otro”, les quita la responsabilidad de sus acciones (Marx & Engels, 1980). Lo que nos quiere decir Benjamin no es que se necesita pensar la teología para dar cabida y responsabilidad a un Dios, sino que las acciones de las personas van encaminadas al encuentro con un tiempo mesiánico en el que las circunstancias se pongan a favor de la creación de “un otro mundo” más justo para todos los que viven en él. La búsqueda de ese tiempo no descansa en la esperanza de un ser con características extraordinarias y salvadores, más bien es parte de un proceso de acción social e individual del que forma parte y es responsable el ser humano.

Como conclusión, bajo estas ideas podemos ver que los integrantes de las radios comunitarias no sólo luchan por mejorar las condiciones inmediatas y materiales de los miembros de su comunidad. Aunque estas necesidades no se dejan de lado, también cumplen con otros objetivos que van más allá de lo palpable racionalmente. De esa manera, el objetivo compartido en estos medios que es “dar voz a los que no la tienen” (Atton, 2002; Downing, 2001; Rodríguez, 2001) no sólo se refiere a la provisión de satisfactores materiales. Más bien se trata de que, una vez complacidas las carencias inmediatas, se brinde al ser humano la posibilidad de comunicar su ser interior.

La definición de estos medios de comunicación para el cambio social, como un “proceso de diálogo privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo” (Gumucio, 2004, p. 22), no puede comprenderse más que otorgándole una dimensión teológica que vaya más allá del entendimiento de estas experiencias como búsquedas de satisfacción únicamente de necesidades materiales.

Las posibilidades y utopías de un “otro mundo” que podemos encontrar en la historia de las radios comunitarias, así como en otras experiencias de comunicación alternativa, se consolidan

como *las últimas cosas antes de las últimas* (Kracauer, 2010). En otras palabras, el ver el pasado desde las posibilidades que se intentan reivindicar en el presente significa que estamos en la *antesala* de ese mundo fuera de la fantasmagoría de la mercancía. No pensamos que el mundo esté agotado y que el *fin de la historia* haya llegado con la modernidad. Al contrario, pensamos con Kracauer que con este tipo de luchas desde la comunicación “puede definirse el área de la realidad histórica, al igual que el de la realidad fotográfica, como un área de antesala. Ambas realidades son de un tipo que no se presta a ser tratado de manera definitiva” (2010, p. 219). Entonces el trabajo del día a día de los comunicadores que dedican su tiempo a estas radios es la antesala de la llegada de ese tiempo mesiánico al que se refería Benjamín en sus tesis.

Por último, me gustaría plantear algunas interrogantes que quedan en el aire y que la búsqueda de sus respuestas será la labor de la investigación de tesis, de la que hoy se presenta un pequeño bosquejo. Algunas de las preguntas en el aire son: ¿La lucha en las radios comunitarias, es en verdad una lucha contra la clasificación o una lucha por recalcarla? ¿Qué importancia tiene ver el pasado en el presente de la comunicación para comprender el fenómeno de radio comunitaria en el siglo XXI? ¿Desde qué ángulos podemos vislumbrar los elementos que constituyen el proceso comunicativo que ha desembocado en el proceso tal cual lo conocemos hoy? ¿Qué posibilidades se esconden en estos movimientos para la construcción de “un otro mundo”? ¿Dónde queda la esperanza en estos medios de comunicación alternativa?

## Referencias

- ATTON, C. (2002). *Aternative Media*. Londrés: Sage.
- BENJAMIN, W. (2007). *Conceptos de filosofía de la historia*. Buenos Aires: Terramar Ediciones.
- \_\_\_\_\_ (2005). *El libro de los pasajes*. Madrid: Ediciones Akal S.A.
- BERGER, J. (1975). *Modos de ver*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- BRIGGS, A., & Burke, P. (2006). *De Gutemberg a Internet*. Madrid: Taurus.
- BUCK-MORSS, S. (1995). *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*. (N. Rabotnikof, Trad.) Madrid: Visor.
- CALLEJA, A., & Solís, B. (2007). *Con permiso. La radio comunitaria en México*. México: Fundación Fiedrich Ebert-México.
- DEBORD, G. (1998). *La sociedad del espectáculo*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2010, de <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/Societe.pdf>
- DOWNING, J. (2001). *Radical Media. Rebellious Communication and Social Movement*. California, Estados Unidos: Sage Publications, Inc.
- ECHEVERRÍA, B. (Ed.). (2005). *La mirada del ángel. En torno a las tesis de la historia de Walter Benjamin*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- GALEANO, E. (2009). *Patatas arriba. La escuela de un mundo al revés* (8° ed.). México: Siglo XXI Editores S.A. de C.V.
- GUMUCIO, A. (2004). El cuarto mosquetero. La comunicación para el cambio social. *Revista Investigación y Desarrollo*, 2-23.
- HORKHEIMER, M. (2007). *Crítica de la razón instrumental*. Buenos Aires: Terramar Ediciones.
- KRACAUER, S. (2010). *Historia. Las últimas cosas antes de las últimas*. (G. Marando, & A. D'Ambrosio, Trans.) Buenos Aires: Las cuarenta.
- KRACAUER, S. (2008a). *La fotografía y otros ensayos. El ornamento de la masa I*. (L. Carugari, Trad.) Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- \_\_\_\_\_ (2008b). *Los empleados*. (M. Vedda, Trad.) Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- LÖWY, M. (2002). *Walter Benjamin: Aviso de incendio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MAGALLANES, C. (2005). Video tecnología y medios independientes: Un mensaje alternativo al de los medios convencionales. *Códigos*, 1 (2), 95-112.
- MARX, K. (2010a). *El Capital. Crítica de la Economía Política* (3° ed., Vol. 1). (W. Roces, Trad.) México: Fondo de Cultura Económica.
- MARX, K., & Engels, F. (1980). *Obras escogidas*. Moscú: Editorial Progreso.
- MATAMOROS, F. (2002). Sentido y significación en la comunicación y la cultura. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 149-188.

RODRÍGUEZ, C. (2001). *Fissures in the Mediascape. An international study of citizen's media*. Nueva York: Hampton Press.

VAN-DIJK, T. (1999). ¿Un estudio lingüístico de la ideología? En G. Parodi (Ed.), *Discurso, cognición y educación en honor a Luis A. Gómez Macker* (págs. 27-42). Santiago: Ediciones Universitarias de la Universidad Católica de Valparaíso.

VILLAMIL, J. (2010). *El sexenio de Televisa. Conjuras del poder mediático*. México: Grijalbo.

---

<sup>1</sup> Desde agosto de 2010 es estudiante de la Maestría en Sociología del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades "Alfonso Vélaz Pliego" de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Cursó la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de las Américas Puebla. Ha dictado cursos a nivel licenciatura en diversas universidades de la ciudad de Puebla, México.

Correo electrónico: [bacafeldman@gmail.com](mailto:bacafeldman@gmail.com)