



6to Congreso Nacional de Radios Comunitarias:
Expresiones Latinoamericanas y del Caribe 2025

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.

PANEL MAGISTRAL:

**Financiamiento popular colectivo y
nuevos horizontes para los medios comunitarios
*en el marco de la 4a Transformación de México.***

Enrique Rosas Quezada

Lic en Ciencias de la Informática

Esp. Seguridad de la Información y Continuidad de las Operaciones

UPIICSA-IPN

Miembro del Comité Región Europa, Morena Exterior
y de la Asociación Binacional Mayfirst, *Tecnología del Movimiento*

Berlín, Alemania

erq @ mayfirst.org
<https://t.me/enroquez>

6 de noviembre de 2025

Las conclusiones más importantes de la presente propuesta:

1. Expectativas del Estado vs. la Realidad de los medios comunitarios

- La legislación mexicana define lo que el Estado espera de los Medios Comunitarios -en particular las emisoras-, pero no los fomenta ni apoya su desarrollo de acuerdo con el potencial que tienen para fortalecer el tejido social, la democracia participativa, el acceso informado a la tecnología y la difusión de la cultura.
- Ignora la aparición de la “Generación del Internet”: decenas de miles de comunicadores populares que difunden mensajes dirigidos a sus círculos sociales, a sus comunidades físicas, así como aquellas que alcanzan en el ciberespacio. La ley pasa por alto la productiva y virtuosa relación que podrían tener éstos con los Medios Comunitarios y sus emisoras, y soslaya tanto los recursos que necesita la sociedad para enfrentar la posverdad, como el hecho de que quienes la ejercen como recurso de desestabilización lo hacen de manera sistemática, con recursos millonarios y tratan de incorporar a sus comunicadores más destacados -*influencers*- a sus filas.

2. Facilidades y restricciones de la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión

- La ley contempla apoyos específicos para radios comunitarias indígenas y afromexicanas (p. ej., el acompañamiento en el proceso del Instituto Nacional de Pueblos Indígenas).
- De cualquier modo, las condiciones para ejercer ese derecho son restrictivas y el financiamiento está limitado a mecanismos convencionales, es costoso y en algunos casos discrecional, sin políticas públicas claras que fomenten su sustentabilidad y proyección.

3. Multimedialidad y la casi nula iniciativa pública en la Ley frente a ella

- Las radios comunitarias utilizan actualmente diversos formatos audiovisuales, impresos y digitales; la frecuencia radiofónica es sólo uno de los varios canales que usan en su quehacer.
- La normativa no contempla la interacción entre la radio y otros medios, ni las implicaciones de esta convergencia. La digitalización más allá de la multiprogramación del espectro, está dando pie no sólo a nuevos medios de difusión sino a nuevas formas y recursos creativos.

4. Propuesta de marco legal y políticas públicas integrales que:

- Faciliten la formalización de los colectivos de comunicadores y comunicadoras que cuenten con aval de asamblea comunitaria (aunque no sea indígena, ni afromexicana), y promuevan la asignación de concesiones sociales para el uso de frecuencias radioeléctricas a dichas organizaciones.
- Garanticen sustentabilidad y condiciones económicas y operativas (salarios acordes al ingreso medio local, equipamiento, instalaciones dignas y adecuadas, seguridad) a estas organizaciones, definiendo el marco regulatorio para los ingresos por “aportaciones, cuotas o cooperación de la comunidad” al que tienen ya derecho y determinando con claridad la política de publicidad oficial.
- Reconozcan y promuevan el potencial de las emisoras comunitarias, no sólo como estaciones de radio, también como televisoras y redes socio-digitales interconectadas como espacios fundamentales de educación con contenidos estéticos, expresiones de una ética humanista, que promueva la Economía Social y Solidaria, la Democracia Popular, la solidaridad y la identidad local y nacional y que deben -para cumplir con esa función- ser espacios también para la promoción de la literatura y de la crítica cinematográfica.

5. Banco del Bienestar como canal de micro-aportaciones o *crowdfunding*

- El Banco del Bienestar, con 2 mil 750 sucursales brinda cobertura nacional y sirve a más de 26 millones de personas beneficiarias únicas quienes reciben alrededor de MXN 500 mil millones de pesos (equivalentes a USD 25 mil millones) en apoyos gubernamentales directos anuales, podría recibir miles de micro-aportaciones voluntarias y cuotas por suscripción de las audiencias, para canalizarlas hacia medios comunitarios o proyectos conjuntos de dichos medios, creando una base material para la libertad de expresión popular organizada.

6. Aporte público complementario

- En una segunda fase, las instituciones públicas podrían justificadamente apoyarse para el logro de sus objetivos en los medios comunitarios y aportar del presupuesto público un complemento de 1:1 o 2:1 tomando como referencia los fondos recibidos por vía de aportaciones y cuotas de sus audiencias. Ese sustento fundado en la cooperación comunitaria serviría como indicador del arraigo y la sujeción comunitarios y el Estado podría contribuir de ese modo a la consolidación y crecimiento de estos proyectos sociales.

7. Compromisos mínimos de los medios comunitarios para acceder al financiamiento propuesto

Compromiso	Descripción
a) Asamblea anual	Someter la creación del medio y periódicamente su continuidad a la asamblea comunitaria local.
b) Transparencia	Rendición de cuentas a las audiencias, los comités de vigilancia comunitarios y las autoridades regulatorias.
c) Cumplimiento de metas	Realizar una planificación formal con presupuesto y esmerarse en alcanzar sus indicadores de logro de objetivos y metas establecidos en cada ciclo.
d) Exclusividad de financiamiento	Declinar el financiamiento proveniente de donantes (públicos o privados) fuera del sistema descrito, sean éstos partidos, corporaciones, empresas, entidades extranjeras o cualquier otro. * Educar activamente a sus comunidades <i>en los medios y para los medios</i> . * Producir contenidos educativos definidos conjuntamente con autoridades y con la academia que esclarezcan los mensajes en los medios de comunicación: las narrativas y argumentos de inmediatez y cortoplacismo, amarillismo y sensacionalismo, consumismo, noticias falsas, desinformación como estrategia, propaganda, el manejo de la subjetividad en la sociedad, la ideología y el ejercicio de <i>el poder blando</i> en el Mundo, la explotación de la <i>Big Data</i> por parte de las
e) Participación educativa	Redes Sociales Corporativas. *En cambio, promover la historia, la lingüística, la semiótica, los derechos digitales y de las audiencias, los Bienes Comunes, las tecnologías libres y creadas de modo cooperativo, la Cinematografía, la Literatura que sirvan de alimento a la creatividad, la emancipación, la solidaridad y la Paz. * Incidir en la formación de personas comunicadoras que sepan utilizar todo el potencial de las herramientas y recursos (literarios, materiales e inmateriales) de que disponen y sepan diferenciar las que les hacen dependientes, de aquellas que abonan al desarrollo local y a la Soberanía Nacional.

Agradecimiento

Agradezco mucho la invitación por parte de las instituciones educativas organizadoras, en especial a la presidenta del Congreso Doctora Angélica Medieta Ramírez, a participar de la inauguración del Sexto Congreso Nacional de Radios Comunitarias, es para mí un honor.

Objetivo

El objetivo de la presente exposición es **proponer una ruta colectiva de elaboración de una propuesta de legislación y política pública que brinden no sólo sustentabilidad económica, sino condiciones de desarrollo y florecimiento de las radios comunitarias ya existentes y para que puedan surgir muchos otros nuevos medios comunitarios por todo el país con un perfil robusto de servicio a sus comunidades centrado en su rol educativo, formativo y de difusión de la cultura.**

Preámbulo

Me dirijo a todas las personas y colectivos de vocación comunicadora, particularmente a las radios comunitarias -aunque sé que suelen hacer mucho más que transmisiones de radio en su ejercicio del derecho a la comunicación-, para hacerles una propuesta general de reformas en la ley y ajustes en las políticas públicas, y que al término del Congreso nos demos oportunidad de encontrar coincidencias en lo fundamental para impulsar una propuesta Ciudadana de Reformas que definan los rasgos de una Política de Estado en materia de Comunicación Comunitaria junto con el bloque de legisladores y legisladoras progresistas de la Cuarta Transformación.

Debo iniciar con una invitación especial dirigida a los proyectos de comunicación autónomos o revolucionarios que estén presentes en esta Sexta Conferencia: soy conocedor de su compromiso con la libertad y del valor político de su pensamiento y esfuerzos. Quiero decirles que he compartido su experiencia de los años del período neoliberal, cuando nuestras brigadas informativas fueron hostigadas por policías y porros, la pega de carteles en la calle nos llevo a los separos del Ministerio Público y en su momento cuando más necesario fue, no vacilamos en levantar transmisores y antenas propios, en frecuencias tomadas para el pensamiento crítico, la organización estudiantil, popular, la justicia para la clase trabajadora y la igualdad social.

Sin menoscabo del derecho a salir a la calle a recolectar apoyo popular de manera directa, la invitación a ustedes -como a todas las organizaciones y personas que nos escuchan o leen- es a pensar en un proceso nacional y contribuir a que el Estado de Bienestar en México (que a diferencia de los Estados de Bienestar de Europa no se apoya en la explotación de colonias de ultramar y que está dando sus primeros pasos), desarrolle una estrategia de comunicación fundada en la iniciativa popular de las organizaciones de base comunitaria, sin que éstas pierdan su esencia y razón de ser, y viceversa que los legítimos esfuerzos comunicación comunitarios se beneficien del respaldo estatal y aprovechen el compromiso de autocritica de quienes asumen el poder con un programa de izquierdas. Esperamos que nos brinden la oportunidad de conocer sus perspectivas y observaciones como aportes para enfrentar los desafíos comunes y que concedan que hay quienes hacemos una apuesta sincera que busca lograr cambios sociales profundos por esta vía. Gracias.

Entonces, retomando, una vez hecha la presentación en términos generales, les invito a sumarnos juntas todas las personas al proceso de elaboración de la Iniciativa Ciudadana en una plataforma especial de discusión que está sostenida por la asociación binacional **Cooperativa Primero de Mayo Tecnología del Movimiento** ¹ a quienes agradecemos sus facilidades para usar su infraestructura autogestionada y su recurso de software libre llamado *Discourse*, para lograr un debate ordenado y productivo que avance en la elaboración de una iniciativa de reformas hacia una Política de Estado dirigida al desarrollo de Medios Comunitarios. Éste puede encontrarse en https://is.gd/e_laboremos

Índice

- Las conclusiones más importantes de la presente propuesta:.....2
- Agradecimiento.....4
- Objetivo.....4
- Preámbulo.....4
- Índice.....5
- Ponencia.....6
 - La concesiones sociales de radiodifusión comunitaria en la ley vigente.....6
 - Sus propósitos y principios.....6
 - Sus (im)posibilidades de sustento.....6
 - La reciente reforma agrega <nuevas posibilidades>.....8
 - La intrincada vía de las donaciones.....9
 - La imposición de una estructura burocrática interna.....10
 - La fortaleza de nuestras comunidades. Una alternativa por reconocer y promover.....11
 - El financiamiento colectivo o *crowdfunding*.....12
 - La fortaleza del Estado y sus capacidades como interventor.....13
 - El Banco del Bienestar, enlace de miles de aportantes con sus medios comunitarios.....14
 - El complemento de la cooperación comunitaria: el presupuesto público.....15
 - La utilidad social de los Medios Comunitarios.....17

¹ www.mayfirst.coop

Ponencia

Financiamiento popular distribuido y nuevos horizontes para los medios comunitarios en el marco de la 4a Transformación de México.

Existe en la legislación claridad sobre lo que el Estado Mexicano espera de las entidades que obtengan una concesión de telecomunicaciones o radiodifusión para uso social, entre ellas las radios comunitarias. Como veremos, un dechado de virtudes es la expectativa del Estado que las organizaciones solicitantes de concesión social deberá tener. Y aunque se amplían las fuentes de ingresos autorizadas para ellas y se promete un incremento a los recursos que reciben por vía de la publicidad oficial, en realidad fundamentalmente no cambian las condiciones penosas de su desarrollo en las últimas décadas. Veamos.

La concesiones sociales de radiodifusión comunitaria en la ley vigente

Sus propósitos y principios

Básicamente como la anterior de 2014, la nueva Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión del 16 de julio pasado nos dice (art. 46) que las organizaciones solicitantes deberán tener propósitos culturales, científicos, educativos o de servicio a la comunidad, y no deberán tener fines de lucro (lo cual se insiste de manera reiterada).

Las habrá concesiones de tipo social (como aquellas que asignadas a universidades privadas), social comunitarias indígenas y afromexicanas (promovidas por sus comunidades bajo el amparo de las autoridades de esos pueblos) y simplemente social comunitarias (para organizaciones de la sociedad civil conformadas por quienes no son de esos grupos étnico-culturales).

Tendrán que conducirse bajo los principios de participación ciudadana directa y convivencia social y pluralidad.

En particular a los proyectos de comunicación con concesiones de uso social indígena la Ley pide que tengan como fin principal preservar, proteger y desarrollar su patrimonio cultural, material e inmaterial que comprende todos los elementos que constituyen su cultura e identidad y su propiedad intelectual colectiva respecto de dicho patrimonio, en condiciones de dignidad, equidad, e interculturalidad, lo hagan sin discriminación alguna de acuerdo con el artículo 2o de la Constitución, y básicamente lo mismo para las concesiones de uso social afromexicana.

Sus (im)posibilidades de sustento

A continuación trato de simplificar cuáles son las fuentes autorizadas de ingresos (art. 68) y agrego algunos comentarios. Éstas pueden ser provenientes de:

I. Donativos en dinero o en especie.

Al brindarles el derecho de recibir donaciones para su financiamiento, la misma Ley plantea que para ello deberán ser donatarias autorizadas, lo cual -en las condiciones actuales de la norma y como veremos más adelante- tiene fuertes impactos no sólo administrativos, sino relativos al perfil mismo de los proyectos de comunicación y a sus posibilidades como herramienta comunitaria, en caso de que éstos decidan centrar su estrategia de financiamiento en la búsqueda de donativos.

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

Esta opción ya existía en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014 y la presente propuesta se centra en explorar las enormes posibilidades de este mecanismo de financiamiento para las organizaciones promotoras de sus medios comunitarios, no sólo en particular radios, sino proyectos integrales de comunicación comunitaria que incluyan Televisoras comunitarias y Redes Socio-Digitales comunitarias interconectadas (y que de acuerdo con su vocación educativa podrían también dar cabida a bibliotecas comunitarias y cine-clubes), y cómo este mecanismo puede ofrecer un criterio objetivo de autenticidad y legitimidad sobre la naturaleza comunitaria del proyecto de comunicación beneficiario de una concesión. Abordaremos este punto con detenimiento más adelante, bajo el título: “La fortaleza de nuestras comunidades. Una alternativa por reconocer y promover.”

III. La venta de productos y contenidos mediáticos propios, si ya han sido transmitidos (Se entiende entonces que no podrían ser estrenos, ¿por qué se les limita?) y sin que para ello se emitan mensajes comerciales o venta de publicidad, los cuales sí autoriza si el comprador es el gobierno -desde luego, siempre que las emisoras comunitarias cuenten con capacidad legal y operativa para ello-.

Como comentario adicional, he de decir que esta fracción de la Ley parece rebasada y obsoleta -de hecho no cambió con la reforma reciente de julio de 2025 y plantea las mismas condiciones que aquella otra reforma neoliberal del 2014- frente a los modelos de monetización (publicidad, tienda integrada, colaboración con marcas pago, donaciones) de las grandes plataformas mediáticas en el Internet que todas o casi todas las radios comunitarias exploran o de las que toman ya parte: Programa de Socios Youtube (*Shorts, Super Chat, Super Stickers, Premium*), Programa de Recompensas Tiktok (*Creator Rewards*) e Instagram (*Reels Play Bonus*), las cuales generan ingresos en función del número de suscriptores (1 mil-10 mil), las horas de reproducción de contenidos (4 mil, por ejemplo), el número de reproducciones completas, el nivel de interacción significativa (comentarios) e involucramiento de las audiencias (suscripciones y contenidos compartidos), sostenimiento de un mínimo de reproducciones del contenido original producido cada mes (100 mil).

Y por otro lado, queda pendiente indagar por qué la ley autoriza a las estaciones comunitarias la venta de productos y contenidos mediáticos de producción propia sólo si han dejado de ser estrenos, siendo la novedad condición tan importante para la venta.

La ley también ofrece las alternativas siguientes:

IV. Generación de contenidos para entidades públicas;

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;

VII. Venta de publicidad a los entes públicos federales quienes destinarán 1-10% de su presupuesto de Comunicación Social y publicidad oficial, y estatales y municipales por

otro lado, quienes no están obligados a nada, aunque podrían destinar algo en el mismo rango (o podrían no hacerlo).

Aquí cabe preguntarse los criterios que seguirán tanto la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones como las entidades gubernamentales federales para decidir pasar del 1% al 2%, al 3% y así, ¿cuánto trabajo y recursos para la incidencia política deberán de tener las radios comunitarias para alcanzar el 10% comprometido como política pública? ¿Por qué se evitó fijar esa misma responsabilidad a nivel estatal?

Quizás definirlo como un rango 1-10% da cuenta de un proceso en el diseño institucional que contemplaría cambios progresivos que al darse significarán incrementos sustantivos en los ingresos para este tipo de proyectos de comunicación, pero por otro lado también está el escenario contrario: que las entidades públicas decidan -bajo cualquier criterio- disminuir sustancialmente ese flujo de recursos y la ley no se los impediría. Tal discrecionalidad obligará a los Medios Comunitarios a contemplar gastos de representación para sostener relaciones públicas, promoción e incidencia en las políticas gubernamentales meramente para su propio sustento.

La reciente reforma agrega <nuevas posibilidades>

Además de una posible ampliación de los presupuestos públicos por publicidad oficial orientados a las concesiones sociales -que parecen un tanto inciertas y discrecionales-, la nueva Ley en la materia agregó dos opciones adicionales de ingresos:

VIII. Patrocinios, sin que estos puedan inducir la comercialización o venta de ningún producto o servicio.

IX. Emisión de mensajes comerciales y venta de publicidad de productos, bienes o servicios locales u originarios de las localidades, definidas en el título de concesión que no excederá del tres por ciento del tiempo total de transmisión.

A este respecto, la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones tendrá que cuadrar el círculo y ofrecer claridad en sus lineamientos -por conocerse aún- para que los concesionarios sociales puedan resolver sus necesidades de financiamiento, sustentabilidad y proyección futura, de tal modo que puedan contar con patrocinadores que no busquen comercializar nada, y dé a conocer las reglas de origen que definan cuáles podrán considerarse productos, bienes o servicios locales.

Aunque la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión plantea avances en la promoción de las concesiones de uso social indígena y afromexicanas, como hemos visto ya en la colaboración con el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, o por ejemplo en establecer un régimen simplificado y asistencia técnica para las solicitudes de concesiones de uso social comunitario, social indígena o social afromexicana (art. 64), que facilitarán el cumplimiento de requisitos para obtener concesiones, ésto por sí mismo no resuelve los desafíos de sustentabilidad económica y proyección futura para los Medios Comunitarios en el marco de un proceso de cambios de orden político, económico, cultural profundos en México. Se hace necesaria una Política de Estado en materia de Comunicación Comunitaria.

De lo contrario estas organizaciones que generan y recrean la comunicación comunitaria seguirán siendo tratadas al respecto de su sustento económico como medios comerciales, pero eso sí: "sin fines de lucro", al tener que dirigir una buena parte de sus esfuerzos a la búsqueda de publicidad, patrocinios, venta de servicios o clientes para sus contenidos mediáticos, lo que en la práctica de su labor cotidiana les aleja de su valioso objeto social; o bien al tener que obtener donaciones, es decir buscar cabida

en la arquitectura intrincada de la filantropía y el asistencialismo (art. 82 LISR), Beneficencia, Patronatos, Fundaciones, organizaciones donantes, donantes de las donantes, o bien en la "cooperación para el desarrollo" y sus fuentes y agendas extranjeras. Ahí, un orden social rancio y no exento de problemas de doble moral y agendas no explícitas tiene para algunos Medios Comunitarios un pequeño espacio y muchas obligaciones.

La intrincada vía de las donaciones

Y el escenario de convertir al proyecto de comunicación comunitaria en una organización donaria autorizada, no es más halagüeño, veamos.

Ello nos remite a la Ley del Impuesto Sobre la Renta, la cual nos indica (art. 79 LISR) que dichas organizaciones sin fines de lucro primero deberán haber sido reconocidas como exentas del impuesto sobre la renta, y las divide básicamente en tres tipos que las radios podrían elegir como motivo principal de su objeto social:

Organizaciones dedicadas a la Asistencia Social (fracción VI)

- Apoyan a personas y comunidades de escasos recursos
- Trabajan con grupos vulnerables (indígenas, afroamericanos, personas con discapacidad)
- Realizan actividades de:
 - * Atención a necesidades básicas (alimentación, vivienda)
 - * Asistencia médica y rehabilitación
 - * Apoyo jurídico para menores
 - * Rehabilitación de adictos
 - * Orientación social y capacitación laboral
 - * Apoyo a comunidades indígenas y afroamericanas

Organizaciones Culturales y Artísticas (fracción XII)

- Promoción de artes (música, danza, literatura, cine)
- Educación e investigación artística
- Protección del patrimonio cultural nacional
- En vínculo con el sistema de bibliotecas públicas
- Apoyo a museos del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Organizaciones de Desarrollo Social (fracción XXV)

- Participación ciudadana comunitaria
- Defensa de derechos humanos
- Promoción de equidad de género
- Protección ambiental y desarrollo sustentable
- Fomento educativo, cultural y científico
- Protección civil
- Apoyo a organizaciones de la sociedad civil
- Defensa de derechos de consumidores
- Apoyo a productores agrícolas y artesanos de zonas marginadas

Hay entonces un amplio abanico de opciones en el que las personas comunicadoras promotoras de la comunicación comunitaria puede ver reflejado su perfil social que justifique a sus proyectos ser exentos del impuesto sobre la renta, lo cual es el primer requisito. Hasta ahí, más o menos todo bien, pero todavía no llegamos al punto: ser considerada donataria autorizada.

Para ser considerada donataria autorizada se necesita (art. 82 LISR):

- Dedicarse exclusivamente a los fines especificados en su objeto social (art. 79 LISR).

Y aquí surge un primer problema -aunque quizás menor, de carácter formalista-, pues el objeto social no debería ser exclusivo, sino contemplar un rango múltiple como los asuntos dinámicos que las comunidades consideran prioritario atender de acuerdo con sus problemáticas y desarrollo, siendo los medios comunitarios, acompañantes de esos procesos y actores activos en diversos temas de manera transversal.

- Recibir una parte sustancial de ingresos de: fondos federales, estatales municipales, donativos, o bien, ingresos derivados de sus actividades.
- Sus actividades deben ser congruentes con su naturaleza de organización sin fines de lucro y tienen la prohibición expresa de intervenir en campañas políticas o hacer propaganda.
- Cumplir requisitos de control administrativo y transparencia con las reglas del Servicio de Administración Tributaria (SAT) y la propia ley.

La imposición de una estructura burocrática interna

El propósito de los medios de comunicación comunitarios reconocido en la Ley, así como sus fines sociales carentes de lucro se ven contrariados por la carga administrativa excesiva acorde con la fiscalización y el control requeridos: a la declaración de los impuestos se le suman los requisitos para el mantenimiento de la concesión y en su caso, la ratificación del estatus de donataria autorizada, como podremos ver en los siguientes ejemplos:

- Sobre la contabilidad de los tiempos de transmisión dedicados a la publicidad, la ley sentencia: Los concesionarios de uso social que presten el servicio de radiodifusión deberán entregar a más tardar el treinta de abril de cada año a la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones, la información necesaria con el objeto de verificar que la fuente y destino de los ingresos del año previo se apeguen a los fines para los cuales fue otorgada la concesión. (Art. 68).
- Para ser considerada donataria autorizada (el art. 86 LISR) especifica las siguientes obligaciones relativas a la contabilidad y el fisco:
 - Mantener contabilidad completa y actualizada,
 - Conservar comprobantes de ingresos y egresos,
 - Expedir recibos fiscales por donativos recibidos,
 - Realizar Informes y Declaraciones,
 - Presentar declaración anual de ingresos,
 - Informar sobre donativos recibidos,
 - Reportar el uso y destino de los recursos obtenidos,
 - Transparencia Financiera,
 - Destinar la totalidad de sus ingresos a los fines propios de su objeto social,
 - No distribuir remanentes entre sus asociados (puesto que los ingresos deben aplicarse íntegramente a los fines autorizados),
 - Mantener a disposición de las autoridades fiscales la documentación que acredite el uso de recursos.
- En todos los casos, las donatarias autorizadas deberán cumplir con los requisitos de control administrativo y de transparencia, que al efecto establezcan el Reglamento de la misma Ley del Impuesto sobre la Renta y las reglas de carácter general que al efecto emita el Servicio de Administración Tributaria (Art. 82, párrafo 4).

Así resulta importante prever que los costos de gestión, administración, contabilidad, promoción de patrocinios y publicidad, relaciones públicas, cabildeo e incidencia seguirán resultando en una carga excesiva para estas organizaciones de comunicadores y comunicadoras -cuya misión no es comercial y no es el lucro, sino social, enfocada al desarrollo comunitario- y que aunque algunas de estas organizaciones puedan tener buenos liderazgos que sepan equilibrar las cargas administrativas por un lado y las

funciones sustantivas de la comunicación comunitaria por el otro, o bien cuenten personas que sean buenas representantes negociadoras efectivas que logren buenos patrocinios, contratos, convenios, aún en esos casos especiales, ese conjunto de actividades obligatorias resulta en una carga que les aleja por la vía práctica del objeto social que el mismo Estado les exige tener, pues para poder realizar su actividad central en la cotidianidad deben de generar valor económico excedente para sostener una burocracia interna dedicada a resolver el financiamiento y la gestión administrativa de sus proyectos.

Existen en la Ley elaboraciones interesantes creadas para atender condiciones específicas de actores sociales bajo criterios de equidad y justicia o debido al papel en la sociedad de las organizaciones beneficiadas, así el art. 86 de la LISR señala que los sindicatos obreros y los organismos que los agrupen quedan relevados de cumplir con parte de las obligaciones normales de registro y control contable, aligerando así su carga administrativa.

Lo mismo podría hacerse para simplificar, abreviar y reducir en general obligaciones y cargas administrativas injustificadas para los Medios Comunitarios, y en particular para que puedan éstos tener acceso a recursos económicos para su operación sin que ello les aleje de su objeto social.

Por ello, los compañeros y compañeras en uso de concesiones sociales comunitarias en operación (sean éstas indígenas, afromexicanas o no) deberían insistir -como lo han hecho ya en los foros públicos para la reforma- en señalar no sólo en dónde encuentran los nudos más difíciles en su operación para replantear la necesidad de cambios en las regulaciones, si no compartir la visión de un horizonte amplio de orden nacional sobre su papel en la sociedad, una sociedad cuyo desarrollo ha cambiado radicalmente la capacidad comunicativa de individuos, organizaciones, instituciones y corporaciones, y enfrenta grandes desafíos de injusticia comunicacional, manipulación del sentido común y control social, guerras cognitivas, estrategias de propaganda y noticias falsas, explotación encubierta en la gratuidad de los servicios de Internet, de las redes de datos y en las Redes Sociales Corporativas, mientras que ha renovado con nuevos instrumentos la imposición cultural del Norte Global y sus cipayos, y define patrones de consumo con más violencia, más vanidad y más egocentrismo que antes de la época Neoliberal.

La fortaleza de nuestras comunidades. Una alternativa por reconocer y promover.

Como hemos visto ya, frente a las intrincadas condiciones de la regulación del Impuesto sobre la Renta, los sindicatos de trabajadores encontraron la forma de quedar relevados de algunas de esas obligaciones. Los medios comunitarios con un proyecto nacional común y la fuerza política necesaria podrían buscar condiciones normativas que también reconozcan su finalidad social sin ánimo de lucro.

Sin embargo, existe en la Ley un recurso ya contemplado por el Estado que podría abrir la puerta no sólo a una fuente de ingresos que brinde una base inicial sólida de sustento a los Medios Comunitarios, sino que oriente su actividad y les ayude a enfocarse efectivamente en responder a las necesidades de las comunidades a las que sirven, en vez de tener que asumir la fuga de energía que representa la sobre-estructura de gestión, promoción, representación, etc.

Como hemos visto ya la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión (art. 68, II) indica que los concesionarios de uso social, acorde con sus fines, podrán obtener ingresos de aportaciones y cuotas o cooperación de la comunidad a la que prestan servicio. Y ahí está la llave que habré varias puertas:

La sociedad requiere que el Estado de Bienestar sea vigilante del uso adecuado del espectro radioeléctrico frente a los abusos de intereses extranjeros, oligárquicos, caciquiles, de organizaciones mafiosas, todos y todas ellas sabedoras de la importancia de la comunicación y del uso del espectro radioeléctrico. Es el Estado de Bienestar además quien debe aportar soluciones a los grandes problemas de la (des)información, la (in)comunicación, la (des)valorización de la cultura y de la raíz propias, etc. Y también debe dirigir recursos y esfuerzos para lograr habilitar los derechos a la comunicación, la información, la réplica y al acceso informado a las tecnologías, entre otros.

Pero son las comunidades mismas las que mejor pueden regular y controlar a sus medios comunitarios. Éstos deben someter sus fines, objetivos, proyectos y su existencia misma a las asambleas comunitarias. Es en esos espacios donde la rendición de cuentas de sus directivos y la transparencia construyen la confianza y la legitimidad más importantes. Los comités de vigilancia de las asambleas deben contar con elementos de juicio (técnicos, legales y también semióticos) para corregir desviaciones o para alentar aquellos esfuerzos y contenidos que apunten hacia el bienestar común y contribuyan a la paz, la regeneración social, el compromiso cívico, el respeto a la diversidad y hacia una ética de liberación de todas las formas de opresión.

Con esa confianza ya ganada y la certeza de la vigilancia continua por parte de las propias comunidades, de manera natural la iniciativa de Comunicación Comunitaria pasará del grupo de entusiastas promoventes a ser efectivamente un servicio comunitario (si no lo es ya) y serán las mismas comunidades quienes brindarán el apoyo que garantice un piso básico de sustento económico si a) se le brinda facilidades a las personas para hacer una pequeña aportación esporádica o periódica que no represente una merma a sus recursos familiares y si b) los Medios Comunitarios son capaces de reunir una numerosa cantidad de cooperaciones de ese tipo entre sus audiencias-beneficiarias-usuarias activas y comprometidas con sus Medios Comunitarios.

El financiamiento colectivo o *crowdfunding*

Con el surgimiento de Internet, de la banca electrónica y gracias a que en su desarrollo han sido preservadas condiciones básicas de seguridad (como los protocolos públicos de cifrado de datos) es que han surgido servicios de entidades que han innovado en las formas en las que pueden realizarse campañas de recaudación de fondos, obtención de financiamiento colectivo e inversión productiva privada.

Con servicios que atienden diferentes necesidades (nichos de mercado), empresas extranjeras como Gofundme, Indiegogo, Kickstarter, Patreon, y las menos conocidas Classy, Fundly y Fundrazr, permiten entre otras cosas a las organizaciones promoventes buscar financiamiento a sus iniciativas y proyectos para que las personas puedan conocerlas, interesarse y respaldarles mediante donaciones a través de esas mismas empresas intermediarias. Al ser mucha audiencia que puede lograrse mediante el uso de diferentes medios, entonces normalmente se espera que las donaciones en una campaña exitosa sean muchas, aunque no sean cuantiosas individualmente.

Adicionalmente las organizaciones donatarias pueden ofrecer mediante esos mismos servicios algunas opciones a sus donantes: facilitarles la programación de donaciones recurrentes futuras (como lo sería una cuota regular) o incentivar un compromiso mayor de la persona donante ofreciéndole acceso exclusivo a estrenos, primicias, transmisiones en vivo o productos promocionales.

También pueden animar un mayor número de donaciones al definir la campaña de tal modo que si la suma alcanza un monto determinado, éste definirá el alcance del proyecto. Lo que implica definir previamente tanto los montos de financiamiento como las metas de trabajo con sus alcances claramente diferenciadas: a mayor monto donado, mayor trabajo comprometido por la organización o persona donataria (o beneficiaria). Desde luego, desarrollar una campaña de recabación de fondos usando los servicios de esas empresas implica el pago de diversas comisiones por su intermediación: el procesamiento bancario de cada pago, un cierto porcentaje de lo recaudado y costos fijos, por lo menos.

También habría que descartar la relación con inversionistas, entidades y personas inspiradas en obtener ganancias económicas. La Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera (Ley FinTec) norma las relaciones entre inversionistas solicitantes de financiamiento colectivo (Art. 15 y 16) quienes usan para ello un medio electrónico ofrecido por una empresa autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, y lo hace sólo normando las relaciones entre entidades privadas para financiar deuda, capital, copropiedad o regalías. Esta ley puede ser de utilidad para concesionarios comerciales, pero por su estrechez no incluye a actores de la Economía Social y Solidaria -como si éstos fueran incapaces de innovar tecnologías-, siendo esta última más propia de la naturaleza de los Medios Comunitarios.

Un servicio similar para nuestro propósito sería una solución si las personas no tuvieran que ver disminuida su aportación y ésta fuera íntegra a los medios o proyectos elegidos. La solución es un sistema público que sin costo haga ese enlace entre la colectividad donante y las organizaciones donatarias, facilitando así la concreción de las campañas de financiamiento que realicen los Medios Comunitarios para promover suscripciones, obtener cuotas regulares y recaudar aportaciones esporádicas, lo cual sería un gran apoyo, lo mismo para su lanzamiento inicial que para su sostenimiento regular.

Dicho sistema público está listo, se trata del Banco del Bienestar, el cual sólo requiere algunos insumos de información -como dar de alta cuentas bancarias para las organizaciones reconocidas como Medios de Comunicación Comunitarios, registrar aquellos proyectos conjuntos que hayan sido previamente autorizados y que deban aparecer también como posibles beneficiarios de aportaciones y cuotas de las comunidades a las que sirven. Y crear las opciones adecuadas en las pantallas de los cajeros y los aplicativos de celular, con las reglas de procesamiento lógico necesarias que permitan a las personas usuarias del Banco del Bienestar dirigir su cooperación económica. De ese modo el Banco del Bienestar podría cumplir con esa función en el marco de una nueva Política Pública de Comunicación Comunitaria.

La fortaleza del Estado y sus capacidades como interventor

Como podemos ver en varios casos recientes de una intervención estatal con criterios de justicia social, regulación económica o promoción productiva, el Estado de Bienestar es capaz de favorecer el interés general y crear condiciones para una sociedad que privilegia sus esfuerzos y recursos comunes y es solidaria.

La distribución de gas doméstico LP por una instancia pública -Gas para el Bienestar de PEMEX- creada en 2021 para ese fin en el centro del país logró controlar y reducir los precios de ese combustible indispensable que estaban siendo manipulados a la alza por un grupo oligopólico de empresas distribuidoras.

Otro proyecto que da continuidad a las políticas del gobierno anterior es la promoción de la producción y comercialización -a través de Alimentación para el Bienestar, antes DICONSA- de café, cacao y miel, entre otros, que beneficia a las familias consumidoras con productos en diferentes presentaciones de muy buena calidad provenientes de las diferentes regiones productoras del país, lo cual vigoriza el mercado interno y abre los márgenes de Soberanía Alimentaria.

Los apoyos directos a núcleos de población en situación de alta y muy alta marginalidad en la Ciudad de México cuyas familias inscritas al programa MERCOMUNA desde 2025 reciben vales con los que pueden adquirir cualquier producto y servicio en los locales comerciales participantes de sus propias comunidades, pues éstos son luego cambiados por las personas comerciantes por dinero en efectivo en los centros de canje gubernamentales.

Son sólo tres casos mencionados de manera general cuyos detalles y análisis no caben aquí, pero que son ejemplo de que existe en el proyecto de país en marcha una clara política de actuar mediante las instituciones para facilitar la conjunción de fuerzas para el logro de los cambios sociales esperados.

El Banco del Bienestar, enlace de miles de aportantes con sus medios comunitarios

El Estado Mexicano cuenta ya una infraestructura de Banca Social encargada de la distribución de pensiones, becas y diversos apoyos económicos directos que forman parte de los programas sociales del Gobierno Federal: Banco del Bienestar

El gobierno de Andrés Manuel López Obrador creó en 2019 el Banco del Bienestar, y lo consolidó como una institución bancaria especializada en brindar servicios y productos financieros diseñados específicamente para apoyar a los sectores más vulnerables. La institución llega hasta los lugares más apartados del país y cuenta con 2 mil 750 nuevas sucursales del Banco Bienestar

Al cierre de 2023, se dispersaron recursos a 25 millones 500 mil personas beneficiarias únicas por 478 mil 751 millones de pesos MXN en apoyos gubernamentales. Equivalentes a más de 25 mil millones de dólares USD. El Sexto Informe de gobierno destacó que el Banco del Bienestar alcanzó una cobertura nacional de 98.4 por ciento al ubicarse en dos mil 701 localidades cuya población conjunta fue de 124 millones de habitantes.

En esta dirección de Internet puede consultarse el mapa oficial interactivo que muestra la ubicación de cada sucursal https://is.gd/banco_del_bienestar

De acuerdo con el art. 2 de la Ley Orgánica del Banco del Bienestar, éste dirige sus servicios a personas físicas y morales que tengan acceso limitado a los servicios financieros por su condición socioeconómica o ubicación geográfica (a los que define como “el Sector” al que se dirige), y hay varios aspectos de su objeto social (art. 3) que justifican ampliar su acción para soportar una Política Pública de Comunicación Comunitaria. Por ejemplo el Banco del Bienestar en funciones de Banca Social entre otros tiene por objeto:

- promover y facilitar el acceso al financiamiento en condiciones equitativas,
- la inclusión financiera,
- el uso y fomento de la innovación tecnológica a fin de procurar mejores condiciones para el Sector,
- canalizar apoyos financieros y técnicos necesarios para fomentar el uso de productos y servicios financieros que atiendan las necesidades del Sector y que promuevan la adopción de modelos de negocio y tecnologías financieras innovadoras que impacten en el sano desarrollo de ese grupo de población.

Por otro lado, de acuerdo con el art. 7 está facultada para:

- Promover, gestionar y financiar proyectos que atiendan las necesidades del Sector en las distintas zonas del país y que propicien el mejor aprovechamiento de los recursos de cada región.
- Promover el desarrollo tecnológico y la adopción de modelos novedosos en términos de la Ley FinTec, la capacitación, la asistencia técnica, el incremento de la productividad y del bienestar de los integrantes del Sector.
- Promover, facilitar, gestionar y financiar toda clase de proyectos, operaciones y actividades que atiendan las necesidades del Sector de servicios financieros, tecnológicos, innovación, entre otros.

Todo ello da cuenta de que en términos de su relevancia redistributiva, regulación normativa, cobertura e infraestructura ya existentes, el Banco del Bienestar está en capacidad de cubrir la tarea de convertirse en la instancia intermediaria que conecte a los Medios Comunitarios con las personas de su audiencia comprometidas con brindar colectivamente medios para su sustentabilidad.

Este diseño por si sólo podría servir para contribuir a crear una base de sustento material para el ejercicio de una Libertad de Expresión popular auténtica basada en la comunidad presente en los grupos sociales indígenas, afromexicanos y también mestizos de México, lo mismo en el campo que en las ciudades. Quizás éste podría ser el razgo principal de un primer momento en la estrategia de Política Pública hacia los Medios Comunitarios.

El complemento de la cooperación comunitaria: el presupuesto público

Hemos pasado de una situación en el período neoliberal caracterizada por la entrega a cuenta gotas de permisos y luego concesiones de uso social comunitario (indígena o no) ² y la criminalización y persecución constante de las radios comunitarias -inclusive de aquellas legítimamente fundadas con respaldo de sus comunidades- cuyas transmisiones no tenían permiso², a otra de mayor diálogo y búsqueda de alternativas, como hemos visto en los Conversatorios sobre la Reforma a las Telecomunicaciones y Radiodifusión realizados en mayo pasado². Sin embargo los cambios recientes a la ley y a la política pública no permiten tener grandes esperanzas de que éstos serán suficientes y darán solución a la precariedad de los proyectos de comunicación comunitarios.

Si un primer paso en la estrategia descrita diera pie a facilitar el respaldo comunitario mediante la canalización de aportaciones esporádicas o regulares, el segundo momento representaría el compromiso parte del Estado Mexicano de apuntalar la Comunicación Comunitaria como el conjunto de iniciativas fincadas en la base de la sociedad que se abren para ser vías de expresión y comunicación de una necesidad social auténtica, canales de información de la realidad social en diferentes niveles y ámbitos, y espacios para aprender a recibir y a emitir mensajes con objetividad, verdad, crítica legítima y comprometida socialmente, con criterios estéticos y éticos.

² Entre 2015 y 2016 el Ifetel, intervino 100 estaciones de radio consideradas ilegales en todo el país. <https://www.jornada.com.mx/2016/07/01/politica/017n1pol>

² 122 radios comunitarias reconocidas por el IFT en 2022
<https://oncenoticias.digital/nacional/crecen-radios-comunitarias-e-indigenas-actualmente-existen-122/103824/>

² <https://conversatorios.senado.gob.mx>

Podrían ser muchas las dependencias gubernamentales que encontrarían respaldo comunicacional en las emisoras comunitarias, no sólo Educación, Artes y Cultura, también aquellas que tienen como objetivos la Ciencia y la Tecnología, la Economía Social y Solidaria, las Comunicaciones y Transportes, la Participación Ciudadana, el Desarrollo Urbano, Planeación y Ordenamiento Territorial, la Movilidad, la Vivienda, el Cuidado del Medio Ambiente, etc, complementando de maneras más cercanas a los pueblos, barrios y colonias, y por tanto de modo más efectivo, el trabajo que realizan los medios públicos, en particular el Sistema Público de Radiodifusión.

No será sencillo implementar una estrategia nacional que logre las sinergias entre los Medios Comunitarios y el Gobierno de la Cuarta Transformación. Algunos de esos medios han sufrido represión y han confrontado -junto a sus comunidades- políticas de despojo territorial o de recursos que les ha llevado a enfrentarse al gobierno. También porque persiste en diferentes sitios del país, una cultura caciquil o conservadora opuestas a la apertura a la crítica y a la búsqueda de la igualdad y la justicia.

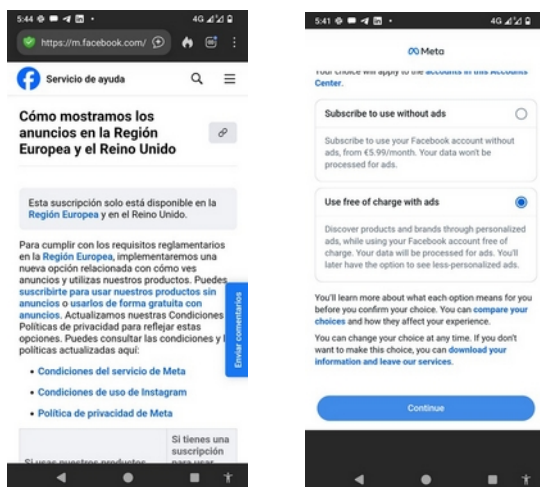
Sin embargo, son muchos, muchos más los Medios Comunitarios que surgirían por el territorio nacional si se toman las medidas adecuadas y se convoca a los miles de nuevos productores/as de contenidos multimediales informativos, culturales y de entretenimiento que de maneras autodidáctas o en diferentes espacios educativos formales o informales están surgiendo por todo el territorio, para plantearles vías para contribuir al proceso de cambios del país. De lo contrario otros lo harán bajo sus intereses...



Campaña de acumulación de fuerzas de Ricardo Salinas Pliego en el ámbito de las Redes Socio-Digitales. Foto tomada en un vagón la Línea 2 del Metro de la CDMX en agosto pasado.

Es importante reiterar lo relevante que podrían ser las subvenciones o dotaciones de recursos públicos (adicionales a las cooperaciones comunitarias) que se dirijan a los medios comunitarios. Éstas se justificarían plenamente por las nuevas funciones que estos proyectos comunitarios adquirirían en el ámbito educativo:

Compromisos que les lleven a producir contenidos educativos definidos conjuntamente con autoridades y con la academia que esclarezcan los mensajes en los medios comunicación masivos: las narrativas y argumentos de inmediatez y cortoplacismo, amarillismo y sensacionalismo, consumismo, noticias falsas, desinformación como estrategia, propaganda, el manejo de la subjetividad en la sociedad, la ideología y el ejercicio de *el poder blando* del Norte Global, la explotación de la Big Data por parte de las Redes Sociales Corporativas.



Por ejemplo, en Europa e Inglaterra a las personas usuarias de Redes Sociales Corporativas se les ha reconocido recientemente el derecho a elegir entre hacer uso de esas plataformas con o sin anuncios. Optar por “sin costo” significa ceder tus datos y aceptar su análisis que se convertirá posteriormente en propaganda dirigida, o bien, si la persona prefiere el respeto a su privacidad y hacer uso de la plataforma Facebook sin propaganda, entonces debe pagar €6 al mes.

En cambio, promover la historia, la lingüística, la semiótica, los derechos a la comunicación, a la libertad de expresión y de acceso a la información, digitales y de las audiencias, los Bienes Comunes, las tecnologías libres y creadas de cooperativo, y la Cinematografía y la Literatura que sirvan de alimento a la creatividad, la emancipación, la solidaridad y la Paz.

Observando la cantidad de aportaciones como verificación del arraigo de cada proyecto de comunicación a sus propias comunidades y de acuerdo con esas nuevas funciones de interés público, sin menoscabo de las políticas de Comunicación Social en los diferentes niveles u otras fuentes de ingresos ya contempladas en la Ley, las subvenciones o aportaciones gubernamentales podrían representar 1:1 una cantidad que iguale lo recibido en aportaciones y cuotas de cooperación recibidas mediante el sistema antes descrito, o mayor 2:1 de acuerdo con el desarrollo de las actividades de cada Medio de Comunicación como espacio comunitario para la expresión y también para la educación en los medios y para los medios.

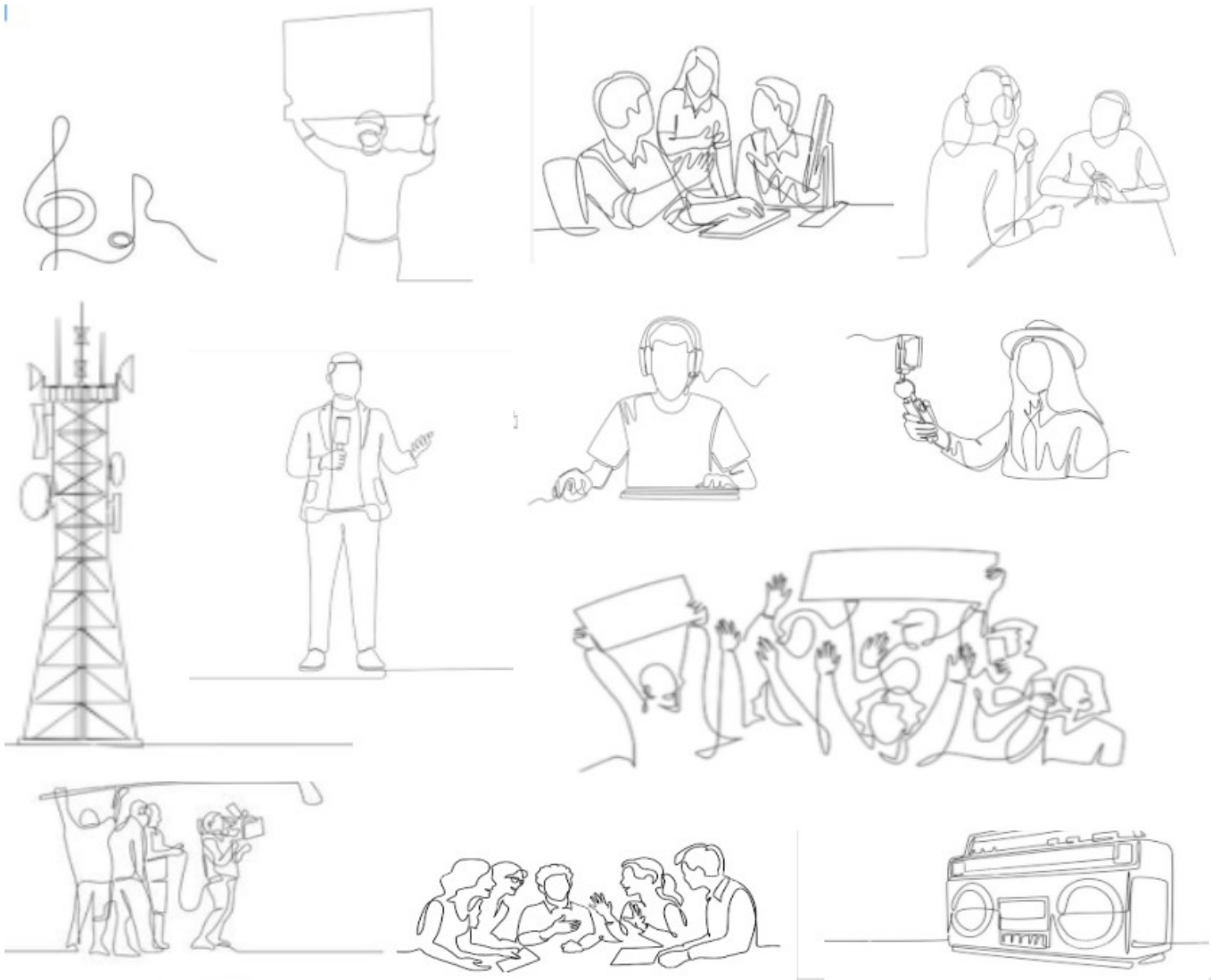
Con el fin de reafirmar el carácter comunitario de estos proyectos de comunicación y reducir las posibilidades de injerencia de agentes e intereses externos sería razonable esperar que los Medios Comunitarios renuncien al financiamiento proveniente de donantes (públicos o privados) fuera del sistema descrito, sean éstos partidos, corporaciones, empresas, fundaciones, entidades extranjeras o cualquier otro. Lo cual deberá ser obligación por ley.

La utilidad social de los Medios Comunitarios

El Estado Mexicano podría contemplar Leyes y Políticas Públicas que promuevan, den sustentabilidad y establezcan condiciones de operación para Radios Comunitarias, Televisoras Comunitarias y Redes Sociales (propriadamente dicho, Socio-Digitales) Comunitarias Interconectadas entre sí, con sueldos de acuerdo a la media del ingreso de los trabajadores locales, equipamiento e infraestructuras propias, instalaciones dignas y seguras, espacios adecuados para la grabación, edición, diseño y la participación activa de sus comunidades. Es necesario que la ley reconozca su rol fundamental como espacios oferentes de educación continua en la crítica a los medios y en las propuestas de expresión de narrativas y relatos propios plasmados en múltiples soportes y formatos, expresiones en ejercicio de la lingüística y la semiótica, así como para la producción colectiva de contenidos con virtudes éticas y estéticas urgentes para lograr la Paz.

Los Medios de Comunicación Comunitarios contribuyen a la formación de personas comunicadoras, y podrían hacerlo aún en mayor medida para que éstas sepan utilizar todo el potencial de las herramientas y recursos (literarios, materiales e inmateriales) de que disponen y sepan diferenciar las herramientas que les hacen dependientes o que tienen vicios ocultos, de aquellas que abonan al desarrollo personal y local.

Con una visión integral de esos proyectos de comunicación, considerando la relevancia que tienen al ser éstos síntesis de una necesidad de expresión de inspiración colectiva comunal y barrial, pueden y en mi opinión deben jugar un rol trascendente en la evolución de los medios y de la comunicación en el país. Por ello insisto en su proyección como espacios con la infraestructura adecuada no sólo para ser productores y emisores de contenidos, también para socializar la operación y gestión de las Redes Socio-Digitales Comunitarias Interconectadas, como centros de lectura con sus propias Bibliotecas Comunitarias y Cine-Clubes para la apreciación crítica y debate de la cinematografía, con talleres para consultar y profundizar el conocimiento y el desarrollo de habilidades en el uso de tecnologías comunes -prioritariamente dirigidos a personas adultas y adultas mayores- o novedosas como la que pronto será omnipresente Inteligencia Artificial.





6to Congreso Nacional de Radios Comunitarias: Expresiones Latinoamericanas y del Caribe 2025

La Facultad de Ciencias de la Comunicación y el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Puebla
otorgan la presente:

CONSTANCIA

A: Enrique Rosas Quezada

Por haber participado con la ponencia:

“Financiamiento popular a las Radios Comunitarias en el marco de la 4a Transformación en México”

En el marco del **6to Congreso Nacional de Radios Comunitarias: Expresiones Latinoamericanas y del Caribe**

realizado el 6 y 7 de noviembre de 2025.

Dra. Celina Peña Guzmán
Secretaria SECIHTI

Puebla, México, a 7 de noviembre de 2025

Dra. Angélica Mendieta Ramírez
Presidenta del Congreso



Facultad de Ciencias
de la Comunicación



Parlamento Comunitario de los
Derechos de la Naturaleza
Agua, tierra, minerales, bosques, alimentos, flora, fauna y lo humano.