FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Tesis de Doctorado en Comunicación

FOMECA: *un antes y un después*.
Evaluación de diez años de una política pública de comunicación audiovisual de fomento a (y desde) los medios comunitarios en Argentina (2013-2023)

Autor: Diego Martín Jaimes

Directora: Mg. Claudia Villamayor

Codirector: Dr. Darío Martínez

Presentada el 13 de diciembre de 2024

Aprobada el 21 de mayo de 2025

Jurados:

Dra. Liliana Lizondo

Dr. Leonardo González

Dr. Darío Artiguenave

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

Introducción

1.1 Resumen..... 6

1.2 Objetivo General..... 10

1.3 Objetivos Específicos 11

1.4 Justificación del tema 12

CAPÍTULO 2

PERSPECTIVA EPISTEMOLÓGICA

2.1 La trama *radio, comunicación, ciencias sociales* 20

2.2 La búsqueda de un objeto de conocimiento 22

2.3 Investigación participante 25

2.4 Enfoques metodológicos combinados 28

2.5 Las técnicas y métodos 34

CAPÍTULO 3

PERSPECTIVA TEÓRICA

3.1 Antecedentes: la construcción de un campo en el diálogo entre prácticas y teorías 37

3.1.1 Abordajes de experiencias como emergentes históricos 41

3.1.2 A la búsqueda de definiciones conceptuales 46

3.1.3 Los diagnósticos 52

3.1.4 La lucha por la legalidad y su aplicación 56

3.2 Perspectiva teórica: conceptos clave en la trama sociohistórica 65

3.2.1 Años sesenta y setenta: los inicios de la teoría crítica de la comunicación en Latinoamérica 67

3.2.2 La comunicación entre el Desarrollo y la Dependencia 80

3.2.3 Las políticas nacionales de comunicación 92

3.2.4 La comunicación popular 104

3.2.5 Los núcleos conceptuales y su vinculación con los diversos modelos para definir a los medios sin fines de lucro: lo alternativo, lo popular, lo educativo, lo comunitario ……..… 114
3.3 Categorías de análisis
3.3.1 Proyecto Político Comunicativo (PPC) ……..……..…... 124
3.3.2 Dimensión de la Sostenibilidad ……..…..……..…...125
3.3.2.1 Sostenibilidad económica ……..…..……..…… 134
3.3.2.2 Sostenibilidad social ……..……..……..…..…… 142
3.3.2.3 Sostenibilidad organizacional ……..…..……..…… 146
3.3.2.4 Dimensión de la Construcción de Sentidos ……..…... 157
3.3.2.5 Dimensión de la Estética ….……..…..……..…... 161

CAPÍTULO 4

UNIDADES DE ANÁLISIS

FARCO y FOMECA. Los escenarios políticos e institucionales de despliegue del Programa
4.1 Caracterización del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) ……..……..…..……..…...164
4.2 Caracterización del Fondo de Fomento Concursable (FOMECA) ……..……..…..……..…… 187
4.2.1 Primera etapa: surgimiento e implementación (2013-2015) ……..……..…..……..…... 192
4.2.2 Segunda etapa: retroceso y discontinuidad (2016-2019) ……..…… 214
4.2.3 Tercera etapa: reconstrucción, pandemia y post pandemia (2020-2023) ……..……..…..……..…... 219
4.2.4 Los indicadores cuantitativos de una década de FOMECA ……..…… 227
4.2.5 El Programa sobre el final del período estudiado ……. 235

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS

5.1 Introducción 236
5.2 Etapa exploratoria y descriptiva 236
5.3 Etapa de indagación en profundidad 248
5.3.1 Sostenibilidad económica 249
5.3.2 Sostenibilidad organizativa 286
5.3.3 Sostenibilidad social 290
5.3.4 Incidencia 298
5.3.5 Construcción de sentidos 304
5.3.6 Estética 309
5.3.7 Caracterización del rol del Estado por parte de las radios comunitarias 310
5.3.8 Problemas y dificultades detectadas 332
5.3.9 Aportes para futuras convocatorias 340

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES

6.1 Principales hallazgos 345
6.2 Desafíos de la política pública 355

BIBLIOGRAFÍA 362

ANEXOS

a. Listado de socias por localidad, provincia y región ... 382
b. Mapa de socias de FARCO 387
c. Instrumento de entrevista estructurada 389
d. Instrumentos de entrevista semiestructurada 392
e. Grillas de Sistematización de Datos 395
f. Detalle de radios y personas entrevistadas 396
g. Agradecimientos 398

Para quienes hacen radio (...)
la investigación tiene sentido cuando dice algo que tiene que ver directa e inmediatamente con su práctica.

María Cristina Mata (1995)

Es necesario también ir reconociendo a la comunicación como un derecho y apelar a un sistema de medios plural, que pueda haber diversidad de voces, que haya distintos pensamientos, que la propia ciudadanía pueda escuchar varios medios. Creo que a partir de ahí se fortalece también la democracia

Jorge Boido, VIllanos Radio

El análisis situacional supone siempre una lectura desde la comunicación, en tanto los/as distintos actores/as construyen interpretaciones –es decir, sentidos– sobre los problemas que son objeto de intervención. Esos sentidos se producen y circulan colectivamente y orientan las prácticas sociales que también construyen significados.

Flavia Demonte, Andrea Iotti (2017)

Fomeca fue un golazo

Juan Pablo Gavazza, Radio Kermés

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Resumen

Este trabajo de investigación se propone evaluar los alcances de la principal política pública de fomento para los medios de comunicación audiovisual del sector sin fines de lucro en Argentina -el FOMECA- en el período que va desde 2013 a 2023, a partir de los sentidos construidos por los actores participantes. Indagamos de manera cualitativa en las percepciones de referentes de todo el país asociadas a FARCO (el Foro Argentino de Radios Comunitarias) para conocer su visión sobre la incidencia en sus prácticas radiofónicas de la aplicación del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, implementado desde la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual/AFSCA (2013-2015) y el Ente Nacional de Comunicaciones / ENACOM (2016 en adelante) en el marco de la Ley 26.522. Asimismo, buscamos analizar los sentidos construidos por quienes fueron impulsores de esta política desde el nivel estatal.

En el Capítulo 1 se presentan los objetivos centrales de la tesis, que operan como orientación del marco teórico, metodológico y del propio análisis a partir del trabajo de campo realizado. En el capítulo 2 nos referimos a la perspectiva epistemológica de esta investigación. Reflexionamos allí sobre la relación entre la investigación en radio, como parte de las prácticas populares, comunitarias, alternativas y educativas, en el marco de un enfoque comunicacional inscripto en las ciencias sociales. Daremos cuenta de las razones que nos llevaron a la construcción

de nuestro objeto de estudio, como así también de la centralidad de la perspectiva cualitativa y su combinación con el enfoque cuantitativo. Explicitamos aquí las matrices de datos que construimos para interpretar el problema y sus interrogantes.

En el capítulo 3 desarrollamos nuestra perspectiva teórica, destacando en primer lugar una serie de antecedentes en materia de investigación sobre los medios comunitarios, especialmente enfocándonos en aspectos como la gestión, la sostenibilidad, el financiamiento y la relación con el Estado. Luego abordamos cuatro ejes clave de nuestro enfoque conceptual: los aportes del pensamiento comunicacional argentino y latinoamericano surgido en los años sesenta y setenta; los aportes críticos que se producen en el marco de las discusiones entre la teoría del desarrollo y de la dependencia; los elementos de análisis e intervención que surgen de los debates internacionales en el campo de la comunicación; y el desarrollo conceptual que se origina en las prácticas latinoamericanas de comunicación popular, comunitaria, alternativa y educativa. Ahondamos allí también en la definición de las categorías de análisis del trabajo, tales como la estética, la incidencia, la construcción de sentidos, y la sostenibilidad de los medios comunitarios.

En el Capítulo 4 definimos las unidades de análisis: en primer lugar a la red FARCO, a partir de una caracterización de su historia, su situación actual, su composición federal, localización, áreas de trabajo y modo de funcionamiento. En un segundo momento realizamos una descripción del programa FOMECA en perspectiva histórica, diferenciando sus distintos períodos, sus distintas Líneas de financiamiento, los contextos políticos en los que se inscribió, a partir de la documentación disponible y los propios responsables de la política pública.

El capítulo 5 se dedica estrictamente al análisis de las prácticas, a partir de los objetivos planteados y sus diferentes dimensiones. Establecemos allí un análisis comparativo de los resultados obtenidos en la aplicación de las técnicas cuantitativas y cualitativas, buscando regularidades que nos acerquen a algunas respuestas, como así también a nuevas preguntas y formulaciones. La particularidad de este apartado es que se construyó a partir de las percepciones de las organizaciones destinatarias del Programa FOMECA, con el recorte definido para este estudio: las radios comunitarias socias de FARCO. El capítulo 6 está en relación directa con el anterior, ya que se detallan los hallazgos, se elaboran conclusiones, y se proponen desafíos a futuro.

Summary

This research aims to evaluate the scope of the main public policy for the promotion of audiovisual media in the non-profit sector in Argentina -FOMECA- in the period from 2013 to 2023, based on the meanings constructed by the participating actors. We qualitatively investigate the perceptions of representatives from all over the country associated with FARCO (the Argentine Forum of Community Radios) to learn about their vision on the impact on their radio practices of the application of the Competitive Fund for the Promotion of Audiovisual Media, implemented by the Federal Authority of Audiovisual Communication Services / AFSCA (2013-2015) and the National Communications Entity / ENACOM (2016 onwards) within the framework of Law 26,522. Likewise, we will seek to analyze the meanings

constructed by those who were the promoters of this policy from the state level. Chapter 1 presents the central objectives of the thesis, which serve as a guide for the theoretical and methodological framework and for the analysis itself based on the field work carried out. In Chapter 2, we refer to the epistemological perspective of this research. We reflect there on the relationship between radio research, as part of popular, community, alternative and educational practices, within the framework of a communicational approach inscribed in the social sciences. We will explain the reasons that led us to the construction of our object of study, as well as the centrality of the qualitative perspective and its combination with the quantitative approach. Here we explain the data matrices that we constructed to interpret the problem and its questions.

In Chapter 3, we develop our theoretical perspective, highlighting first of all a series of antecedents in the field of research on community media, especially focusing on aspects such as management, sustainability, financing and the relationship with the State. We then address four key axes of our conceptual approach: the contributions of Argentine and Latin American communication thinking that emerged in the 1960s and 1970s; the critical contributions that are produced within the framework of the discussions between development theory and dependency theory; the elements of analysis and intervention that arise from international debates in the field of communication; and the conceptual development that originates in Latin American practices of popular, community, alternative and educational communication. We also delve into the definition of the categories of analysis of the work, such as aesthetics, impact, construction of meaning, and the sustainability of community media.

In Chapter 4 we define the units of analysis: first, the FARCO network, based on a characterization of its history, its current situation, its federal composition, location, work areas and mode of operation. In a second stage, we describe the FOMECA program in historical perspective, differentiating its different periods, its different lines of financing, the political contexts in which it was registered, based on the available documentation and the people responsible for the public policy.

Chapter 5 is strictly dedicated to the analysis of practices, based on the objectives set and their different dimensions. We establish a comparative analysis of the results obtained in the application of quantitative and qualitative techniques, looking for regularities that bring us closer to some answers, as well as to new questions and formulations. The particularity of this section is that it was built from the perceptions of the organizations that are recipients of the FOMECA Program, with the cut-off defined for this study: the community radio stations that are members of FARCO. Chapter 6 is directly related to the previous one, since the findings are detailed, conclusions are drawn, and future challenges are proposed.

1.2 Objetivo General

Esta tesis se propone analizar las transformaciones producidas en las prácticas radiofónicas de las emisoras asociadas al Foro Argentino de Radios Comunitarias a partir de la implementación del Fondo de Fomento para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA) en el período 2013-2023, a fin de identificar qué factores han sido relevantes y decisivos para el fortalecimiento del sector.

1.3 Objetivos Específicos

- Conocer la valoración de las asociadas a FARCO sobre los aportes y transformaciones que produjo el Fondo de Fomento en materia de gestión y sostenibilidad social, económica y organizativa de sus emisoras.

- Dar cuenta de la mirada de las asociadas a FARCO sobre las transformaciones que se produjeron en sus capacidades para la construcción de nuevos sentidos, a partir de nuevas estéticas y contenidos que permitan generar cambios en la relación con sus audiencias.

- Reconocer las perspectivas teóricas y políticas presentes en los discursos de las radios comunitarias argentinas acerca del rol del Estado y de las políticas públicas de comunicación referidas al sector sin fines de lucro, como así también del aporte sectorial para el desarrollo de las mismas.

- Vincular las percepciones de las asociadas a FARCO con la caracterización que realizan las personas que han estado a cargo de su gestión desde el nivel de la política pública estatal sobre el Fondo de Fomento y su efecto en las prácticas de los medios comunitarios.

- Identificar cuáles han sido los factores relevantes de la relación entre el Programa FOMECA y las radios asociadas a FARCO que han sido claves para

el fortalecimiento de sus proyectos político comunicativos, como así también aquellos que pueden resultar problemáticos.

1.4 Justificación del tema

Las radios comunitarias y populares argentinas -aquellas gestionadas por entidades sin fines de lucro como asociaciones civiles, cooperativas, mutuales, fundaciones, sindicatos, etc.- cuentan con un recorrido histórico de más de tres décadas en nuestro país[1], en el cual han partido de una situación objetiva de marginalidad respecto del Estado para luego obtener un reconocimiento vinculado no solamente con los aspectos legales -lucha central en sus prácticas- sino también con la posibilidad de obtener un financiamiento importante desde las políticas públicas. Es así que una lucha histórica por su inclusión plena en el marco normativo de la comunicación (véase Rodríguez Esperón, 1995; Mata, 2010; Busso y Jaimes, 2011; Gerbaldo, 2014; Kejval, 2015; Segura y Weckesser, 2016, entre otros) se acopló en una nueva etapa con la demanda por la sostenibilidad de los medios y la disputa por las audiencias. Hablamos de sostenibilidad como concepto teórico y político que involucra no solamente la *sustentabilidad económico-financiera* sino también al conjunto de relaciones con otros actores sociales (dimensión social) y la necesaria organización de las voluntades humanas para llevar adelante un conjunto de prácticas de comunicación en forma cotidiana (dimensión organizacional), para lograr incidencia en sus territorios y una presencia relevante en la agenda pública. En

[1] Autores como Giordano (1991) reconocen experiencias desde los albores de la democracia. De las experiencias que continúan hasta el presente, podemos mencionar a FM En Tránsito (Castelar, provincia de Buenos Aires) que inició sus transmisiones en 1987, a FM Aire Libre (Rosario) surgida en 1988, y Radio Sur (Córdoba) el mismo año.

definitiva, para ser relevantes y significativas en un contexto mediático cada vez más competitivo.

La dimensión legal y la sostenibilidad son dos aspectos que constituyen el núcleo de cuestiones que dan forma a un vínculo complejo, dinámico: el de los medios de comunicación con el Estado; el de las organizaciones sin fines de lucro en su relación con las políticas públicas. Dos tipos de actor social de naturaleza diferente, que en el contexto histórico que analizamos se potencian para alcanzar un objetivo estratégico: democratizar la comunicación. Y hacerlo en sociedades como la argentina, parte de América latina, que cuenta entre sus rasgos característicos la existencia de una fuerte concentración mediática, a partir de un sistema en el cual el "negocio" radiofónico se ha sustentado históricamente a partir de la publicidad comercial. Donde el Estado asumió desde sus inicios un rol netamente subsidiario: brindando servicios sólo en aquellas zonas geográficas donde la rentabilidad fuera mínima o nula. Este mecanismo histórico de exclusión -por el tipo de sistema mediático, y a la vez por su condición de actor no lucrativo- es el que los medios radiofónicos comunitarios decidieron combatir con fuerza desde sus inicios, pero con mayor impulso en la década analizada. Lo hicieron con un marco legal favorable expresado en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), sancionada el 10 de octubre de 2009. Según hemos podido relevar, los estudios realizados hasta 2015 sobre las radios comunitarias en Argentina se habían enfocado centralmente en las luchas por la legalidad del sector, mientras que la investigación sobre su sostenibilidad comenzó a plantearse en los años sucesivos[2]. Probablemente, esta

[2] Como puede referenciarse en Iglesias (2015), Segura y Weckesser (2016) Godinez Galay (2017) y Silva Cantoni (2021), entre otros (ampliaremos este punto en los Antecedentes). Cabe aclarar, sin embargo, que el tema de la gestión y la sostenibilidad ya era tema en las redes latinoamericanas desde los años noventa.

incipiente zona de investigación ha sido consecuencia de la puesta en marcha del programa FOMECA.

Un dato no menor para determinar la relevancia de este estudio que quisiéramos subrayar especialmente es el contexto histórico, político y social -no sólo nacional sino regional- en el cual surgió la política pública de fomento analizada. Mediante una resignificación política del rol del Estado, otrora garante de los negocios de los privados -reforma neoliberal mediante, con sus privatizaciones de radios y canales de televisión a fines de los años ochenta y durante los noventa (Com, 2005; Baranchuk, 2005; Rossi, 2005; Albornoz y Hernández, 2005) la primera década del nuevo siglo llegó en el continente con la presencia de conflictos sociales entre gobiernos de corte progresista, asumiendo la representación de mayorías con voluntad de recuperar derechos perdidos en las décadas anteriores -salud, educación, trabajo, comunicación, cultura, relegados a mercancías- en contraposición con factores de poder económico que habían logrado expandirse vertical y horizontalmente desde la prensa escrita hacia la radio y la televisión por cable, acelerando su presencia en el emergente negocio de la telefonía móvil, internet y las telecomunicaciones en general, campo donde la rentabilidad comenzó a significar grandes diferencias respecto a los soportes tradicionales. Como señala Rossi:

> "En Argentina, la histórica inequidad en el acceso a los servicios audiovisuales y de telecomunicaciones se debió a su estructura demográfica fuertemente urbana y concentrada, al despliegue del sistema de medios e infraestructuras sin criterios federales ni de servicio público, con una débil planificación estatal, así como a una escasa cantidad de prestadores" (2020, p.3).

En este escenario surgieron iniciativas de reforma en las leyes y políticas de comunicación, que en Argentina cobraron potencia desde el año 2004 a partir de la presentación en sociedad de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, que diseñó por consenso *21 Puntos* para orientar la redacción de una nueva normativa. Países como Uruguay, Bolivia, Ecuador y Venezuela (De Moraes, 2011) también incluyeron entre sus agendas gubernamentales la necesidad de crear regulaciones que pusieran límites a la concentración mediática y abrieran el espectro radioeléctrico a nuevos actores sociales, como los sin fines de lucro. Pero solamente en Argentina se plasmó con claridad una propuesta concreta para fomentar económicamente a estos sectores.

Es así que en el texto de la LSCA se logró incorporar el mecanismo de financiamiento que se conoce a partir de 2013 como FOMECA. Este Fondo destina el 10% de todo lo recaudado en impuestos por la autoridad de aplicación -inicialmente la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), actualmente Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)[3]- a proyectos subsidiables cuyos destinatarios principales son las radios y canales de televisión del sector sin fines de lucro y de comunidades de pueblos originarios. Se financia también a organizaciones sociales cuyo objeto social se vincula con los servicios de comunicación audiovisual -aunque no sean titulares de un medio- bajo la modalidad de *productoras*. Si bien no es la única política pública destinada a medios de de estas características -encontramos otras como el Programa Nacional Puntos de

[3] La AFSCA funcionó desde octubre de 2009 -bajo el marco de la LSCA- hasta diciembre de 2015, en el que fue reemplazada por el Decreto 267, dictado por el presidente Mauricio Macri apenas iniciada su gestión. Se creó entonces el ENACOM, que fusionó el organismo mencionado con la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación (AFTIC), de carácter más técnico. Esta estructura gubernamental se mantuvo sin modificaciones hasta el final del período analizado (diciembre de 2023).

Cultura, acciones de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares, del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), o de la Secretaría de Medios Públicos de la Nación, por mencionar algunas- es la línea de financiamiento de mayor volumen de inversión para el sector, se inscribe en una normativa específica y es ejecutada por la autoridad principal en el campo comunicacional. Como veremos aquí, a partir de las percepciones de los propios actores sociales, es la principal política de comunicación que concierne a los medios del sector sin fines de lucro. Dado el nivel de financiamiento, la continuidad a través del tiempo -una década- y la diversidad de líneas que ofrece -equipamiento e infraestructura, producción de contenidos, gestión, formación, entre otras- se constituye como un dispositivo estatal indispensable para el desarrollo de este tipo de prácticas de comunicación en el escenario argentino de los últimos diez años.

El argumento central de este trabajo es que el FOMECA, como la principal política de apoyo a la sostenibilidad de los medios de comunicación sin fines de lucro, constituye un antes y un después en el desarrollo histórico del sector. Se configura además como un dispositivo inédito de construcción conjunta entre el Estado y las organizaciones, aunque presentando matices, tensiones y conflictos en sus diversas etapas de aplicación.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad -tema de interés central de este trabajo-, que abarca no solamente la cuestión económica sino un concepto mucho más abarcativo -las prácticas comunicativas y de construcción de sentidos, la organización del equipo de trabajo, las relaciones con otros actores sociales, los modos estéticos y de configuración de los lenguajes- encontramos que distintas redes y espacios de articulación que agrupan a radios comunitarias y populares a

nivel nacional y latinoamericano, como el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER), y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), han desarrollado sus propias metodologías de planificación y gestión de procesos de comunicación. Como puede verse en diversos materiales (Villamayor y Lamas, 1999; ALER, 2007; Gerbaldo, 2010; Fossaroli, 2023); éstas han sido construidas, en todos los casos, desde los propios actores sociales, y llevadas a la práctica al menos desde fines de la década de los noventa y hasta la actualidad. Estas estrategias han sido retomadas con posterioridad y en paralelo por diversas políticas estatales -como FOMECA- y muchos gestores de las mismas han participado en ambos tipos de construcción. Es decir que la aparente frontera existente entre sociedad civil y Estado, al menos en el campo de las políticas públicas de comunicación, resulta muy permeable.

Este cruce es el que nos interesa enfocar en este trabajo: el encuentro entre las trayectorias previas de las radios comunitarias y populares y la dinámica de las políticas públicas estatales, en un contexto singular, que es el de la recuperación del rol del Estado como vector central de lo político, en un marco de disputa nacional pero también continental. Allí, en diversos países latinoamericanos y a partir de la emergencia de gobiernos de corte popular, cuestionadores del neoliberalismo de la década de los noventa, se pusieron en marcha políticas de comunicación que pugnaron por desarticular la concentración mediática reinante e impulsar prácticas de comunicación que pudieran democratizar la palabra en el espacio público mediático.

Al momento que se escribe este texto, el FOMECA ya ha transcurrido diez años de existencia, lo cual puede ser una buena excusa para una evaluación crítica, no tanto desde un punto de vista cuantitativo -el volumen de la inversión presupuestaria[4]- sino especialmente desde lo cualitativo, para intentar responder a los siguientes interrogantes -centrales en esta investigación-:

- ¿Cómo se han modificado las prácticas radiofónicas comunitarias y populares a partir de la implementación de esta política?
- ¿Cuánto han mejorado las infraestructuras tecnológicas de estos proyectos que intentan responder a las demandas comunicacionales de los sectores populares, las organizaciones y movimientos sociales que luchan por cambios en favor de las mayorías?
- ¿Cómo se ha fortalecido su capacidad comunicativa, de producción de contenidos periodísticos, de nuevas narrativas y nuevas estéticas?
- ¿Cómo ha influenciado la participación en estas políticas en los modos de gestión interna, de administración, de sostenibilidad a mediano y largo plazo?
- ¿Cómo perciben sus referentes y protagonistas los efectos de estos cambios?

A lo que podríamos sumar a partir de este trabajo en particular:

- ¿Qué tipo de configuración estatal generó las condiciones para estas prácticas?

[4] Informes de este tipo pueden consultarse en https://www.enacom.gob.ar/informes-de-gestion_p3218 y se comentarán en el transcurso de este trabajo.

- ¿Cómo se construyó la relación entre el Estado y los medios sin fines de lucro previamente y durante la implementación del FOMECA?

Consideramos que para el espacio académico de la comunicación resulta de interés la reflexión y análisis de las radios comunitarias y populares como así también la sistematización de sus prácticas, aunque consideramos que su relación con las políticas públicas estatales no ha sido tomada suficientemente en cuenta hasta ahora. Dar cuenta de ese vínculo implica poner en juego una estrategia metodológica que pueda tomar como punto de partida una mirada desde el derecho a la comunicación, atravesada por los significados de la comunicación comunitaria, popular, alternativa, educativa, participativa, los diversos modelos de Estado y políticas públicas, y los enfoques construidos acerca de los procesos de gestión. Y así analizar qué valoraciones tienen quienes llevan adelante la gestión de radios comunitarias acerca de las mejoras, transformaciones, tensiones, problemas, conflictos, cuando se logra, durante un período de tiempo determinado, obtener financiamiento clave para desplegar las distintas tareas y acciones que implica sostener un medio de comunicación cotidianamente. Ideas que serán relevadas a partir de la implementación de entrevistas en profundidad, análisis documental y técnicas de discusión grupal.

CAPÍTULO 2.

PERSPECTIVA EPISTEMOLÓGICA

2.1 La trama *radio, comunicación, ciencias sociales*

Para iniciar este capítulo quisiéramos recuperar tres afirmaciones del intelectual mexicano Jorge González[5]:

1. Investigar es buscar organizadamente respuestas, explicaciones o soluciones a problemas que surgen en una determinada práctica o proceso de conocimiento.
2. Investigar es identificar o formular problemas de conocimiento y buscar metódicamente respuestas a ellos.
3. Investigar es asumir un determinado punto de vista acerca de la realidad y el modo adecuado de conocerla y explicarla. Desde allí formularse preguntas y buscar metódicamente respuestas que resulten aceptables para el punto de vista que se asume.

Como venimos señalando desde el inicio de este trabajo, investigamos la relación entre las políticas públicas de comunicación para el sector sin fines de lucro y las prácticas de los propios actores sociales, intentando buscar respuestas respecto de los cambios que ha generado una política en particular: el Programa

[5] Citado en Mata (1995, p. 203).

FOMECA, y cuáles han sido los factores decisivos para la implementación exitosa del programa en relación al fortalecimiento del sector. Consideramos que estas respuestas no pueden estar solamente asociadas al volumen de inversión del Programa a lo largo de sus diez años de existencia (2013-2023) si no que nos situamos frente a las transformaciones en las prácticas de las emisoras: las mejoras en las condiciones de equipamiento e infraestructura para una mejor calidad de las transmisiones; el desarrollo de mejores bases de sustentación económicas y financieras; los cambios en la calidad de las producciones periodísticas e informativas en relación con sus audiencias y contextos locales; la creación de mayores condiciones para incidir en la agenda pública; o el fortalecimiento de su capacidad de instalar temas de interés y lograr cambios a nivel de las políticas públicas vinculadas a las organizaciones y movimientos sociales. Indagar de qué modo se han transformado estas prácticas, y cómo el Programa FOMECA ha incidido en éstas, constituye nuestro problema central. Para abordarlo hemos implementado técnicas y herramientas del enfoque cualitativo y el cuantitativo -con mayor acento en el primero- desde una lógica de investigación participante. Nuestros métodos de análisis de la información son de corte interpretativo, a partir de la construcción de matrices de datos junto a su visualización y descripción.

Nuestro posicionamiento puede expresarse en diversas capas o niveles articulados y complementarios, que podríamos sintetizar en la secuencia *radio // comunicación popular, comunitaria, alternativa y educativa /// ciencias de la comunicación /// ciencias sociales*.

Radio	Comunicación popular, alternativa, comunitaria, educativa
Ciencias de la Comunicación	Ciencias Sociales

Como señala Mata: “Las distintas concepciones de la radio forman parte de diversas teorías o modos de comprender la comunicación y los medios masivos. Son esas teorías las que orientan los distintos modos de estudiar la radio” (1995, p. 32). Investigamos (en) radios en tanto prácticas productoras de sentido; que realizan su acción en el marco de estrategias de comunicación popular, comunitaria, alternativa y educativa, entendidas como acciones diferentes a las comerciales/privadas y a las públicas/estatales; esta producción de sentido siempre es relacional: se inscribe en un contexto histórico, atravesado por múltiples dimensiones -sociales, culturales, políticas, económicas- en el cual las propuestas radiofónicas se vinculan y dialogan con sus audiencias, intentando posicionarse y ser relevantes. Para comprender e interpretar las prácticas radiofónicas retomamos diversas herramientas: conceptos, técnicas y métodos que son parte del campo de las ciencias de la comunicación -que a su vez es transdisciplinar, ya que se nutre de otros saberes como los que tienen origen en la sociología, la antropología o la ciencia política-, y se ubica en un escenario aún mayor, que ofrece una gran riqueza epistemológica, que es el de la investigación en ciencias sociales.

2.2 La búsqueda de un objeto de conocimiento

Como parte de las ciencias sociales, el campo de la comunicación cuenta con una especificidad desde el punto de vista de su(s) objeto(s) de estudio, relacionados con

las prácticas de producción e intercambio simbólico que se manifiestan en el espacio público, y que en nuestro caso particular se vinculan además con políticas públicas concretas que se proponen fortalecer determinado tipo de organizaciones y de medios. Si estas políticas han logrado su cometido, en qué aspectos, con qué dificultades, matices, obstáculos, y cuáles han sido los factores clave para lograrlo, lo expondremos en el presente trabajo.

Consideramos clave aquí lo que Portugal Bernedo (2014) denomina la "ruptura epistemológica" del pensamiento comunicacional latinoamericano. El autor se basa en autores como Fuentes Navarro, Orozco Gómez, Marques de Melo y Beltrán, para señalar que en los años setenta se produce el quiebre del paradigma norteamericano de la comunicación con su enfoque funcionalista y tecnicista, y que la expansión hacia una dimensión con acento en lo sociocultural con identidad latinoamericana complejizó y enriqueció el campo. Y lo hizo no solo desde lo "interno" sino con un objetivo político muy claro: superar la dependencia del pensamiento científico hegemónico. Así lo sostiene Marques de Melo (2007):

> "La afirmación de la mirada latinoamericana, reivindicando la identidad sociocultural de los estudios e investigaciones que hace medio siglo están en proceso de desarrollo en nuestra mega región, corresponde al propósito de enfrentar el tradicional complejo del colonizado. Reflejando un tipo de dependencia congénita, esa distorsión de personalidad respalda la producción de marcos teóricos generados en ecologías que están distanciadas de nuestros modos de ser, pensar y actuar". (p.16-17).

La perspectiva comunicacional *popular, comunitaria, educativa y alternativa* que asumimos en esta investigación forma parte de una mirada contextual, con énfasis en lo histórico y lo político cultural, que supera todo tecnicismo. Es por eso que nos invita a incorporar una perspectiva dialógica no solamente a nivel de las

intervenciones en territorio -la comunicación entendida como una relación-, sino también en nuestros procesos de investigación. Así lo señala Jorge Huergo:

> "Si trabajamos en procesos comunicacionales, necesitamos considerar al otro como un interlocutor (alguien que no es mero "destinatario" de nuestras propuestas, sino alguien que es capaz de pronunciar su palabra y de comunicarse de diferentes modos). Necesitamos conocerlo sistemáticamente, metódicamente". (s/f, p. 5)

El enfoque de la educación popular heredero de la tradición freireana[6] nos convoca a "reconocer el universo vocabular" de los sujetos, es decir, la configuración del lenguaje mediante el cual construyen su mundo simbólico, a partir de coordenadas sociales y culturales, aquellas personas y organizaciones cuyas prácticas nos proponemos investigar. Esto necesariamente se vincula con nuestra mirada epistemológica, ya que debemos hacer confluir nuestro propio universo con el suyo. ¿Para qué? Para intentar comprender la lógica de sus prácticas. Agrega Huergo que en el campo de la teoría social "ha ascendido la noción de *Verstehen* (que quiere decir: "comprensión del significado" de los procesos, las prácticas, los sujetos, los lenguajes, las representaciones sociales)" mientras que "ha descendido la noción de *Erklaren* (que significa: explicación de los fenómenos o procesos sociales en función de leyes causales, es decir: de la relación causa-efecto)" (*ibid*.). Este proceso de comprensión implica interpretar los sentidos que los actores sociales dan a sus prácticas, junto con "los procesos, las relaciones, los sujetos y las representaciones sociales". Allí nos ubicamos para desplegar nuestro trabajo de

[6] Nos referimos a la pedagogía desarrollada por el educador brasileño Paulo Freire desde los años sesenta, de gran influencia en toda América latina y el mundo, a partir de obras como *La educación como práctica de la libertad* (1967), *Pedagogía del Oprimido* (1970), o *¿Extensión o comunicación? (1973)*. En esta última desarrolla con mayor profundidad conceptos del campo comunicacional basados en los estudios lingüísticos.

investigación, desde una mirada hermenéutica. Este enfoque se complementa con una clave crítica, ya que dichos procesos remiten a problemas, procesos y prácticas que se producen "en determinadas condiciones y contextos, ya que sin su consideración sería imposible comprenderlos" (p. 6): una perspectiva socio histórica que puede reconocerse a lo largo de todo el trabajo.

Indagamos en el sentido de un conjunto de prácticas radiofónicas comunitarias, desde una perspectiva multidimensional, basándonos en una mirada relacional de la comunicación que sigue la huella de la comunicación latinoamericana:

> "Cuando hablamos de la radio, no la comprendemos solamente como un instrumento de difusión, como un conjunto de estímulos que quieren conseguir determinados efectos, como si se tratara de una vacuna que se aplica, o de una pastilla que nos quita el dolor de cabeza. Hablamos de un medio que permite construir diversas relaciones comunicativas. (Alfaro, en Mata, 1995, p. 32)

Pensar a la radio en tanto *relación comunicativa* implica visualizar la relación entre la oferta de las emisoras, sus contextos y sus audiencias, pero también con las organizaciones, las autoridades, los actores sociales, las políticas, y los propios contextos internos o institucionales. "No hay radio sin interlocutores, no hay radio sin propuestas de sentido, no hay radio sin vínculos entre personas y modos de pensar, no hay radio en el vacío" señala Mata (p. 80) y es en esa dimensión de práctica social que nos situamos para, desde allí, profundizar en el conocimiento de sus prácticas. Consideramos esta investigación en comunicación como un aporte a las prácticas de producción de conocimiento de las propias emisoras, desde lo singular y desde su dimensión de red, aportando insumos para su fortalecimiento.

2.3 Investigación participante

Pensamos este trabajo como una *investigación participante*, ya que hemos establecido desde el comienzo un diálogo con las organizaciones que gestionan las emisoras y con la propia red FARCO, para poner en común, en primer lugar, las inquietudes que dan origen a la investigación[7]. En segundo lugar, para socializar las preguntas centrales y comprobar si son significativas para sus propias prácticas, es decir, si existe afinidad entre los interrogantes del trabajo y aquellos que se hacen los actores sociales para mejorar y revisar sus prácticas y estrategias. Nos preguntamos: *¿Qué sentido puede tener para las radios socias de FARCO analizar la influencia del Programa FOMECA en sus prácticas, si en alguna u otra medida eso es posible de comprobar internamente?* Una respuesta a esa pregunta puede ser la del análisis comparativo, es decir, reconocer los matices y rasgos distintivos de dicho "impacto" o "efecto" en unos proyectos y en otros. Incluso intentando determinar los distintos grados de desarrollo en materia de proyecto político comunicativo según las características de cada medio. *¿Incidió de igual manera en medios con mayor trayectoria que en los más nuevos? ¿FOMECA potenció proyectos que estaban "en ciernes" y acompañó su puesta en el aire? ¿Existen casos donde su aporte no fue realmente significativo?*

Existe otro nivel de "utilidad" en este estudio, que es el que se vincula con la *incomodidad* que le dio origen: no es posible evaluar el impacto de una política pública sólo por el volumen de la inversión económica realizada. Si bien este factor es importante, y está demostrado en los discursos de las propias radios como así

[7] Lo hemos hecho en reuniones institucionales de su Comisión Directiva, y a través de contactos personales con referentes de las diferentes emisoras.

también en los Informes elaborados por distintas gestiones del organismo de aplicación, hay una dimensión de orden cualitativo que no es de menor magnitud: ¿qué se ha transformado? ¿Qué se ha fortalecido? ¿Cuánto? ¿Cómo? También hemos articulado criterios, plazos y tiempos para la aplicación de las diferentes técnicas con los sujetos y organizaciones en estudio. Por último, hemos puesto en común los datos construidos, los resultados y los nuevos interrogantes, problemas y desafíos que se han presentado, como una forma de retroalimentación del proceso de investigación.

Como señala Mata, “Para quienes hacen radio (...) la investigación tiene sentido cuando dice algo que tiene que ver directa e inmediatamente con su práctica”. (p. 56) Cabe señalar también que la vinculación con la red FARCO no se produce solamente a partir de esta investigación, sino como parte de una práctica comunicativa más permanente, lo cual nos obliga a estar alertas a posibles problemas. Dice Huergo:

> “Por lo general, cuando estamos *sumergidos* en un trabajo cotidiano, cuando somos agentes de comunicación en una organización o institución, cuando coordinamos grupos, cuando somos miembros de una comunidad o participamos en una agrupación o un polo de identidad social o cultural, nos resulta difícil *tomar distancia* de lo que hacemos, del ambiente donde vivimos, de lo que somos. El construir un sistema de información, en el sentido de producir una investigación, puede contribuir a reconocer y reconocer-nos, a comprender mejor lo que ocurre, incluso a actuar en consecuencia. (p. 12)

Es así que, sin renunciar a la pretensión de construir nuevos saberes y conocimientos, entendemos que en tanto sujetos sociales estamos condicionados por el entorno y el contexto, y a la vez lo modificamos con nuestra intervención. Para evitar situaciones de “sesgo” en el marco de este vínculo con la organización-unidad

de análisis, propusimos construir un sistema de información lo más sólido, lógico, controlado y estructurado posible, que nos permitiera reconocer las posibles limitaciones de esta implicación. Creemos que a partir de la formulación de problemas que articulen nuestro marco teórico con las prácticas comunicativas que queremos analizar, a partir de la construcción de un objeto de conocimiento que las interrogue y busque respuestas a partir de la praxis dialéctica, desde una perspectiva crítica y a la vez hermenéutica, es posible lograr un resultado satisfactorio que aporte elementos nuevos al campo de investigación del que somos parte. Siendo conscientes de nuestra proximidad con las unidades de análisis y nuestro grupo-objeto, con honestidad intelectual, y articulando las dimensiones subjetivas y objetivas del proceso de conocimiento. Quizás podamos reflexionar un poco más allá: analizando percepciones y representaciones de los actores sociales, es posible que nuestras interpelaciones a la reflexión y al diálogo las modifiquen. Así, entenderemos que no son estáticas, ni fijas, sino que se resignifican en el proceso de diálogo que propone la investigación mediante la aplicación de sus técnicas, para ser enriquecidas.

Es así que las categorías de análisis que hemos construido se vinculan directamente con el modelo del Proyecto Político Comunicativo (PPC), que se describen con detalle en el marco teórico. Pensamos allí en radios no solamente como fenómenos mediáticos, sino como actores sociales y prácticas político culturales que producen conocimientos a partir de su práctica cotidiana de construcción de sentidos pero también a través de procesos de reflexión, análisis y producción de saberes en estrategias propias y construidas en red.

2.4 Enfoques metodológicos combinados

Consideramos que la investigación cualitativa constituye la perspectiva más adecuada para abordar este trabajo. Este enfoque tiene como premisa la interpretación de las prácticas sociales, tomando en cuenta los sentidos que los mismos actores atribuyen a las mismas en su dinámica social. Permite indagar en aspectos motivacionales de los sujetos, sus imaginarios, sus representaciones, mediante una aproximación al objeto de estudio en los escenarios a investigar. Sin embargo, no descartamos la utilización de una técnica específica que se enmarca en la perspectiva cuantitativa como es la entrevista estructurada, aunque cada técnica utilizada responde a objetivos diferentes. En este sentido, Vasilachis señala:

> "La investigación cualitativa se interesa por la vida de las personas, por sus perspectivas subjetivas, por sus historias, por sus comportamientos, por sus experiencias, por sus interacciones, por sus acciones, por sus sentidos, e interpreta a todos ellos de forma situada, es decir, ubicándolos en el contexto particular en el que tienen lugar. Trata de comprender dichos contextos y sus procesos y de explicarlos recurriendo a la causalidad local." (2006, p. 33)

Agrega la misma autora que "Las investigadoras e investigadores cualitativos se interesan por la manera en que la complejidad de las interacciones sociales se expresa en la vida cotidiana y por el significado que los autores atribuyen a esas interacciones". Marradi, Archenti y Piovani (2007), en tanto, mencionan la necesidad de complementar los métodos cualitativos y cuantitativos, como hemos hecho aquí, y señalan que: "1) Ambos métodos son igualmente válidos, aunque por sus características resultan recomendables en casos distintos y 2) ambos métodos no son incompatibles, hecho del que deriva la posibilidad de la integración siempre que esto repercuta en un mejor abordaje del tema en cuestión" (p. 44) . Lo mismo

sostiene Flick cuando afirma que “Cada método se basa en una comprensión específica de su objeto. Sin embargo, los métodos cualitativos no se pueden considerar independientemente del proceso de investigación y el problema en estudio. Están incrustados específicamente en el proceso de investigación y se comprenden y describen mejor utilizando una perspectiva de proceso” (2004, p. 15)

Pérez Serrano (1994:55) realiza una descripción precisa de la investigación cualitativa, cuando señala que ésta “consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, interacciones y comportamientos que son observables. Además, incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tales y como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe. Retomando a Taylor y Bogdam la autora sostiene que:

- La investigación cualitativa es inductiva, siguiendo un diseño flexible, partiendo de interrogantes sólo vagamente formulados.
- El escenario y las personas se miran desde una perspectiva holística: no son reducidos a variables sino considerados como un todo.
- Los investigadores son sensibles a los efectos que crean en el escenario y las personas, e intentan comprender los procesos desde los marcos de referencia de las mismas. Todas las perspectivas son valiosas. Su enfoque es humanista.
- Los investigadores trabajan de modo naturalista: no crean situaciones ficticias o experimentales, sino que observan las prácticas en su devenir cotidiano. Ven las cosas como si estuvieran ocurriendo por primera vez,

dándole relevancia a la empiria.

- Los métodos sirven al investigador, nunca al revés. (p. 20)

El aporte de Pérez Serrano es también muy relevante a la hora de pensar en la tensión entre los modelos cuantitativo y cualitativo. En este sentido afirma que “la opción por un paradigma determinado, no es exclusiva del método de investigación elegido. No se contradicen: al contrario, pueden complementarse. Si algún investigador lleva a cabo una investigación cualitativa, no tiene por qué asumir todos los atributos del paradigma en cuestión” (p. 60).

Así entendida, la metodología cualitativa se emparenta con el método etnográfico, propio de la antropología en tanto disciplina relativamente autónoma. Estar en contacto directo con los sujetos que se pretende investigar, su cultura, su hábitat -ya sea en poblaciones distantes como en la propia sociedad que se vive-, desentramar su tejido cultural y social, interpretar sus prácticas, son parte de su ADN. Puede notarse este estrecho vínculo si retomamos a Rosana Guber: “Como enfoque la etnografía es una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros (entendidos como actores, agentes o sujetos sociales” planteando desafíos epistemológicos para quien lleve adelante estas iniciativas: “Un investigador social difícilmente entienda una acción sin comprender los términos en que la caracterizan sus protagonistas” (Guber, 2001, p.13). De este modo, se enfatiza la necesidad de contar con las voces y miradas de los sujetos como parte fundamental de la construcción de conocimiento. Desde el campo de la comunicación social, la investigadora y comunicadora Patricia Fasano retoma el enfoque etnográfico y

sostiene que la producción de conocimiento en el marco de este tipo de proceso de investigación “ni es fruto directo de la contrastación de hipótesis teóricas elaboradas en el espacio del laboratorio, ni constituye la extrapolación directa de la lógica del sentido común de los agentes, sino que es *producto* del trabajo de campo como elaboración reflexiva dialógica (2015, p. 4). La autora además considera que este enfoque es el más apropiado para analizar las prácticas de comunicación comunitaria y popular: “la práctica de la investigación en las experiencias de comunicación comunitaria y popular requiere una herramienta metodológica altamente sensible y con capacidad de escucha de toda la expresividad social, como es el registro etnográfico” (p.7).

Respecto del procesamiento de la información, hemos optado por construir métodos descriptivos y de análisis que creemos que ayudan a una mejor descripción de los procesos analizados, como así también la comprensión de los mismos. Para esto recuperamos elementos que provienen del enfoque antropológico de la descripción densa, el cual considera a la realidad social una “trama de significaciones” que el investigador se propone interpretar. Así lo señala Geertz (1987):

> “Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser, por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones (…) El análisis consiste pues en desentrañar las estructuras de significación (…) y en determinar su campo social y su alcance”. (p. 10)

Nuestra intención es interpretar los significados que los actores otorgan a sus prácticas comunicativas -produciendo una nueva significación- articulando los resultados de las distintas técnicas implementadas: entrevistas cerradas o

estructuradas; entrevistas semiestructuradas; análisis documental y grupos de discusión. De ese modo nos proponemos complejizar el análisis y producir información que aporte nuevos conocimientos.

Para explicitar las razones de la elección de este enfoque mixto, también nos referiremos a lo señalado por Jorge Huergo en su trabajo sobre *Metodología de la Investigación en Comunicación desde una perspectiva cualitativa* (s/f). Allí sostiene que las técnicas cuantitativas nos permiten "lograr un grado mayor de de generalización respecto de ciertas variables". Es decir, trabajar con un "lente macro", que nos permita "ofrecer respuestas a preguntas más generales y no tan singulares". Es así que -por ejemplo- en la aplicación de nuestro Relevamiento a todas las radios socias de FARCO mediante una entrevista estructurada -que constituyó un momento central del trabajo de campo- intentamos saber cuántas socias se habían presentado al Programa FOMECA y cuántas no; entre las que sí lo han hecho en cuántas ocasiones; en qué Líneas se habían presentado mayoritariamente, cuántas personas en promedio son las encargadas de formular los proyectos; cómo caracterizan el aporte realizado por el Programa en un conjunto de valores acotados; en qué aspecto de la emisora el aporte fue más significativo; o qué impacto tendría en la radio si la política pública se llegara a discontinuar. Así, intentamos establecer regularidades y tendencias, que nos facilitaron construir una muestra más acotada, para implementar luego una herramienta central como la entrevista semiestructurada en una muestra más reducida de casos. Allí buscamos la comprensión de los fenómenos a partir de un análisis de las prácticas según una mirada más profunda de los actores. Cada perspectiva permite lograr tipos diferenciados de conocimientos, que podemos asociar, articular y conectar para

construir la información necesaria para acercarnos a nuestro objeto de estudio. En esta línea, pensamos que la idea de “complementariedad metodológica” es acertada.

2.5 Las técnicas y métodos

Las radios constituyen nuestras unidades de análisis, y sus referentes nuestros sujetos de investigación. Son los interlocutores clave dada su vinculación con la política pública que constituye el Programa FOMECA en diez años de existencia, lo que les otorga la legitimidad suficiente para expresar su visión del problema. El Proyecto Político Comunicativo (PPC) nos facilitó la construcción de las categorías de análisis -Sostenibilidad, Incidencia, Construcción de Sentidos, Estética-. Para el procesamiento de esta información, hemos retomado el camino propuesto por Samaja (2004) y su concepto de *matrices de datos.* El autor sostiene que en toda investigación científica son claves dos procesos: selección y focalización (p. 147). Señala allí que “el objeto de estudio debe ser inteligible. Debe ser posible describirlo, identificar sus elementos componentes y caracterizarlos; debe ser posible elaborarlos conforme a algún patrón de asimilación a las evidencias de nuestra Razón”. Y agrega que “Para poder describir de manera científica esa realidad previamente dada en nuestro mundo de la vida, debemos operar sobre esa plenitud: explicitar de qué modo la fragmentamos y la enunciamos, moldeándola con nuestras categorías linguísticas” (Ibid.). A partir de su implementación, a estas variables les hemos asignado un valor, mediante el cual realizamos un análisis comparativo entre las distintas emisoras, para así encontrar tendencias y

regularidades, sin pretender generalizar en leyes universales. Hemos construido entonces las siguientes matrices[8]:

	Variables del relevamiento cuantitativo											
Unidad de Análisis	Participación en Programa Fomeca (Sí/No) SI es No, razones	Cantidad de presentaciones realizadas	Líneas en las que se presentó	Líneas en las que recibió financiamiento	Accesibilidad FOMECA	Cantidad de personas que presentan proyectos	Experiencia previa de quienes presentan proyectos	Caracterización del aporte de FOMECA	Aspecto de la emisora en que fue mayor el aporte	Palabra clave que sintetiza el aporte de FOMECA	Aporte a FOMECA a futuro	Impacto si FOMECA se discontinuara
Radio 1 "..."												
Radio 2 "..."												
Radio 3 "..."												

	Categorías del análisis cualitativo[9]					
Unidad de Análisis	Transformaciones en la Sostenibilidad Económica (TSE)	Transformaciones en la Sostenibilidad Social (TSS)	Transformaciones en la Sostenibilidad Interna u Organizacional (TSI)	Transformaciones en la Construcción de Sentidos (TCS)	Transformaciones en la Incidencia (TI)	Transformaciones en la Estética (TE)
Radio 1 "..."						
Radio 2 "..."						
Radio 3 "..."						

[8] Las matrices organizan la información surgida de dos instrumentos: la Entrevista Cerrada (aplicada en todas las radios socias de FARCO, alcanzando noventa respuestas) y la Entrevista Semiestructurada (aplicada en una Muestra de catorce radios). El Análisis Documental y el Grupo de Discusión esperamos que complementen y profundicen la información de estas dos técnicas.

[9] Durante el proceso de investigación nos encontramos con otras variables emergentes que hemos tenido en cuenta: la valoración general del Programa FOMECA, los modos de relación entre el Estado y las organizaciones; y el rol asignado a FARCO en tanto red dinamizadora de las prácticas.

Retomamos aquí a Samaja cuando señala que “Se espera que una investigación no solamente describa el objeto de estudio, sino que proporcione un conocimiento de lo que preside su funcionamiento, su surgimiento, su modo de existencia, su desarrollo” (p. 31). Nos hemos propuesto así “establecer regularidades; ponerlas en relación; ofrecer un modelo más o menos real que las vincule”, en nuestro caso, de la gestión de radios comunitarias en Argentina. Si logramos avanzar en la definición de esquemas que aporten a estas prácticas y a reconocer cómo las políticas públicas pueden aportar en su fortalecimiento, habremos dado un paso importantísimo, que se complementará con los trabajos previamente realizados y seguramente con los que vendrán.

CAPÍTULO 3

PERSPECTIVA TEÓRICA

3.1 Antecedentes: la construcción de un campo en el diálogo entre prácticas y teorías

Los trabajos que abordan el análisis de las prácticas de las radios comunitarias tienen origen en dos fuentes centrales: los que se han producido en contextos académicos -en forma de artículos, ponencias, tesis de pregrado, grado y posgrado- y aquellos que han sido producto del trabajo de reflexión de las propias emisoras y, sobre todo, de las redes que las agrupan, tanto a nivel de nuestro país como de América Latina: puntualmente de ALER y AMARC -como ya hemos señalado- que en algunos casos publican en forma conjunta. Distintas tesis de grado y posgrado en el campo de la Comunicación Social han estado vinculadas a las radios comunitarias como tema analizando contextos diversos (Rodríguez Esperón, 1995; Kejval, 2009; Pulleiro, 2011; Segura, 2011; Jaimes, 2017, Navarro Nicoletti, 2020; entre otras) y se han complementado con proyectos de investigación y de extensión universitaria, lo que ha acentuado el carácter dialógico con las prácticas de docencia, y su vinculación con las acciones cotidianas en esos medios de comunicación. La singularidad de los trabajos producidos en este campo es que sus dos fuentes se cruzan, intersectan, dialogan, ya que en nuestro país y la región un número importante de comunicadores y comunicadoras sociales se desempeña desde hace tiempo en este tipo de prácticas radiofónicas, por un lado, y también ejerce la docencia, la investigación y la producción de saberes que dialogan con las prácticas,

por otro. Esto tiene como consecuencia que los trabajos que abordan temas y problemas vinculados a la comunicación comunitaria, popular, alternativa, educativa, en general están entramados con las mismas experiencias, cuya vocación política y de transformación social es un elemento central. Podemos hablar entonces de un enfoque teórico situado, que surge de las prácticas y produce sentido a partir de las dinámicas surgidas en los territorios. Como sostiene Villamayor:

> "Existe un enfoque de la producción académica que parte de la base de lo que Boaventura de Sousa Santos ha denominado como ecología de saberes y de reconocer lo que el mismo autor denomina *Epistemologías del Sur* (Santos, 2014). Eso significa, en parte, que se asume que la producción del conocimiento se produce desde múltiples lugares y que se puede diseñar un proceso donde los saberes dialogan y constituyen otras epistemologías que no son las que históricamente han sido instituidas en el campo académico eurocentrista" (2021, 25).

Este enfoque situado presenta algunos rasgos característicos:

-Se inserta en la matriz latinoamericana de estudios sobre comunicación que surge entre fines de los años sesenta e inicios de los setenta, con un acento importante tanto en la crítica hacia el enfoque anglosajón -difusionista, unidireccional- como hacia las prácticas del denominado "desarrollo".

-Surge también vinculado a prácticas pedagógicas y políticas de transformación social, que se configuran como respuesta a las estrategias de avance económico, político, social y cultural de los países centrales -especialmente Estados Unidos- sobre América Latina, y abona en las trayectorias de movimientos sociales, tendencias artísticas y audiovisuales, organizaciones reivindicativas, de las cuales emergen conceptos y metodologías clave para la acción reflexionada: comunicación popular, educativa, comunitaria, y alternativa.

-Se alimenta de los debates internacionales sobre el desigual flujo de información, las políticas nacionales de comunicación, el rol de los Estados y los desequilibrios entre países, especialmente en los años setenta pero atravesando las décadas posteriores y, con cambios pero también regularidades, llegando hasta nuestros días.

Una mirada integradora de estos elementos se entrama con un posicionamiento teórico y metodológico en el cual la construcción de conocimiento se produce dialógicamente, recuperando las memorias del pasado y entramando los saberes con las prácticas de los actores, dando lugar así a una perspectiva comunicacional relacional, con vocación transformadora, cuyo fin último es que las prácticas de producción teórico-conceptual aporten a una mejora en las condiciones de vida de los sujetos -individuales y colectivos- que protagonizan aquellas. Denominaremos a esta posición que asumimos, enfoque latinoamericano de la comunicación popular. Esta perspectiva no está hecha solamente de experiencias, sino también de apuestas conceptuales y metodológicas, que nos proponemos en esta tesis recuperar pero a la vez alimentar y enriquecer. Como bien señala Jorge Huergo (2002):

> “La democratización del proceso de producción del conocimiento no significa la renuncia al carácter particular del conocimiento universitario ni a las responsabilidades del intelectual. (...) Antes bien, lo que significa es asumir la incompletitud de la comprensión del intelectual y la necesidad del diálogo con la sensibilidad popular y las formas de pensamiento crítico existentes en los sectores populares. Es hacer propia la construcción de la articulación entre la comprensión y la sensibilidad, en la cual el mundo en transformación es el mediador, en cuanto zona en la que se hace posible y efectiva esa articulación, a la vez que la transformación social” (p. 44)

Desde este lugar, y dentro de la diversidad de producciones que queremos

recuperar en esta tesis -no todas ubicadas necesariamente en esta perspectiva pero sí muy vinculadas- encontramos trabajos que presentan distintos abordajes:

1) Aquellos que recuperan experiencias de comunicación comunitaria en tanto elementos que emergen en el mapa mediático en condiciones adversas (ilegalidad) desde sectores históricamente marginados y/o silenciados, y dan cuenta de un movimiento incipiente en la sociedad que les da marco;

2) Los que intentan aproximarse a definiciones conceptuales para estas prácticas, caracterizándolas teóricamente, espacialmente a partir de sus rasgos identitarios (comunicación comunitaria, popular, alternativa, educativa, etc.);

3) Los trabajos que realizan análisis y diagnósticos críticos de la situación de los medios comunitarios / sin fines de lucro en determinados momentos históricos;

4) Aquellos que ponen el énfasis en la lucha por obtener legalidad y modificar los marcos regulatorios existentes (en Argentina aquellos que analizan el camino hacia la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su posterior aplicación);

5) Los que abordan específicamente la cuestión de la sostenibilidad y los proyectos político comunicativos, ya sea como manuales metodológicos como así también estudios de caso.

Cabe aclarar que hay producciones teóricas que abarcan más de uno de los ejes señalados, y de este modo nos sirven de orientación para organizar los antecedentes teóricos de nuestro trabajo desde ángulos diversos.

3.1.1 Abordajes de experiencias como emergentes históricos

Si bien acordamos con Badenes (2020) que la producción intelectual en materia de comunicación popular se remonta a los años sesenta y setenta, a partir del trabajo de distintas instituciones y publicaciones latinoamericanas, recién en los años ochenta las radios comunitarias -no comerciales, no estatales- comienzan a ocupar un lugar en el campo académico y editorial. En un recorrido que va desde las prácticas hacia la reflexión teórico conceptual -a diferencia de las producciones intelectuales mencionadas- estos primeros trabajos visibilizan un tipo de comunicación diferente y alternativa al sistema de medios dominante. Con el correr de los años estos abordajes teóricos van creciendo en número a la par de las propias experiencias, y a la vez las enriquecen. A partir del intercambio de estas publicaciones, que circulan entre instituciones de apoyo educativo, de promoción de proyectos, y entre las redes que agrupan a las propias radios, se generan circuitos de socialización que cruzan las fronteras de los distintos países y hacen crecer el movimiento en forma paulatina[10]. Algunos de los primeros trabajos para destacar en esta línea son *Comunicación popular y alternativa* (1986), compilación de la autora brasileña Regina Festa, que recupera experiencias comunicacionales del ámbito sindical, eclesial y de movimientos sociales[11]; en la Revista Chasqui, creada por el

[10] Nos referimos por ejemplo al Instituto de Cultura Popular (INCUPO) y al Centro de Comunicación Educativa La Crujía, en Argentina, o al Centro de Investigación y Estudios Superiores en Periodismo de América Latina (CIESPAL), con sede en Quito, Ecuador; incluso a las instituciones católicas de comunicación como OCLACC, OCIC-AL y UNDA-AL o la WACC. Su aporte a través de cursos de formación presencial y a distancia, seminarios, publicaciones, revistas, congresos, ha sido de un valor fundamental para la creación de medios populares y comunitarios, su desarrollo y consolidación. Incluso también para el financiamiento internacional y la incidencia en las políticas públicas que involucran al sector, especialmente en la modificación de normativas de comunicación y radiodifusión.

[11] Enmarcado en la serie de Ediciones Paulinas -editorial vinculada a una congregación religiosa volcada a la comunicación y la educación en Latinoamérica-, que publica diversos materiales de este campo en formación, que constituyen una referencia central desde el punto de vista documental.

Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL), encontramos artículos pioneros vinculados al tema como “El sistema ALER”, de Pedro Sánchez (1989), que desarrolla en clave histórica el trajinar del movimiento de la radio popular y educativa, y “Radios Libres” de Vizer y Landesman (1989) que se refieren al incipiente movimiento de radios comunitarias en Argentina y su lucha por la legalidad. En la misma línea, y en pos de recuperar la matriz organizativa de esos colectivos comunicacionales, aparece “Desarrollo de la radiodifusión comunitaria en Argentina” de Giordano (1991), que se refiere en detalle a los debates que surgen en el seno del movimiento para encontrar sus rasgos identitarios fundamentales, diferenciarse de las radios privadas de baja potencia, y encontrar los modos de gestión adecuados para sostenerse a través del tiempo.

Esta voluntad de clarificación conceptual se acentúa en la década de los noventa. José Ignacio López Vigil -radialista y capacitador ya reconocido del campo de la radio popular latinoamericana- publica en Chasqui “¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?” (1995). En dicha revista se recuperan los debates que se dan en el campo del movimiento latinoamericano, dado que en esos años se realizan los Festivales Latinoamericanos de Radioapasionados y Televisionarios -primero en Quito (Ecuador, 1995) y luego en Bogotá (Colombia, 1998)- que marcan hitos importantes en la integración de las distintas corrientes e instituciones del continente, como así también los lazos entre los movimientos populares y el mundo universitario / académico. En línea de la recuperación de experiencias, en los primeros años de la década del '90 encontramos libros que dan cuenta de experiencias de las radios “insurgentes” de Centroamérica, tales como *La Terquedad del Izote,* de Henriquez Consalvi (2003) -protagonista en El Salvador-, o *Las mil y una*

historias de Radio Venceremos, de López Vigil (cuya primera edición es de 1991). Ya este último autor había publicado, en 1985, *Radio Pío XII, Una mina de coraje*, en relación a la experiencia de la radio minera boliviana.

Los estudios de comunicación en Argentina que abordan "casos" de radios comunitarias se multiplican a través del tiempo y continúan, asociando estas prácticas con procesos como las organizaciones juveniles, las empresas recuperadas por sus trabajadores, las organizaciones campesinas e indígenas, entre otros actores y sujetos sociales vinculados. Así, encontramos trabajos como los de Cabral (2004) sobre *Radio Encuentro* de Viedma, Río Negro; el de Ascoleze, Dips, Morzilli (2009) sobre *Radio Gráfica*, de la Ciudad de Buenos Aires; Cabral y Jaimes (2010) sobre las juventudes en FARCO; Fasano (2011) que aborda la creación de *FM Doña Munda* en Paraná, Entre Ríos, desde una perspectiva etnográfica; Boido (2014) sobre la trayectoria de *Radio Villanos* de Villa Carlos Paz, Córdoba, parte de una cooperativa de servicios públicos de agua y cloacas, la COOPI; los trabajos de Burgos, López y Villagra (2015) que abordan experiencias de radio en zonas rurales y campesinas en la provincia de Salta, al igual que Lizondo (2015) que se especializa en radios indígenas, particularmente *La Voz Indígena* en Tartagal; y Avilés y Zegada (2018) que desde su práctica de formación universitaria en radio analizan la realidad de emisoras comunitarias de la provincia de Jujuy. Trabajos que son enfocados desde el "estudio de caso" como abordaje metodológico específico y dan cuenta de una variedad y heterogeneidad de contextos geográficos.

También encontramos estudios comparativos, como el de María Clara Busso (2003) en la cual sistematiza información de diversas emisoras tales como *Radio Encuentro* (Viedma, Río Negro), *FM Bajo Flores* (CABA), *Radio Revés* (Córdoba), *FM*

Pocahullo (San Martín de los Andes, Neuquén), *FM Alas* (El Bolsón, Río Negro) y *FM Reconquista* (San Martín, Buenos Aires); su análisis se centra en dimensiones tales como: el origen de la radio, sus objetivos, la sostenibilidad institucional y económica, la vinculación con organizaciones sociales, las prácticas institucionales, la situación tecnológica, la organización interna, la situación jurídica, la relación con FARCO -ya que todas son asociadas a esa red-, y la participación de la audiencia y de la comunidad. Existen también diversos aportes de Gerbaldo (2010; 2014) que vinculan el trabajo de las radios comunitarias con la democratización de la palabra especialmente en el marco de la red FARCO. A diferencia del recién mencionado de Busso, aborda contextos históricos diferentes: en uno es la transición desde los noventa a los primeros dos mil; en otro, la lucha y posterior aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Como intentamos exponer en este trabajo, la dimensión sociohistórica es un elemento de análisis sumamente relevante.

Navarro Nicoletti (2020) en tanto, indaga en las experiencias de la zona de San Carlos de Bariloche (Río Negro) y también en la matriz fundacional de proyectos surgidos desde ámbitos eclesiales progresistas (2016); da cuenta así, de procesos de construcción de proyectos comunitarios con un perfil singular, que además amplían el lente geográfico mucho más allá del área metropolitana de Buenos Aires.

Otros trabajos comparativos son los de Jaimes, Villamayor e Iglesias (2019) que abordan el eje de emisoras de carácter cooperativo, y en la misma línea la compilación realizada por Jaimes y Villamayor (2021); cabe señalarlos porque dan cuenta de otro contexto sociohistórico, que es el de las radios comunitarias alcanzando -en una variedad de experiencias- niveles de sostenibilidad importantes para sus proyectos.

Si tomamos en cuenta estudios de gran amplitud, necesariamente tenemos que referirnos al extenso trabajo de “Relevamiento de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, populares, cooperativos y de pueblos originarios en Argentina” realizado por la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP) publicado en 2018, en el que intervienen investigadores de once universidades públicas argentinas y se constituye como uno de los más completos abordajes del campo. En estos últimos dos casos, el enfoque es cuantitativo (cuántos medios son, su localización geográfica, sus características tecnológicas) pero también cualitativo (su contexto de creación, cómo se identifican/perciben, qué cobertura legal poseen, su configuración organizacional y laboral, su afiliación a redes, sus públicos, el acceso a políticas públicas, vínculo con Universidades). En la línea de relevar cantidad de medios, ubicación, características -sumando en este caso aquellos de carácter educativo, universitario, público, indígena, con la particularidad de realizarse en contexto de pandemia- es importante mencionar el proyecto “Las radios y la continuidad educativa en el contexto de aislamiento social: Relevamiento, diagnóstico y orientaciones para repensar la comunicación, la educación y la conectividad en Argentina”, dirigido por Claudia Villamayor entre 2021 y 2022 (Autores Varios, 2023) ya que encontramos información relevante sobre el aporte que realizaron los actores de la comunicación sin fines de lucro durante la pandemia del Covid-19. Este trabajo combinó distintos enfoques metodológicos, como el cuantitativo -entrevistas cerradas- como así también entrevistas semiestructuradas y grupos de discusión, técnicas propias de un abordaje de tipo cualitativo. En estos últimos estudios encontramos información clave sobre el sector de la comunicación abordado en esta tesis, tanto desde su

organización interna como así también de aspectos económicos, de vinculación social, de identidad, participación en redes, etc. Centralmente el estudio visibiliza el aporte de las radios no lucrativas en ese contexto tan singular, analizando las iniciativas de producción de contenidos públicos, la generación de programas conjuntos entre las emisoras y las instituciones educativas, la valoración de sus audiencias, y los desafíos para el trabajo docente en relación con el uso de medios de comunicación. Consideramos que estos estudios, en su mayoría realizados a partir del nuevo siglo, renovaron la apuesta de investigación y producción de conocimiento en el campo de las radios populares y comunitarias, generando datos e información sumamente relevante para dar cuenta de una realidad concreta mucho más amplia del sector. Permiten, además, comparar a la luz de la historia los avances y transformaciones que el sector logró y actualizar su desarrollo en el plano político general y comunicativo y particular, tanto desde lo cuantitativo como desde lo cualitativo. En una lectura transversal de todas estas producciones, además, encontramos que las relaciones entre el sector de la comunicación sin fines de lucro y las políticas públicas recién comienza a aparecer en la etapa posterior a 2009: previamente la relación con el Estado se centraba en la confrontación ante la imposibilidad de obtener la legalidad necesaria para funcionar y, consecuentemente, en las acciones estratégicas que desplegaron los actores sociales de la comunicación por modificar dicha normativa.

3.1.2 A la búsqueda de definiciones conceptuales

Como señalamos anteriormente, los estudios sobre radios comunitarias y

comunicación popular en los años ochenta se vinculan con los debates internacionales del campo de la comunicación que se habían producido en la década anterior. La intención de estos trabajos, a partir de la convicción de que el sistema mediático concentrado es considerado estructuralmente injusto y beneficia a unas pocas corporaciones, es aproximarse conceptualmente a una nueva manera de entender los procesos comunicacionales, desde la óptica de aquello que se denomina genéricamente como "alternativo". Es así que la investigadora pionera en el campo de la comunicación en Argentina, Margarita Graziano -protagonista también de esos debates y de planes de gobierno en diversos países latinoamericanos, entre ellos Venezuela -el proyecto RATELVE[12]-, Nicaragua y el nuestro[13]- propone profundizar conceptos como "comunicación participatoria"; "comunicación horizontal"; "comunicación alternativa" para denominar un conjunto de prácticas emergentes a nivel continental. Sostiene que "el interés por el estudio de los problemas relacionados con las que por ahora genéricamente denominan *alternativas comunicacionales*, podría ser calificado en la práctica como el estadio inmediato posterior a la etapa de auge de las investigaciones destinadas a servir de base a formulaciones en el marco de *políticas nacionales de comunicación*" (1980, p. 1). En esta aproximación teórica, se traslada la necesidad de poner en evidencia la desigual estructura de propiedad de los medios de comunicación que se había manifestado en los debates antes mencionados. Al mismo tiempo, se evidencia la relación con los procesos de comunicación educativa popular (Kaplún, 1992, 1996,

[12] El proyecto Radio y Televisión de Venezuela (RATELVE) fue una propuesta enmarcada en las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), elaborado por distintos expertos en el tema, encabezados por Antonio Pasquali. Entre 1974 y 1975 elaboró una política de radiodifusión para el estado venezolano, bajo el gobierno de Carlos Andrés Pérez, a partir de criterios de acceso, participación, y democratización de la comunicación (Sánchez Narvarte, 2015).
[13] Nos referimos al Consejo de Consolidación de la Democracia -COCODE- en la etapa alfonsinista.

1997; Huergo y Fernández, 2000; Huergo, 2001), vinculada a experiencias territoriales y de base, aunque con una visión poco optimista respecto de su inserción en el sistema de medios[14]. El mismo documento propone los términos "acceso" y "participación" como claves para definir teóricamente este nuevo paradigma[15][16]. Aún no aparece claramente el concepto de "comunitario", y el enfoque de lo alternativo es predominante en esta etapa de estudios, como lo demuestra también la compilación de textos realizada por Simpson y Grinberg *Comunicación alternativa y cambio social* (1981) desde el Instituto Mexicano de Estudios Trasnacionales (ILET), en la cual participan numerosos teóricos de la comunicación de América Latina y España. En términos generales, podemos decir que la denominación "comunicación alternativa" se asocia con una perspectiva marxista de las ciencias sociales -y de la comunicación como parte de éstas- donde las prácticas radiofónicas se enmarcan en un proceso estructural de lucha de clases en el marco de sociedades capitalistas[17].

El trabajo pionero desempeñado por la argentina María Cristina Mata en la elaboración de estudios e investigaciones -muchas de ellas realizadas en colaboración con las redes ALER y AMARC- también ha dejado una huella significativa en la investigación en comunicación en general, y sobre la radio popular y comunitaria en particular. En uno de sus primeros trabajos (Mata, 1982) retoma los

[14] "Las escasas experiencias de uso del sistema institucional para la transmisión de mensajes supuestamente alternativos (en la mayor parte de los casos dedicados a áreas como la de teleducación) dado que aún suponiendo un carácter de alguna forma válido para tal alternatividad, al insertarse en el sistema de medios niega toda posible participación a la par que parte del supuesto del ajuste entre las necesidades de la audiencia y los criterios de una producción y transmisión unidireccional". (Graziano, p. 4)

[15] Estos conceptos serán desarrollados en profundidad en el marco conceptual.

[16]Autores como Badenes (2017) destacan obras previas, como "Comunicación masiva y revolución socialista" de Mattelart, Biedma y Funes (1971); "Comunicación horizontal. Cambios de estructuras y movilización social" de Gerace y Lázaro (1973); y "Notas para una teoría de la comunicación popular" de Giménez (1978).

[17] Profundizaremos este aspecto en el capítulo siguiente.

debates internacionales sobre las políticas de comunicación tan significativos en la época, a partir de documentos como el Informe Mc Bride (1980), que documentó certeramente el debate y la crítica acerca de las desigualdades comunicacionales:

> "En las discusiones de la Comisión presidida por MacBride, estas políticas nacionales aparecen ligadas a la necesidad de crear alternativas que viabilicen dos necesidades señaladas con énfasis en el Informe: la democratización de la comunicación y la participación de la mayor cantidad de individuos en los procesos comunicativos" (Mata, 1982, 57).

Sin embargo, la autora se encarga de señalar el escaso abordaje específico de las prácticas de comunicación alternativa. En sus palabras, su carácter "marginal". Si bien su búsqueda siempre está atravesada por una impronta sociohistórica -en la cual el contexto es central para explicar las prácticas- su aporte en términos conceptuales es muy significativo. Encontramos así su texto "Comunicación popular: de la exclusión a la presencia" (1987) donde reflexiona sobre los alcances y los límites de una comunicación generada desde los sectores populares en el marco de la postdictadura, tomando como referencia especialmente a aquellos grupos sociales excluidos de su posibilidad de hablar en términos públicos. Mata representa uno de los ejemplos más claros de articulación del campo académico y la práctica de las radios populares y comunitarias, en la línea del enfoque latinoamericano de la comunicación popular, y su enfoque no busca construir modelos ideales en los cuales reflejarse, sino analizar aquellas prácticas que buscan generar rupturas en los procesos de exclusión comunicacional en las sociedades modernas, que se proponen no solamente democratizar la comunicación sino el orden social en su conjunto. A lo largo de diversos trabajos posteriores (2009; 2011; 2020) dará continuidad a esas reflexiones, enriqueciendo

los debates y analizando siempre la relación entre los procesos de comunicación popular con las prácticas de los medios comunitarios y los escenarios que les toca atravesar.

En los años noventa encontramos estudios que se proponen definir con mayor claridad el sentido de las prácticas de las radios comunitarias, y aparecen adjetivos nuevos. Ernesto Lamas y Hugo Lewin, por caso, plantean en la Revista *Causas y Azares*[18] la noción de "radios de nuevo tipo", y elaboran una serie de definiciones acerca de las diferencias que presentan esta clase de emisoras con respecto a las comerciales y las estatales, intentando explicar las razones del surgimiento de este tipo de medios en perspectiva histórica, y problematizar -desde la óptica de su experiencia particular- los modos de hacer, de llevar a la práctica, de sostener económicamente, de diferenciarse dentro del mercado radiofónico para lograr resultados positivos en términos de audiencia. También se explicitan las distintas corrientes que confluyen en el concepto de "radio comunitaria" tales como radio popular, radio alternativa, radio libre, entre otras[19]. En 1995, en el marco de la carrera de Ciencias de Comunicación de la UBA, Carlos Rodríguez Esperón produce su tesina de grado "Radios Comunitarias: una propuesta de definición", un material valioso por cómo da cuenta de los debates, las tensiones y las contradicciones de las radios comunitarias argentinas, especialmente las asociadas a FARCO -que aún era una "Federación"- y estaba intentando dar sus primeros pasos en una ruta de definiciones. Respecto de esto último, recupera variables clave de identificación y

[18] En sucesivos números de la Revista Causas y Azares -llevada adelante por un grupo de graduados y docentes de Ciencias de la Comunicación de la UBA- se publicaron entrevistas y artículos sobre "comunicación alternativa" según la definición de sus editores.

[19] Los años noventa propician el auge de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), con gran influencia en nuestro continente y nuestro país. Se asocian a ella un importante números de emisoras, la mayoría también afiliadas a FARCO por ese entonces.

clasificación de una radio comunitaria, entre las cuales aparece el “tipo de financiación y administración” y se señala “el apoyo estatal directo” -lo que implica que el tema de nuestra tesis, aunque de forma inespecífica, estaba presente-. Sin embargo, el autor también afirma que el abordaje de la cuestión del financiamiento no había sido suficientemente abordada, al menos hasta ese momento. El material ofrece también un amplio panorama teórico sobre lo que denomina genéricamente “radios libres” pero también sobre la noción de “comunicación alternativa”, no sólo en nuestro país sino en Latinoamérica y el mundo, registrando también allí los diferentes posicionamientos conceptuales que se dan en los años ochenta e inicios de los noventa. Unos años más tarde, Larisa Kejval realiza un estudio similar que se publica en su libro *Truchas* (2009). *Los proyectos político-comunicativos de las radios comunitarias y populares,* donde aborda a este tipo de medios como objeto de estudio[20]. Señala allí la inexistencia de definiciones consensuadas respecto de cómo caracterizar estas experiencias -”comunitaria”, “alternativa”, “popular”- las cuales surgen desde la práctica misma y no desde modelos ideales por fuera de ésta. También analiza distintos casos del país -siete en total, de regiones, características y procedencias diversas[21]- a partir de una serie de variables orientadoras de sus procesos políticos y comunicacionales, entre las cuales destaca cuatro: político-cultural; comunicacional; económica; organizacional, retomando este modelo de Villamayor y Lamas (1998).

El tipo de trabajos mencionados da cuenta de análisis comparativos que

[20] Publicado en 2009, el trabajo fue realizado entre 2003 y 2004, según afirma la autora, e intenta abordar los procesos construidos entre el surgimiento de las primeras radios comunitarias desde 1987 y hasta el contexto de la crisis de 2001..

[21] FM Alas (El Bolsón, Río Negro); FM Bajo Flores (CABA); FM de la Calle (Bahía Blanca, Buenos Aires); FM En Tránsito (Castelar, Buenos Aires); FM Sur (Córdoba); Radio Revés (Córdoba); Radio La Colifata (CABA).

resultan pertinentes para profundizar en aspectos conceptuales e identitarios de los medios del sector sin fines de lucro -radios comunitarias y populares específicamente-, como así también su relación con los contextos históricos, políticos y sociales en los cuales emergen. Dan cuenta asimismo de los debates internos del sector, y de quienes se ocupan de estas prácticas como objeto de estudio en el marco del campo de la comunicación social. Permiten además, analizados desde una perspectiva actual, reconocer los avances logrados, las tensiones que permanecen, y los debates que se destacan en cada etapa.

3.1.3 Los diagnósticos

De algún modo vinculado con los estudios comparativos antes mencionados, encontramos antecedentes interesantes en documentos que surgen de estudios de situación de emisoras comunitarias en contextos específicos. La diferencia en este caso es que se realizan desde una motivación institucional, que surge de inquietudes acerca de cómo está el sector en un momento determinado de su desarrollo, y de qué manera revisar sus prácticas para reorientarlas estratégicamente. En un material poco conocido, publicado internamente entre las redes FARCO y ALER, por ejemplo, María Cristina Mata y Javier Cristiano (1995) elaboran el documento “Aproximación a la realidad de las radios comunitarias argentinas”, de carácter descriptivo, que presenta información sistematizada de 23 radios del país, obtenida a través de una encuesta.

En consonancia con estos estudios de análisis y reflexión que surgen de las propias emisoras y confluyen en las redes latinoamericanas, debemos destacar

especialmente dos que se vinculan con el problema de nuestra tesis, relacionado con los cambios en los proyectos políticos, comunicativos y de gestión de las emisoras. *La radio popular frente al nuevo siglo. Estudio de vigencia e incidencia,* de Geerts y Van Oeyen, sistematiza un "mega estudio" sobre el movimiento a nivel latinoamericano -se trabajó en entrevistas con unas mil personas en doce países a través de un equipo de más de cien investigadores e investigadoras-, realizado en 2000 y publicado en 2001. Es importante resaltar que se denomina "radios populares" a estas emisoras, como marca identitaria fuerte de ALER, como corriente latinoamericana, y no "comunitaria" o "alternativa". Si bien no excluye a estos dos últimos -por el contrario, se ocupa de definirlos conceptualmente-, plantea una contraseña identitaria bastante clara. Se realizó allí, por un lado, un análisis profundo del rol de este tipo de emisoras en un contexto atravesado por el neoliberalismo, los cambios tecnológicos, políticos y sociales en el cambio de siglo. Se orientó también a relacionar la relevancia entre los proyectos y las realidades locales, sumado a la articulación con otros actores sociales y la posibilidad de construir estrategias de cambio. Un dato muy relevante es la profundización en el abordaje de la dimensión económica e institucional de las radios, las formas de obtener recursos, de administrarlos, y de posicionarse en el mercado mediático de cada país. En esta línea, se plantea la pregunta "¿De qué viven las radios populares?" y se señalan tres fuentes principales:

1. La ayuda solidaria de agencias de cooperación internacional;
2. Los convenios con entidades públicas (estatales) o privadas;
3. La publicidad.

Dentro de esta diferenciación, el análisis dio como resultado un porcentaje muy bajo de financiamiento a través de subsidios gubernamentales (entre el 8 y el 10%) y, especialmente en la década de los noventa, uno muy alto de agencias de cooperación -en su mayoría europeas-, apoyo que fue en retroceso entrando en la nueva década, lo que generó consecuencias muy negativas: reducción de producción propia, más programas enlatados, bajas en salarios, menos personal, falta de renovación de equipos e insumos, etc[2223]. Otro aspecto del análisis que se destaca es el que plantea las modalidades de relación con el Estado por parte de las radios populares, que serían tres:

a) un actitud de rechazo total (por considerarlo corrupto, por equipararse al gobierno, por autoritario, por temor a la cooptación);

b) una vinculación utilitaria, de negociación de campañas radiales, de convenios de contenidos o publicidad, o de subsidio[24];

c) vínculo estratégico: se plantea como una acción pensada desde el proyecto radiofónico, para lograr objetivos propios y compartidos, más allá de un beneficio económico y sin renunciar a sus convicciones.

[22] Adelantándonos un poco a nuestro trabajo -y superando el período estudiado- es similar a lo que sucede a partir de 2024 en Argentina con la paralización de los subsidios FOMECA y la pauta oficial.
[23] "Si la estrategia de sostenibilidad económica de una radio se traduce en la pérdida de productores capacitados, en bajar la calidad de los programas, en menos presencia de la radio en la calle, en menos contacto con la vida cotidiana de la gente y en menos vinculación con los actores sociales estratégicos, ya no se puede hablar de sostenibilidad. Se está hablando de un cascarón de radio popular". (p. 166)
[24] El estudio señala: "Otra relación utilitaria es la del subsidio. Por algún motivo el estado le da un apoyo económico a la radio que no tiene que ver con la programación o sin que la radio tenga que negociar los términos. Este tipo de relación es bastante confuso y se presta a la manipulación directa o indirecta" (Geerts, Van Oeyen, p. 84)

En todos los casos, la apuesta de las radios es por mantener su autonomía frente a un actor de mayor peso. Como pregunta general -pertinente para nuestra tesis- es si el estado es un impulsor o un freno para la comunicación comunitaria. Es muy interesante lo planteado en relación al caso chileno:

> "En Chile el estado subsidia los proyectos de la sociedad civil mediante fondos concursables bajo ciertas condiciones. De esta forma, los proyectos se funcionalizan en términos elaborados por el estado. En otras palabras, la organización de la sociedad civil es promovida, conducida y su agenda en gran parte definida por el estado. Este estilo de trabajo se está imponiendo en varios países de América latina. Si las organizaciones no saben negociar muy bien estos fondos desde su propio proyecto, ellas pueden convertirse en ejecutoras de proyectos que corresponden a otros intereses" (p. 87).

Lo que no aparece en esta referencia es la capacidad política de las emisoras y sus organizaciones para incidir en sus propios términos en las políticas de fomento, o para tener capacidad de definición en los temas y aspectos de los proyectos a subsidiar. Por otro lado, plantea una brecha importante en la relación entre los actores -Estado y sociedad civil- como si fueran actores totalmente autónomos entre sí. Como veremos en el caso argentino, una de las claves para entender los avances de las políticas públicas de comunicación destinadas al sector sin fines de lucro es la participación activa de sus organizaciones en términos colectivos, y también de personas concretas trabajando en las oficinas públicas. Es importante señalar que este estudio se realizó previamente a "la oleada progresista" en Latinoamérica, es decir, no había referencias políticas claras en los términos nacionales o continentales, lo que demostraba cierta sensación de "orfandad" política -a diferencia de los años sesenta o setenta, de apuesta por cambios revolucionarios-. En todo el estudio, aparece una valoración clara de aquellas radios

que, ante los cambios de contexto, han logrado adecuar sus proyectos y prácticas comunicacionales sin renunciar a las razones que les dieron origen. Por el contrario, se remarca la crisis de aquellas que no lograron dar pasos en ese sentido[25]. Como continuidad del "Estudio de vigencia e incidencia", y para matizar sus críticos resultados, se publicó posteriormente *La práctica inspira* (Geerts, Villamayor, Van Oeyen, 2004) -en formato libro y CD interactivo- conjuntamente entre ALER y AMARC, que podríamos encuadrar dentro de la metodología de "investigación-acción", a partir del cual se relevaron veinticinco experiencias en la primera mitad de 2003 en todo el continente, con el objetivo de mostrar los logros de las mismas y los desafíos de esa etapa. A diferencia del anterior, este trabajo se orienta más al relato de experiencias e historias -a la manera de "buenas prácticas"- que a su análisis crítico y la comprensión de sus problemas[26].

3.1.4 La lucha por la legalidad y su aplicación

La cuestión del marco legal ocupa un lugar importante en los estudios sobre el sector sin fines de lucro de la comunicación. La razón es bastante obvia: en Argentina -al igual que en otros países de América Latina- los marcos normativos

[25] El estudio termina con unas conclusiones denominadas "pistas" o "indicadores" que se presentan de modo bastante tajante en relación a la vigencia e incidencia de las radios investigadas. De hecho, casi todos los rasgos señalados son negativos para las radios: confusión e indefinición en el uso de términos y conceptos; contextos sociales y políticos adversos; dificultades para adecuar sus proyectos a los nuevos escenarios; falta de relación clara y estratégica con otros actores sociales; huida "hacia adentro" de las radios y pérdida de relación con sus comunidades; ausencia de acciones para conocer sistemáticamente la realidad; crisis económica; poca planificación y evaluación; poca capacitación; falta de modelos de referencia. Los aspectos positivos destacados son realmente escasos: se vinculan a lo tecnológico; a la relación con estados locales; a la apertura a nuevos sujetos sociales (mujeres, jóvenes, migrantes, etc.)

[26] Se buscó que las prácticas puedan "iluminar, sugerir, dar ideas, ampliar horizontes, animar, mostrar que es posible avanzar. En casi todos los campos de la gestión integral hay lindas ideas basadas en experiencias concretas: su programación radiofónica, la forma de organizar el personal, el papel de la investigación, luces para la sostenibilidad económica" (p. 24).

impidieron durante décadas que un medio de ese tipo obtuviera licencia para operar. Eso provocó también que durante sus dos primeras décadas de existencia -hasta que se sanciona la LSCA en el año 2009- todas las producciones referidas al sector hicieran referencia a este dato fundamental. De una u otra manera, los trabajos mencionados hasta aquí se ocupan en algún momento del tema. *A posteriori* de la sanción de la normativa democrática, emergió el interés por desentrañar en profundidad los avatares del proceso de su elaboración, que se considera una experiencia significativa de incidencia desde la sociedad civil en las políticas públicas de comunicación. Córdoba (2013) por ejemplo, aborda este proceso desde una perspectiva que vincula conceptualmente medios de comunicación y ciudadanía, y analiza en profundidad los repertorios de los actores sociales que encabezaron la lucha por el derecho a la comunicación -quienes conformaron la Coalición por una Radiodifusión Democrática- desde su propia perspectiva. Con la intención de comprender estas acciones colectivas en la búsqueda de democratizar la comunicación, y tomando en cuenta la eficacia política de estas estrategias, las considera "cuestionadoras del régimen hegemónico de construcción de lo público de la cultura mediática" (p.225) aportando a una significativa politización del problema de los medios en el espacio público. Busso y Jaimes (2011) en tanto, producen un relato pormenorizado de los pasos de la Coalición desde sus inicios hasta la sanción en el Congreso, a partir del marco conceptual y jurídico del derecho a la comunicación. Suman además en esta publicación aportes de los integrantes de la organización, con enfoques sectoriales de gremios, universidades, movimientos sociales e investigadores del campo comunicacional. Una compilación en esta misma línea realizó la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual

con textos de diversos autores (Baranchuk, Rodríguez Usé, 2010) a través de aportes diversos. Segura (2011) en tanto, analiza los posicionamientos de la sociedad civil en la provincia de Córdoba en la puja por democratizar la comunicación, a partir de su producción discursiva y desde un enfoque sociohistórico que resulta muy significativo en el abordaje del sector sin fines de lucro.

Respecto de la valoración que se realiza desde el campo académico de la aplicación de la LSCA a partir de 2009, nos encontramos con miradas divergentes. Marino, Mastrini, Becerra, Rubini y Espada (2015) a partir de un diagnóstico realizado del sector sin fines de lucro en relación a licencias, autorizaciones, permisos y fondos concursables, presentan una mirada crítica, donde encontramos una calificación a dicha aplicación como "sesgada", "pragmática" y "partidista". En esa misma línea ubicamos a Guimerá (2013) que sostiene que la LSCA se aplicó en forma "discriminatoria". Segura y Weckesser (2016), en tanto, destacan las condiciones favorables para los medios del sector sin fines de lucro en la nueva etapa, señalando las dificultades y desafíos a resolver: "las condiciones para su legalización, la fortaleza de la gestión institucional y económica para asegurar su sostenibilidad y crecimiento, la cantidad y calidad de producción temática y estética para disputar sentidos y alcanzar masividad, la formalización de sus relaciones laborales para evitar la precarización laboral" (p. 5). En esta obra encontramos aportes de autores que resultan significativos en relación a la sostenibilidad de los medios comunitarios, como Gerbaldo (2016) y Farías (2016)[27] que se expresan positivamente en relación a las posibilidades que la LSCA ofrece, y a los avances en materia de fortalecimiento y sostenibilidad de los medios comunitarios. Otros

[27] Ambos autores son integrantes y referentes de Radio Sur, emisora de larga trayectoria en Villa El Libertador, Córdoba, propiedad del Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal (CECOPAL).

autores como Ramos (2016) y Gualda (2016) -también desde sus experiencias comunicacionales[28]- plantean el eje de la cooperativización como medio de acceso al trabajo digno para la comunicación popular y comunitaria. Ya aparecen en esos textos los aportes que comienza a realizar el FOMECA en términos económicos para que las radios puedan equiparse tecnológicamente y mejorar sus condiciones para transmitir. En tanto, Segura (2016) engloba el espíritu de estas producciones desde un interrogante que compartimos plenamente y asumimos como propio de nuestra investigación:

> "¿Cómo hacer entonces para que este sector tan necesario para garantizar la pluralidad de voces –siguiendo el espíritu de la LSCA-, no sólo se consolide como productor de sentido, disputando agenda, sino también como espacios generadores de trabajo genuino y salarios dignos?" (p. 74).

También en esta línea pero desde la gestión pública estatal, Vicente (2016) y Ratti (2016)[29] expresan una posición habilitante para los medios comunitarios. Los textos antes mencionados, se acercan decisivamente al objeto de nuestra tesis, en tanto trazan un camino que va desde las preocupaciones del sector por la obtención de legalidad, hacia la búsqueda de condiciones y alternativas para la tan mentada sostenibilidad. A partir de trabajos que vinculan prácticas sociales comunitarias con docencia e investigación, se expresa también Iglesias (2016) respecto de los temas en debate en el momento de mayor volumen de inversión del programa FOMECA (2014-2015):

> "Se dio cuenta de los desplazamientos que se experimentan en los debates dentro del sector que han permitido el abordaje de la problemática de la sostenibilidad a partir de reflexionar sobre la dimensión económica de los proyectos y la gestión del trabajo junto a la participación. En relación a estos

[28] Radio Curva en el caso de Ramos, y Radio Tortuga en el caso de Gualda.
[29] Delegado de AFSCA Córdoba (2013-2015) y trabajador de la delegación, respectivamente.

> últimos aspectos, se pone de manifiesto la preocupación por las fuentes de trabajo y el interés particular por evitar la precarización laboral. Allí se presentan como puntos críticos, las incumbencias profesionales y relaciones con las organizaciones con representación sindical y las asociaciones gestoras de derechos que se presentan como costos ocultos para los servicios de radio sin ánimo de lucro" (p. 135).

Respecto de antecedentes que tematizan específicamente el programa FOMECA, encontramos el de Urioste (2016) quien valora los primeros pasos en la provincia de Córdoba, especialmente en aquellas emisoras que cuentan con licencia -primeras habilitadas para aplicar al Programa en sus inicios-. En términos más generales, Baccaro y Gemignani (2018) abordan el desarrollo de los primeros años de FOMECA (2013-2015) realizando un análisis detallado de cada una de sus líneas y lo que consideran aportes sustantivos al ejercicio del derecho a la comunicación. En la misma línea, y muy reciente, encontramos el trabajo de Caisson, Nicoletti y Estrella (2022), que analiza políticas públicas como FOMECA, Potenciar Trabajo, Manos a la Obra, y su relación con la dimensión económica del sector sin fines de lucro, especialmente en el período 2020-2021. Se constituye así -al menos hasta ahora- en el trabajo más actualizado en sintonía con la presente tesis y uno de los que aborda con mayor centralidad la relación entre las políticas públicas de comunicación vinculadas al sector sin fines de lucro y las propias prácticas de los actores sociales, ampliando además el lente a otros dispositivos de apoyo y financiamiento.

3.1.5 La búsqueda de la sostenibilidad

Un antecedente importante que debemos mencionar es el que se refiere a

materiales que desarrollan contenidos sobre gestión, sostenibilidad, en términos de aportes didácticos a las propias experiencias. En 1998 se publica el *Manual de Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana*, de Claudia Villamayor y Ernesto Lamas, que se convierte en uno de los primeros materiales sobre "gestión" en nuestra región, y aporta elementos conceptuales y metodológicos para fortalecer los procesos de trabajo de emisoras comunitarias. Lo hace desde un lugar de enunciación particular, que es el de la primera persona del plural, asumiendo el lugar de las propias radios "comunitarias y ciudadanas" para provocar -desde un enfoque participativo- cambios organizacionales. Así lo expresan los autores:

> "Una rápida mirada sobre nuestras radios comunitarias y ciudadanas nos habla de problemas que se generan en la falta de coordinación de los equipos o departamentos (programación, financiamiento, prensa, departamento informativo) en la sobredimensión de responsabilidades en alguno de los sectores, falta de definición de los roles y las funciones" (Villamayor, Lamas, 1999, pág. 3).

Sin embargo, no es solamente en las debilidades que plantean poner el foco, sino también en los logros y fortalezas[30]. Desde el punto de vista del modelo de trabajo, presenta tres dimensiones clave a seguir en el proyecto institucional de una emisora comunitaria y ciudadana: a) político cultural; b) comunicacional; c) económica o empresarial. Cabe mencionar estas dimensiones, porque constituyen una forma de abordar la gestión que se ha instalado con fuerza en diversos proyectos, e incluso en varios estudios referenciados aquí.

Otro aporte desde el punto de vista conceptual y metodológico es *La vuelta y media. Reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo* (ALER, 2008), documento que es producto de un proceso de reflexión y sistematización llevado

[30] Retomaremos varios aspectos teórico-conceptuales de esta fuente documental en diversos momentos de la tesis.

adelante por un equipo de radialistas, formadores y formadoras de distintos países latinoamericanos[31]. En éste se explicita un modelo de gestión similar -aunque no idéntico- al de Villamayor y Lamas. Aquí autoras como Gerbaldo, Barrezueta, Montoya -entre otros/as- construyen las bases teóricas del Proyecto Político Comunicativo -PPC- que pretende funcionar como una guía orientadora para que las emisoras comunitarias y populares fortalezcan sus procesos de trabajo. Lo hace a partir de cuatro dimensiones -que luego explicaremos en detalle- que son: a) Construcción de sentidos; b) Estética; c) Incidencia; y d) Sostenibilidad. Encuentra una continuidad con los documentos de diagnóstico mencionados anteriormente (el *Estudio de Vigencia e Incidencia* y *La Práctica Inspira*), con el fin de aportar herramientas que superen dificultades existentes en los proyectos de las radios afiliadas. Al igual que el material de Villamayor y Lamas, su planteo se basa en una pedagogía de la pregunta, con una fuerte impronta de la educación popular de base freireana, y propone que a partir de una serie de interrogantes los equipos de trabajo aborden colectivamente sus tensiones y desafíos. Otro documento de reflexión surgido al calor de la práctica de las emisoras es *Atrapasueños. La sostenibilidad en las radios comunitarias y populares* (2008), en este caso editado conjuntamente por ALER y AMARC[32]. Allí se mencionan e intentan articularse los dos modelos presentados anteriormente; se amplían con aportes de la comunicadora colombiana Amparo Cadavid Bringe y se proponen algunas experiencias de gestión exitosa como marco de referencia inspirador para otras. Aparece también la necesidad de incidir en las políticas públicas de comunicación -y no solamente de comunicación- como tarea y desafío de este tipo de proyectos. Más cercano en el tiempo,

[31] Autodenominados “Elfos”, por ser integrantes del Equipo Latinoamericano de Formación de ALER.
[32] En el marco del Proyecto conjunto *Ritmo Sur,* financiado por las agencias de cooperación internacional Free Voice y CMC.

encontramos una renovación y ampliación de esta metodología conceptual y pedagógica en “Cada radio es un mundo. Guía para el desarrollo del Proyecto Político Comunicativo de una radio comunitaria”, editado por FARCO (Fossaroli, 2023)[33] con elementos específicos vinculados al sector cooperativo de Argentina. Como hemos ya señalado, estos trabajos son a la vez materiales de formación y sistematizaciones de prácticas, que le dan un carácter de aportes a la producción de saberes y conocimientos.

Desde el punto de vista teórico, el comunicador boliviano Gumucio Dagron (2005) aborda también el concepto de sostenibilidad a partir del análisis de diversas experiencias a nivel mundial, vinculado al apoyo económico de tres tipos de actores: las iglesias progresistas, las organizaciones de la sociedad civil y las agencias de cooperación internacional. Complementariamente, agrega organizaciones internacionales como FAO, UNESCO o UNICEF[34], que presentan “componentes comunicacionales” en diversos proyectos de desarrollo y a algunos gobiernos, señalando el carácter “paradójico” de su apoyo a medios indígenas. Por otro lado, no refiere conceptualmente a medios “populares” sino que los adjetiva como “comunitarios, alternativos e independientes”. Señala a su vez que los proyectos que surgen por iniciativa propia de las comunidades y no a partir de factores externos son una excepción. Cabe destacar que, de los distintos ejemplos mencionados, ninguno se sitúa en la Argentina. Desde el punto de vista conceptual, propone ampliar la idea de sostenibilidad netamente económica hacia lo institucional y lo social, que -aunque no lo mencione-, ya venía siendo trabajado por redes como ALER

[33] Editado en el marco de un proyecto financiado por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), organismo estatal responsable de las políticas públicas vinculadas al sector cooperativo y mutual.

[34] Las tres son organizaciones parte de Naciones Unidas: la primera en relación a la alimentación, la segunda a la educación, la ciencia y la cultura, y la tercera a la infancia.

o AMARC. El apoyo estatal se describe vinculado a la amenaza de "injerencia" en los contenidos y línea editorial de los medios, sin aparecer con claridad la posibilidad de una construcción conjunta que permita que estas prácticas se desarrollen en sus propios términos[35]. A diferencia de Villamayor y Lamas, se posiciona como analista externo de las experiencias y no como parte de alguna de éstas, y se constituye como un aporte más analítico y crítico que didáctico/metodológico.

Desde el punto de vista específico de la gestión económico-administrativa de estos medios, la publicación *Como sea. La gestión económico administrativa en radios comunitarias de Argentina*, de Godinez Galay (2017), aborda experiencias y analiza políticas públicas de financiamiento como el FOMECA y la publicidad oficial. Lo hace de modo profundo y exhaustivo, desde un enfoque que recupera postulados vinculados a la libertad de expresión y el derecho a la comunicación (citando a organismos internacionales como UNESCO, OEA[36] y la CIDH[37]), y los asocia con una serie de variables que aplican en un cuestionario realizado a doce experiencias de radios comunitarias argentinas. Los resultados de estas entrevistas semiestructuradas les permiten obtener datos de sumo valor, referidos a las percepciones que los y las integrantes de estos proyectos otorgan a la dimensión económica de sus prácticas radiofónicas. Se valora allí la importancia del Programa FOMECA en sus primeros años de existencia, como así también se describen las dificultades que atravesó durante el gobierno de la Alianza Cambiemos (2015-2019).

[35] "¿Debe el Estado apoyar económicamente a los medios comunitarios? ¿La legislación debe permitir que los medios comunitarios se auto-financien con publicidad? Las dos opciones conllevan riesgos. Si el financiamiento viene del Estado, se corre el riesgo de una injerencia política y administrativa de los gobiernos de turno, como sucede con las radios del Instituto Nacional Indigenista (INI) en México. Y si el financiamiento llega esencialmente a través de la publicidad, se corre el riesgo de caer en manos de empresas privadas que controlan los medios a través de las cuentas publicitarias, como lo hacen con los medios masivos, imponiendo normas y mecanismos de censura". (Gumucio, 2005, pág. 16)

[36] Organización de Estados Americanos.

[37] Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Sin dudas el trabajo de Iglesias (2015) en el cual analiza y compara los modelos de gestión y las estrategias económicas de un conjunto de radios comunitarias de la zona metropolitana de Buenos Aires entre 2005 y 2015, también desde una perspectiva situada, y anclada en un proyecto de emisora comunitaria como Radio Ahijuna (Quilmes, Provincia de Buenos Aires), es otro antecedente de suma relevancia[38].

Consideramos que hasta aquí se presenta un panorama amplio de trabajos que permiten sustentar desde lo teórico, lo metodológico y el análisis diagnóstico nuestro problema de investigación. Nos ocuparemos ahora de desarrollar nuestra perspectiva teórica.

3.2 Perspectiva teórica: conceptos clave en la trama sociohistórica

> *"Hoy ya sabemos que no existe una verdad, previa a nuestro conocimiento, que espera a ser revelada; que el conocimiento es un proceso de construcción y no de descubrimiento"*.
>
> Héctor Schmucler
> Un proyecto de comunicación/cultura

En este apartado nos proponemos desarrollar las coordenadas teórico conceptuales de la tesis. Consideramos que, para el análisis de las transformaciones que se produjeron en las radios comunitarias y populares argentinas a partir del programa FOMECA, en un marco de reacomodamiento de las relaciones entre las políticas públicas de comunicación audiovisual y el sector sin fines de lucro en Argentina,

[38] Podemos agregar también las producciones en formato libro realizadas por emisoras como FM La Tribu, FM Bajo Flores, FM En Tránsito, FM Frecuencia Zero, Radio Encuentro, Radio Estación Sur, entre otras, que dan cuenta de su historia y abordan aspectos singulares de sus trayectorias.

contamos con una perspectiva situada en/desde el campo de la comunicación que intentaremos recuperar para este objetivo.

Es así que nuestro encuadre tomará especialmente en cuenta las siguientes fuentes:

-Los aportes del pensamiento comunicacional argentino y latinoamericano que surge como campo interdisciplinar entre fines de la década del 60 y principios de los 70, resignificando la tradición anglosajona -y también europea- de estudios de comunicación, y generando una matriz teórica propia con un marcado acento crítico, de denuncia, y con una perspectiva política transformadora;

-Los aportes críticos que se producen en el marco de las discusiones entre la teoría del desarrollo y de la dependencia en el continente, donde se construye un marco teórico y metodológico que se opone al difusionismo, la comunicación de innovaciones y los proyectos modernizadores con origen en Estados Unidos a partir de la Alianza para el Progreso y vinculada al enfoque de la educación popular freireana;

-Los elementos de análisis e intervención -teórica, política- que surgen como fruto de los debates sobre un nuevo orden mundial de la información y la comunicación -NOMIC- tanto en el marco de los países no alineados como a nivel de los gobiernos en el marco de la UNESCO, que dan cuenta de la necesidad de equilibrar los flujos de información, cuestionar la concentración mediática corporativa, y dar potestad a los Estados para impulsar políticas nacionales de comunicación -PNC-, de donde surgen conceptos como acceso y participación, claves para entender desde una perspectiva histórico-conceptual las políticas de

fomento al sector de la comunicación sin fines de lucro en el marco de un proceso democratizador;

-Por último, el desarrollo conceptual que se origina en las prácticas latinoamericanas de comunicación popular (y comunitaria, alternativa, educativa, participativa) que abrevando en las tradiciones anteriores y configurando una línea propia, constituye un aporte central para el impulso de las radios del sector sin fines de lucro en Argentina, actor central en esta tesis.

A partir de estos cuatro núcleos teórico conceptuales, desarrollaremos luego las categorías de análisis de nuestra investigación, que nos servirán para construir el marco metodológico que, en base a unos interrogantes clave, orientarán nuestro trabajo de campo.

3.2.1 Años sesenta y setenta: los inicios de la teoría crítica de la comunicación en Latinoamérica

Los estudios de comunicación en nuestro continente surgen en la década de los sesenta como una reacción a los paradigmas vigentes en la época, especialmente frente al funcionalismo norteamericano que, desde la sociología, era predominante en la investigación del campo. Como bien lo señala Mattelart en su *Historia de las teorías de la comunicación* (1995) diversos enfoques habían dominado la producción intelectual durante el siglo XX, en una tradición de confluencia de disciplinas tales como la filosofía, la historia, la psicología, la biología o la cibernética, con tensiones al interior de cada una de éstas a partir de los límites que marcaron las distintas escuelas, corrientes y tendencias. En los años sesenta, el paradigma hegemónico

sostenía el herramental teórico y metodológico heredero de la teoría de la información norteamericana, apoyada en la idea de unos medios de comunicación cuyo rol central era la difusión y la propaganda, tanto para concretar objetivos gubernamentales como así también para satisfacer necesidades del mercado, empresas y corporaciones comerciales, en una lógica claramente instrumental. Si bien esta concepción se hizo fuerte en el contexto previo a la Segunda Guerra Mundial, se complementó con los postulados centrales de la Mass Communication Research, acompañando el avance hegemónico de los Estados Unidos en la denominada Guerra Fría[39]. Sostiene Mattelart:

> "La observación de los efectos de los medios de comunicación en los receptores, la evaluación constante, con fines prácticos, de los cambios que operan en sus conocimientos, sus comportamientos, sus actitudes, sus emociones, sus opiniones y sus actos, están sometidas a la exigencia de resultados formulada por quienes las financian, preocupados por evaluar la eficacia de una campaña de información gubernamental, de una campaña de publicidad de una operación de relaciones públicas de las empresas, y en el contexto de la entrada en guerra, de las acciones de propaganda de los ejércitos". (1995, p. 34).

Esta base teórica dio lugar en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) de Estados Unidos a los trabajos de investigadores como Daniel Lerner, quien se propuso en los años cincuenta analizar los efectos de los mensajes de los medios en función del desarrollo y la modernización, según el punto de vista occidental / norteamericano:

> "Los años cincuenta y sesenta ven florecer una multitud de estudios que hacen operativa esta `teoría de la modernización` hacia la cual convergen

[39] A esta concepción clásica, se sumaría luego la novedad de Paul Lazarsfeld y su estudio The People's Choice (1944) en el cual identifica el rol de los líderes de opinión en la construcción del voto, inaugurando el concepto de "two step flow", o doble flujo, matizando la influencia omnipotente de los medios de comunicación de masas.

múltiples autores (Schramm, 1964; Pool, 1963). Todos vislumbran el final del subdesarrollo como el paso de la `sociedad tradicional` a la `sociedad moderna` (...) En esta movilización para la modernización, el medio de comunicación se convierte en forma completamente natural en el agente de modernización por excelencia (...) El equipamiento con instrumentos tecnológicos es el testimonio de este progreso al alcance de todos". (Ibid, p. 40)

Este paradigma hegemónico de la comunicación se nutre también del enfoque sistémico, basado en el análisis de las conductas humanas para su adaptación al entorno, a fin de mantener el equilibrio social; también de la teoría de la información de Shannon y Weaver, centrada en la unidireccionalidad del mensaje entre emisor y receptor -a través de un *canal*, mediante un *código*, en un *contexto* determinado- y con la posibilidad del *feedback* -o "retroalimentación"- entre los polos de la comunicación[40]. Según Mattelart,

> "En el horizonte de estas preocupaciones surge una reflexión operativa situada en el contexto de la guerra fría: el equilibrio del poder, la seguridad colectiva, el gobierno mundial. La presión de la peritación es tan fuerte que Ithiel de Sola Pool, profesor en el MIT, no duda en dedicarse plenamente, a petición del Pentágono, a la formulación de un modelo (...) que alimente las estrategias insurreccionales (...) en el sudeste de Asia y América Latina" (Ibid, p. 49).

En abierta contradicción con este enfoque, que consideraba a los medios de comunicación como nuevos instrumentos de la democracia moderna y factores clave en la reproducción de los valores del orden social, nos encontramos con una perspectiva crítica, que vincula los procesos de comunicación como objeto de estudio a elementos conceptuales como industria cultural, ideología y poder, a través de los postulados de la Escuela de Frankfurt. Ya desde la década del 30,

[40] No obviamos aquí la existencia de otras corrientes de estudios de la comunicación como la Escuela de Palo Alto, la etnometodología, el enfoque de usos y gratificaciones o los estudios culturales ingleses. Lo que intentamos evidenciar es la continuidad de un paradigma hegemónico que asocia comunicación con difusión desde una perspectiva instrumental, que no considera al sujeto y su entorno sociocultural.

desde una perspectiva marxista y perseguidos por el nazismo en Alemania, filósofos como Theodor Adorno y Max Horkheimer construyen un herramental teórico que se propone analizar la cultura desde un enfoque totalizador, interesado en conocer de qué modo los medios de comunicación constituyen factores de alienación de los individuos y las masas en el sistema capitalista. La cultura es reconocida en su carácter de mercancía (Benjamin, 1936) y la circulación de sus bienes ubicada en el marco de un sistema de producción industrial que perpetúa la dominación de clase. Una racionalidad técnica se impone sobre el pensamiento y la sociedad en su conjunto, configurando una sociedad unidimensional, según los términos de filósofos como Herbert Marcuse (1964). Es precisamente la influencia de *Frankfurt* la que inspirará al venezolano Antonio Pasquali a realizar sus primeros estudios en el campo, construyendo los pasos pioneros del pensamiento comunicacional latinoamericano[41]. Lo hará a partir de su obra *Comunicación y Cultura de Masas*, de 1963. Señala allí:

> "El tipo y el nivel de cultura que exhiben los grupos sociales está en función de sus medios de comunicación del saber, según una relación tanto más causal cuanto más subdesarrollada sea la cultura en cuestión. Debido a la especialización que el uso de tales medios implica en la actualidad, el saber pasa a manos de un reducido núcleo de agentes transmisores, quienes actúan como funcionarios y `expertos` de grupos de presión ajenos a las esferas culturales, para canalizarlo y enviarlo al dilatado ámbito de individuos receptores (...) quedando reducida su difusión popular a una relación unilateral entre una oligarquía informadora convertida en *élite* y una muchedumbre indiferenciada de receptores, convertida en masa". (Pasquali, 1963, p. 41)

Posicionándose desde su oficio de sociólogo, deja en claro su crítica al enfoque funcionalista, de un sistema mediático en el cual unos pocos emisores

[41] Según la denominación adoptada por José Marqués de Melo (2009): *Pensamiento comunicacional latinoamericano. Entre el saber y el poder.*

concentran la capacidad de informar y detentan además la producción del saber, mientras que una masa de individuos se limita a su rol receptor y absorbe acríticamente información y conocimiento: "los medios de comunicación configuran y delimitan formas del saber, las cuales determinan y tipifican a un grupo social" (ibid.) Según Pasquali, la sociedad no es posible si no hay una construcción conjunta del saber y el conocimiento: lo que denomina *consaber*. De allí que *comunicación* se asocia a *relación social*, mientras que *información* a la mera *transmisión de datos*. Consideramos aquí que la diferenciación entre los distintos modelos de comunicación, que podemos caracterizar como unidireccional/hegemónico por un lado, y dialógico/participativo por otro, nos va a permitir sustentar teóricamente nuestro objeto de análisis, que son las prácticas comunicativas de las radios comunitarias populares argentinas en relación con las políticas públicas estatales.

Para Luis Ramiro Beltrán -otro de los fundadores del pensamiento comunicacional latinoamericano- Pasquali:

> "Diferenció la información unilateral, mecánica y poco racional, de la comunicación, bilateral, interactiva y racional. Acotó que la información es masificante y dominadora, en tanto que la comunicación es individualizante y ajena al sometimiento del receptor de los mensajes al emisor de ellos. Hizo análisis crítico de los medios, especialmente los audiovisuales, en su país. E iría a proponer más tarde bases para una política de comunicación y cultura para él mismo". (2007, p. 3)[42].

Diferenciándose radicalmente de la teoría matemática de la comunicación, Pasquali afirma: "Sólo es pues, auténtica comunicación la que se asienta en un sistema de relaciones simétricas, en una paridad de condiciones entre emisor y

[42] Pasquali ocupó un rol central en la producción de conocimiento crítico en materia comunicacional, siendo fundador en Venezuela del Instituto de Investigaciones en Comunicación (ININCO). Cobró protagonismo durante el gobierno del presidente Carlos Andres Pérez (1974-1979), durante el cual diseñó conjuntamente con otros investigadores de la comunicación el proyecto RATELVE.

receptor" (p. 44). Este enfoque dialógico será retomado por otros teóricos de la comunicación en años posteriores, e incluso impactará en la teoría y metodología de la educación popular que tendrá al brasileño Paulo Freire como referente central[43] y tomaremos como antecedente de las prácticas de las radios comunitarias y populares. Si consideramos este trabajo inaugural de Antonio Pasquali como parte de la matriz fundacional del pensamiento comunicacional latinoamericano, podemos sostener entonces que este enfoque nace dialógico y crítico, diametralmente opuesto al paradigma funcionalista norteamericano vigente a mediados del siglo XX. Podemos decir que esta perspectiva atravesará los debates académicos, de docentes e investigadores, pero también de políticas de comunicación y actores gubernamentales, como así también de movimientos sociales, militantes y activistas, a lo largo de seis décadas y hasta el presente. Es decir que las trayectorias teóricas se corresponderán necesariamente con prácticas concretas, en un proceso de diálogo permanente en la que se alimentarán e interpelarán mutuamente.

En los años sesenta es posible reconocer otra tradición fundacional de estudios de comunicación en nuestra región: la perspectiva de estudios semióticos. Su referente central es Eliseo Verón, que junto a otros académicos formados en Francia comienza a indagar en la trama ideológica de los mensajes (Martín Barbero, 2002, p. 53). Las significaciones se constituyen en materia de análisis de un

[43] El investigador argentino Jorge Huergo (s/f) revisa esta dicotomía y -varias décadas más tarde- se pregunta si no está eludiendo la dimensión del conflicto y el poder, inherente a las relaciones humanas: "Dónde encontrar un estado de total reciprocidad o de condiciones libres e igualitarias? ¿Es posible aislarse de los lazos de hegemonía, por ejemplo?" y lo vincula por un lado con la perspectiva contractualista de autores como Habermas, y con el pensamiento utópico propio del contexto de los años sesenta. También lo asocia con la matriz cristiana renovadora que en la época comenzaba a interesarse por los medios de comunicación, tanto desde el análisis como desde la práctica, como podremos ver en la creación del movimiento de radios educativas y populares algunas páginas más adelante.

conjunto de investigadores que provienen de los estudios literarios, que encontrarán en los medios operaciones discursivas en las cuales se inscriben significados que expresan la ideología dominante, es decir, la forma de ver el mundo de los grupos concentrados de poder: “la significación es el producto de un trabajo social, de una práctica que opera dentro de la sociedad” (Ibid.), de tal modo que no puede separarse la producción de mensajes de la sociedad en su conjunto . El trabajo presentado por Eliseo Verón en el año 1967 en Buenos Aires, publicado posteriormente bajo el título *Conducta, estructura y comunicación*, desarrollará desde la teoría y la práctica aplicada, un método de análisis que facilitará la develación de los procesos ideológicos en la producción discursiva en los medios de comunicación. En esta nueva perspectiva, superará el concepto de ideología proveniente del marxismo, según el cual ésta se produce en el plano de la superestructura como reflejo de la base material de la sociedad. Según Verón la ideología constituye “una dimensión central de las condiciones materiales mismas, puesto que determinan la significación de las conductas sociales y las condiciones materiales no son otra cosa que relaciones sociales” (1996; en Martín Barbero, 2002, p. 54). La comunicación encuentra aquí un enfoque de análisis -ya no de raíz sociológica sino lingüística- cuyo fin es dar cuenta de las operaciones ideológicas, tratando de comprender su lógica y sus principios estructurantes. Beltrán a su vez agrega:

> “Verón estudió el papel de la ideología en la comunicación masiva, advirtiendo que no debía confundirse la función expresiva de los mensajes con su operación ideológica. En consecuencia, planteó que es responsabilidad del comunicólogo revelar la real función de los mensajes más allá de la aparente.” (Beltrán, 2007, p. 4).

El análisis desde la comunicación en tanto proceso de develación y desenmascaramiento de "lo que hay detrás" de las superficies materiales discursivas será central en esta época.

Según diversos intelectuales latinoamericanos que han estudiado este contexto de surgimiento -como Beltrán, o Martín Barbero- ambas corrientes de estudios de comunicación -si bien se nutren de enfoques teóricos diferentes- comparten una misma intencionalidad: la intervención política para la transformación social. En unos convulsionados años sesenta, las primeras teorías latinoamericanas se proponen modificar un orden económico, social, político y cultural que consideran dependiente y desigual: "si la comunicación es escenario privilegiado de la dominación ideológica no se trata entonces solamente de *comprender* el funcionamiento discursivo de la ideología sino de *hacer frente* a las implicaciones prácticas de su dudosa neutralidad"[44] (Martín Barbero, 2003, p. 46). Ideología y clase social aparecerán íntimamente ligados en los primeros pasos de la investigación en comunicación latinoamericana, en clave de denuncia y desenmascaramiento de operaciones semánticas que circulan a través de la industria cultural. En el estudio más significativo de la época, *Para leer al Pato Donald* (Dorfman, Mattelart, 1972), por ejemplo, se analiza el mundo de Walt Disney como discurso de propaganda del estilo de vida norteamericano, sus valores y costumbres, en clave marxista: "donde una clase social es dueña de los medios de producir la vida, también esa misma clase es la propietaria del modo de producir las ideas, los sentimientos, las intuiciones, en una palabra el sentido del mundo" (p. 152). En esta clave, el argentino Héctor Schmucler participó en estos momentos

[44] Podríamos agregar, en sintonía con aquella Tesis 11 de Marx: "los filósofos se han encargado de interpretar de diversos modos el mundo: de lo que se trata es de transformarlo", haciendo un correlato con los y las analistas de la comunicación.

fundacionales del campo comunicacional desde una perspectiva crítica. Consideró que una de las acciones a seguir implicaba analizar "(...) el papel de los estudios de comunicación como denuncia, como análisis de las formas en que el sistema dominante coagulaba, ayudaba a constituir la ideología dominante" (1996, p. 40). Fundador de la Revista *Comunicación y Cultura*, protagonizó investigaciones, publicaciones, congresos, seminarios[45], que especialmente desde 1973 construyeron los cimientos del pensamiento crítico comunicacional argentino y latinoamericano:

> *"Comunicación y Cultura* era la revista de lo que se llamó Escuela Crítica. Era el pensamiento crítico en los estudios de comunicación en América Latina, fuertemente marcado -lo mismo que la escuela crítica frankfurtiana (...) marcado por una matriz marxista. *Comunicación y cultura* tenía ese sesgo, no se definía como marxista pero era evidente" (p. 41).

Como veremos más adelante, estos estudios se vincularon por un lado con las prácticas de los movimientos sociales y políticos que impulsaban una transformación radical de la sociedad, y también con los gobiernos y organismos internacionales que fijaron en su agenda el diseño de políticas de comunicación que, con un rol central del Estado, pudieran aportar a desmontar los desequilibrios comunicacionales que ya estaban instalados a nivel global desde los países centrales -especialmente Estados Unidos- como parte de su estrategia de dominación imperialista. Así lo definen en su primera edición (1973):

> "La función que se propone cumplir *Comunicación y Cultura* es la de establecerse como órgano de vinculación y de expresión de las diversas experiencias que se están gestando en los países latinoamericanos, en el campo de la comunicación masiva. Evidentemente, no se trata de asumir

[45] En 1973 dictó junto con Nicolás Casullo un Seminario en la Carrera de Letras de la Universidad de Buenos Aires sobre análisis de medios masivos, lo que constituye una de las primeras aproximaciones al estudio de los medios en Argentina.

> cualquier experiencia, sino las que favorecen a los procesos de liberación total de nuestras sociedades dependientes. Esta norma de prioridad política será la línea de demarcación que trazará la revista para recoger sus temáticas, sus centros de interés, sus lectores y colaboradores (...) A partir de los niveles de conciencia alcanzados por el pueblo organizado en su lucha por la emancipación, se están gestando alternativas reales a la comunicación y cultura diseñadas por las clases dominantes para servir a sus intereses".

Se expresa allí la necesidad de una íntima relación entre investigación y práctica política de transformación, a partir de una caracterización de la realidad en la cual el poder de las grandes corporaciones empresariales se manifestaba en el campo de la comunicación, lo cual perpetuaba la dependencia de los países latinoamericanos demandando una práctica urgente:

> "Al manifestar la íntima articulación de la lucha ideológica con las otras instancias del proceso de liberación, una redefinición debe tomar en cuenta la multitud de respuestas que los sectores dominados[46] ofrecen en su práctica cotidiana orientada a resistir el viejo sistema para construir el orden nuevo (...) A partir de esta lucha no exenta de contradicciones, deben emerger los gérmenes de una nueva teoría y una nueva práctica de la comunicación que, en definitiva, se confundirá con un nuevo modo total de producir la vida hasta en los aspectos más íntimos de la cotidianeidad del hombre (...). Nuestro cuestionamiento de la "comunicación" transita también por el enjuiciamiento de los otros aparatos de difusión masiva de ideología, en particular el sistema educativo (...) En torno a esta lucha multifacética deberán nuclearse los diversos intereses y las diversas investigaciones en materia de comunicación, tanto las que tratan de expresar los nuevos proyectos embrionarios de cultura de las masas, como las que procuran analizar -desde una perspectiva política- las acciones y tácticas de la burguesía y el imperialismo en la batalla ideológica que, bajo modalidades distintas, se está librando a diario en nuestros países"[47].

Esta perspectiva teórica generó también sus polémicas. No solamente la clásica entre los colectivos editores de las revistas *Comunicación y Cultura* -encabezadas por Schmucler- y *Lenguajes* -cuya figura central era Eliseo Verón-

[46] Dentro de las respuestas de los sectores dominados ubicamos a las prácticas de comunicación popular y comunitaria.

[47] Puede identificarse aquí también la influencia del pensamiento marxista de Louis Althusser, que acuñó desde la sociología francesa el concepto de aparatos ideológicos del estado (AIE).

acerca de la relación entre ciencia e ideología, sino también desde figuras intelectuales como la de Heriberto Muraro, otro de los referentes del campo en sus inicios. Proveniente de la sociología y los estudios de opinión pública, Muraro se encargó tanto de la crítica hacia el modelo del funcionalismo norteamericano heredero de la *Mass Comunication Research* como de lo que denominó el "denuncismo" de los estudios de origen marxista, encuadrado dentro de la denominada *teoría de la manipulación*, especialmente por el rol asignado a los sujetos *receptores*, es decir, al *pueblo*. Señaló así que

> "Una teoría de la manipulación consecuente, en términos de las masas dominadas políticamente por burguesías internacionales monopólicas en base a una especie de hipnosis ideológica, derivaba necesariamente en una subestimación de la capacidad de la gente para reflexionar y tomar sus decisiones por sí mismas"[48] (1996, p. 78)

Y agregaba:

> "A mi juicio, la teoría de la manipulación partía de un supuesto tan loco como dar por sentado que las masas podían ser domesticadas a cambio de nada. Esto no podía ser; en el fondo de todo disciplinamiento siempre hay una transacción". (p. 80)

En éste, uno de los textos icónicos de Muraro, *Neocapitalismo y comunicación de masa*[49], analiza en profundidad el problema de los monopolios de la comunicación a nivel internacional -en especial de las empresas concentradas norteamericanas- en el contexto de los años setenta y en plena Guerra fría, e intenta

[48] Afirmación que se vincula con los posteriores estudios de recepción, que ocuparon la escena de la investigación latinoamericana desde la década del ochenta -cuyo concepto clave fue el de "mediaciones", acuñado por Jesús Martín Barbero-. Líneas teóricas, además, que recuperaron el legado de los estudios culturales ingleses (Hall, 1980) en clave de relación entre la producción, circulación y consumo de producciones discursivas.

[49] Libro cuyos primeros esbozos fueron publicados en la Revista Crisis dirigida por el escritor Eduardo Galeano en 1973 (Muraro, 2014).

comprender el alcance del concepto de manipulación, mostrándose reticente a aceptarlo en toda su plenitud. “Sea o no eficaz, la manipulación es un concepto fundado en la *sospecha* de que los medios persiguen la difusión de valores propios de una minoría en contra de las masas” aunque también aporta que “éste tiene el inconveniente de atribuir, cuando se lo emplea como clave de la estructura ideológica de nuestra época, un carácter omnipresente a la comunicación de masas” y agrega “como si los medios fueran fuerzas independientes capaces de modificar y triturar a su antojo toda toda forma colectiva de la conciencia nacional y de clase”[50]. Si bien considera que el concepto puede aceptarse de forma restringida -ya que algo de cierto hay en que los medios influencian a las personas- es necesario complejizar el análisis reconociendo otras dimensiones especialmente del lado de la recepción. Unos años más tarde dirá en una entrevista que “sin duda, la teoría crítica latinoamericana hizo muchos aportes al campo del conocimiento de la industria y de los procesos culturales, pero tenía, como toda teoría, gruesas anteojeras” (2006, p. 80).

Como podemos ver, los estudios de comunicación en Argentina fueron delimitando sus contornos teóricos como emergentes de un contexto político y social signado por el avance de las luchas revolucionarias y de transformación social a nivel latinoamericano y en el denominado Tercer Mundo. De hecho, sus intelectuales fueron militantes políticos y políticas, que debieron exiliarse a raíz de la

[50] Es muy interesante el análisis de Muraro respecto de la influencia de los medios masivos en el contexto argentino durante los 18 años de proscripción del peronismo (1955-1973), sosteniendo que, si sus efectos fueran tan omnipotentes, hubieran obstaculizado la vuelta del líder a partir de una manipulación de las creencias y sentimientos de la mayoría de la sociedad argentina. Reconoce así la importancia de las múltiples formas de comunicación no mediatizadas que se manifiestan en el seno de la sociedad en contraposición con la omnipresencia tecnológica.

persecución feroz que desató primero la Triple A[51] y luego la dictadura militar iniciada en marzo de 1976. Este exilio no interrumpió el desarrollo de sus investigaciones sino que, por el contrario, impulsó nuevos procesos de producción de conocimiento en el marco de organizaciones nuevas. El Instituto Latinoamericano de Estudios Trasnacionales (ILET) en México, por ejemplo, alojó referentes como Nicolás Casullo, quien se dedicó a dar continuidad a los estudios del campo[52]:

> "Conformamos un equipo que se planteó en análisis de la comunicación en relación a las crisis teóricas, a las limitaciones del marxismo y de distintos populismos, al recorrido y consecuencias de lógicas y variables técnicas, a las nuevas problemáticas de la democracia, al recorrido del campo disciplinario en la última década, a la declinación y nacimiento de actores sociales, al debate sobre las propias referencias civilizatorias que fundaban los saberes, a la necesidad de jerarquizar el campo de estudio y propender a un investigador en comunicaciones que se abriese a preguntas importantes sobre la suerte del hombre en la cultura capitalista. (Casullo, 1996, p. 16)

Sin dejar de lado la perspectiva crítica, abrirán el juego a otras dimensiones de análisis e intervención político-intelectual, sosteniendo que

> (...) lo comunicacional y sus políticas, sus experiencias, se inscribían en irreversibles lógicas más amplias, civilizatorias, de desarrollo, de progreso, de concepción de vida, siempre omitidas en los análisis, pero que determinaban por encima de las llamadas formas alternativas o de cambio histórico o de nuevo modelo de sociedad comunicacional. (Casullo, 1996, p. 18).

Irán entrando así en una nueva etapa de los estudios de comunicación, hacia

[51] Alianza Anticomunista Argentina (AAA), grupo paraestatal que ejerció la violencia política armada durante el gobierno de Isabel Perón (1974-1976) y fue el antecedente inmediato de la represión desatada durante la dictadura militar (1976-1983).

[52] Las historias de investigadores en comunicación que desarrollan una intensa labor en el exilio son numerosas. Para nuestro trabajo es clave la experiencia de María Cristina Mata, referente central en los estudios sobre comunicación popular, que migró desde la provincia de Córdoba a Perú y se sumó al equipo del Centro Ecuménico Latinoamericano de Educación Popular (CELADEC) desde donde desarrolló una intensa práctica de reflexión sobre estas cuestiones, además de participar en experiencias de campo. Estos trabajos y muchos posteriores se compilaron en el libro *Indisciplinada* (Mata, 2023).

la década de los ochenta, que desde las consecuencias nefastas de la dictadura y sus políticas autoritarias realizarán una transición hacia las condiciones de posibilidad de la comunicación en un nuevo contexto democrático[53]. De este modo, se va constituyendo una trama que articula procesos políticos, desarrollos teóricos y la emergencia de un nuevo tipo de experiencias comunicacionales a nivel nacional y continental. Entrarán en escena entonces los medios de comunicación que consideramos clave en esta tesis, las radios comunitarias y populares, aunque de éstas nos ocuparemos un poco más adelante. Intentaremos ahora caracterizar conceptualmente una de sus vertientes más importantes -que antecede al inicio de sus primeras y experimentales transmisiones-, que es la *comunicación educativa popular*.

3.2.2 La comunicación entre el Desarrollo y la Dependencia

La impronta conceptual del difusionismo, del propagandismo, del unidireccionalismo, de la teoría de la información y el funcionalismo se hizo presente en nuestro contexto geopolítico a partir de los conceptos y las políticas del modelo desarrollista. Según Mattelart, "fue en 1949 cuando la noción de *desarrollo* apareció en el lenguaje de las relaciones internacionales para designar, por mediación de su contrario -el *subdesarrollo*- la situación de parte del planeta que todavía no tenía acceso a las ventajas del progreso" (2003: 215). Según el autor, la estrategia estaba destinada a frenar el avance del comunismo a nivel planetario, en una segunda posguerra donde el mundo se dividía entre la influencia de Estados

[53] En 1985, por ejemplo, muchos de estos investigadores e investigadoras -ya regresados al país- serán fundadores de la Carrera de Ciencias de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA).

Unidos y la fortalecida Unión Soviética. “La ideología del progreso se metamorfoseaba en ideología del desarrollo. La comunicación y sus técnicas estaban llamadas a ocupar un puesto de vanguardia” (Ibid.). Agrega Mattelart que “Hasta diez años más tarde, en 1958, no aparecerá la primera obra sobre la posible contribución de los medios al *desarrollo* de los países del *tercer mundo.* Su título: *The passing of the tradicional society.* Su autor es Daniel Lerner, especialista en guerra psicológica (…)”. Agrega también: “Modernización = desarrollo: la homologación se realizó tan pronto como el libro de Daniel Lerner se convirtió en un clásico”. Otra obra que destaca el investigador francés es *Mass media and national development*, de Wilbur Schramm (1964): “Este último libro llegó, incluso, a ser reeditado por la UNESCO[54] donde se convirtió en obra de referencia a lo largo de toda la década” (Ibid.). Debe notarse que estas teorías son las que entran en contradicción con los estudios pioneros en comunicación que definimos en el apartado anterior: son combatidos no solamente desde los conceptos sino sobre todo desde las prácticas políticas. Para ahondar en este contexto, retomaremos a Waisbord:

> “La comunicación para el desarrollo tiene su origen en los programas de ayuda internacionales de la posguerra para los países de Latinoamérica, Asia y África que estaban luchando contra la pobreza, el analfabetismo, la mala salud y la falta de infraestructura económica, política y social (...) se refiere a la aplicación de estrategias y principios de comunicación en el mundo en vías de desarrollo. Deriva de las teorías de desarrollo y cambio social que definían los principales problemas del mundo de posguerra en términos de falta de desarrollo o progreso equivalente al de los países occidentales (...) tienen su raíz en el optimismo de mitad de siglo sobre la posibilidad de que gran parte del mundo poscolonial pudiera finalmente 'cubrir la brecha' y parecerse a los países occidentales (…) El desarrollo originalmente significaba el proceso por el cual las sociedades del Tercer Mundo podían convertirse en sociedades como las occidentales desarrolladas, medido en términos de sistema político, crecimiento económico y niveles de educación (…) era sinónimo de democracia política, crecientes niveles de productividad e industrialización, altas tasas de

[54] En tanto organismo internacional que nuclea diversos países, la UNESCO será sede de diversos debates en materia comunicacional a lo largo de su historia.

> alfabetismo, mayor esperanza de vida, etc. (…) Se suponía implícitamente que había una forma de desarrollo, expresada en los países desarrollados, que las sociedades subdesarrolladas debían reproducir" s/f: 1/2)

Pensados en un sentido lineal, los procesos comunicativos debían estar al servicio de una serie de prácticas "modernas", donde la inclusión de artefactos técnicos era central para superar situaciones de pobreza y atraso, tanto económico como sociocultural. De este modo, información y comunicación se asocian principalmente con su dimensión técnica. Los países latinoamericanos eran considerados tierra fértil para un conjunto de "innovaciones" para hacer más eficientes los procesos productivos tanto rurales como urbanos, y los medios de comunicación debían ser un instrumento favorable a esos cambios. Otro de los elementos fundamentales del modelo de comunicación para el desarrollo está representado por la necesidad de imponer *cambios en el comportamiento* (lo que en psicología se denomina *behaviorismo* o conductismo): la premisa que conducía estas prácticas era que las personas actuaban erróneamente a partir de la falta de conocimiento y esto constituía un obstáculo para su crecimiento. Por ejemplo, frente a determinadas enfermedades, la ausencia de información sobre sus formas de contagio era la principal razón de su carácter epidémico; esta forma de ver el problema no prestaba atención a determinantes estructurales -por ejemplo la falta de redes de agua y cloacas o el hacinamiento- como factores no unívocos pero sí centrales en el abordaje de los problemas. Un representante del modelo *difusionista* es Everett Rogers, de la Universidad de Stanford, Estados Unidos, quien hacia 1962 planteaba como horizonte:

> "Un tipo de cambio social en el que se se introducen nuevas ideas en un sistema social con el objeto de producir un aumento de las rentas per cápita y

de los niveles de vida a través de métodos de producción más modernos y de una organización social perfeccionada"[55].

En *La comunicación de innovaciones,* Rogers describe su interés por una clase especial de comunicación, aquella destinada a "la difusión de ideas y prácticas nuevas o innovaciones" (1974: 1). El principal obstáculo para la adopción de innovaciones, según Rogers, es la cultura de la población[56]. Algunos de estos autores[57] alimentaron conceptualmente el modelo *desarrollista* en UNESCO, que en los años setenta abrirá el juego hacia otros debates.

Como contrapartida de este modelo, se erigió un conjunto de reflexiones críticas que dieron lugar a lo que se denominó *paradigma de la dependencia*. Autores como Schenkel afirman que:

> "El vertiginoso desarrollo de las comunicaciones, especialmente de los medios electrónicos, es uno de los fenómenos más sobresalientes de la revolución científico-tecnológica de la actualidad (...) Sin embargo, en lo que se refiere a los países atrasados, este desarrollo no deja de suscitar serias inquietudes. (...) Por más que sociólogos y comunicadores vienen insistiendo en la necesidad de utilizar los medios de comunicación social para promover programas y proyectos de desarrollo económico y social, para estimular la concientización y participación de las mayorías en los procesos de transformación (...) los sistemas de comunicación imperante siguen sirviendo a otros dioses" (en García, 1980, p. 9).

Y señala la necesidad de que esos procesos no sirvan a intereses extranjeros sino a los propios países latinoamericanos:

---

[55] Según cita Huergo (2001: 2) de su obra *The diffusion of innovations,* Glencoe, Free Press.

[56] Un excelente ejemplo de fracaso de la perspectiva de comunicación para el desarrollo es el caso de la comunidad peruana rural de Los Molinos, donde se intenta implementar una estrategia de salud pública que choca con las creencias culturales de sus pobladores (Rogers, 1976, p. 5).

[57] A mediados de los años 70, Rogers revisó sus concepciones teóricas y avanzó hacia el desarrollo de un modelo más participativo. En un texto que denominó "Comunicación y desarrollo: Superación del Paradigma Dominante" (1976) sostuvo que el desarrollo debía ser un amplio proceso de participación en el cambio social de toda una sociedad, que intenta hacer progresar social y materialmente a la mayoría del pueblo, haciéndole alcanzar un mayor control sobre su entorno; y todo ello, dentro de una mayor igualdad, una mayor libertad y otro valor cualitativo" (Mattelart, 2003: 238).

> “En el subcontinente existe una estructura de poder de los medios de comunicación, estrechamente unido al sistema internacional de comunicación, que utiliza la comunicación fundamentalmente para el mantenimiento de los sistemas sociales imperantes, para el statu quo del sistema capitalista de desarrollo, en apoyo de las fuerzas económicas dominantes que se benefician de él y en contra de reformas y tendencias que podrían significar una violentación del régimen de desigualdad socioeconómica, y del estancamiento cultural existente” (Idem p. 10).

Aquí se da entonces una disputa central entre dos modelos antagónicos: “mientras una posición ha sostenido que el problema (del subdesarrollo) se debía principalmente a la falta de información entre las poblaciones, la otra sugirió que el problema de base era la desigualdad de poder” (Waisbord, s/f: 2). En un caso, la información es considerada desde su lugar de carencia, sin tomar en cuenta las condiciones estructurales desde el punto de vista *económico* (las desigualdades de clase, de calificación laboral, de tenencia de la tierra), *social* (la segregación urbana, las migraciones), *cultural* (la división entre cultura alta y baja, la desvalorización de la cultura popular frente a “lo culto y civilizado”). Además, la información que se propone suministrar es generada unilateralmente (desde las direcciones de los programas de desarrollo hacia los beneficiarios) sin tomar en cuenta la opinión de los mismos. En la comunicación educativa popular, la comunicación es un proceso complejo donde se toman en cuenta los saberes de los participantes de las acciones, considerados sujetos de la misma y no meros receptores de mensajes fabricados por otros/as. Llegamos así a un nuevo enfoque. Según Waisbord, el concepto de *dependencia* “originalmente desarrollado en Latinoamérica, fue forjado por teorías marxistas y críticas según las cuales los problemas del Tercer Mundo reflejaban la dinámica general del desarrollo capitalista” y agregaba que los problemas de desarrollo “respondían a la distribución desigual de los recursos

creada por la expansión global del capitalismo occidental" (Waisbord, s/f: 17). Se pensaba que los problemas de los países que no formaban parte del denominado Primer Mundo no eran consecuencia de su cultura, o su atraso en términos de conocimiento, sino de la posición subordinada que ocupaban en el escenario mundial:

> "Dado que los programas venían de afuera, las comunidades sentían que las innovaciones no les pertenecían a ellos sino al gobierno y por lo tanto esperaban que éste solucionara las cosas cuando andaban mal (…) Se pedía a la gente que cambiara prácticas ancestrales en base a una forma de conocimiento extranjera que descartaba sus tradiciones en nombre del conocimiento "verdadero". (Ibid.)

En el marco de este enfoque, surge entonces lo que conocemos como comunicación educativa popular, corriente que da carnadura teórica y metodológica a las prácticas de las radios comunitarias y populares argentinas, sujetos principales de este trabajo. Ya Mario Kaplún[58] en su obra clásica, *El comunicador popular*[59] (1996) -fuente de consulta imprescindible para quienes llevaron a cabo experiencias de educación y comunicación en nuestro continente desde inicios de la década de los ochenta- señalaba la existencia de un enfoque *exógeno* (impuesto desde fuera de los sujetos) y otro *endógeno* (surgido de la relación entre los mismos).

Dentro del primero encontramos dos modelos:

a) Aquel que pone énfasis en los *contenidos* (educación y comunicación tradicional); y

b) Aquel que pone énfasis en los *efectos* (teorías del comportamiento).

[58] Basándose en el comunicador paraguayo Juan Díaz Bordenave.
[59] Su primera edición es de 1985.

El primero es el modelo de transmisión de contenidos tradicional de la escuela -"bancaria" en términos de Paulo Freire- o de los medios masivos de comunicación. El segundo, es la versión "moderna" del primero, donde se incorporan recursos tecnológicos pero siguiendo una lógica donde el participante/receptor tiene un lugar pasivo -el modelo clásico del desarrollismo-.

El modelo "c) Aquel que pone énfasis en el proceso" se corresponde con la educación y la comunicación popular. Se habla de una pedagogía "endógena" porque se intenta no copiar modelos importados ni empaquetados, que no parten de la cultura e identidad local, sino que configuran un receptor homogéneo y pasivo, que debe incorporar los mismos contenidos más allá de su ubicación en el mapa social. Este sería el caso de los dos primeros modelos. El *endógeno* en cambio ubica al sujeto en un lugar central, reconociendo sus saberes previos, su marco histórico y social, sus códigos y su cultura.

> "Llamaremos entonces *comunicación educativa popular* a un conjunto de prácticas que históricamente han considerado a los sujetos como protagonistas en el proceso de comunicación / educación y en la construcción de sentidos compartidos en relación a la realidad que los rodea"[60].

Podríamos denominar también este enfoque como *modelo dialógico,* o intersubjetivo. Frente a las estrategias de invasión cultural de los monopolios extranjeros, se vuelve una necesidad la construcción de un nuevo paradigma comunicacional que tome en cuenta las voces y miradas de los sujetos en el entramado de lo cultural y lo político, que recupere sus voces y puntos de vista y tienda a su socialización. Otros referentes teóricos como Francisco Gutiérrez y

[60] Según nos enseña Kaplún (1992) la *comunicación educativa popular* reconoce como principal antecedente a las *Técnicas Freinet de la Escuela Moderna*, cuyo principal referente, Celestin Freinet, fue un maestro rural francés que en la década del '20 del siglo pasado introdujo significativas innovaciones en la enseñanza, como la inclusión del periódico escolar en la escuela primaria.

Daniel Prieto Castillo han elaborado metodologías -dentro de este enfoque- para desplegar una lectura crítica de los medios masivos y capacitar comunicadores que tuvieran como meta la creación de sus propios mensajes. El investigador platense Jorge Huergo, por ejemplo, considera que Gutiérrez forma parte de la "reacción latinoamericana" frente a los discursos del *difusionismo desarrollista* y la ideología de la *modernización*. Siguiendo a Antonio Pasquali -a quien hemos señalado como principal pionero en el pensamiento comunicacional latinoamericano- será quien vincule a las teorías de la comunicación herederas de la crítica a la industria cultural de la Escuela de Frankfurt, por un lado, y uno de los primeros en elaborar una metodología basada en los postulados de Paulo Freire y su *Pedagogía del oprimido*. Es así que una de sus obras fundamentales, *Pedagogía de la Comunicación,* afirmará que "La percepción del mundo que nos llega gracias a los medios de comunicación masiva no corresponde a lo que es el mundo" (Huergo, s/ref: 25). La consecuencia de este proceso, dice, es la *imposibilidad* de la comunicación a través de los medios masivos. Siguiendo también una línea de tradición marxista, sostiene que lo que éstos generan es en realidad su reverso: la *incomunicación*. Para Gutiérrez la realidad tiene dos caras: una, la verdadera, que es ocultada; la otra cara es la que los ciudadanos perciben de los medios masivos, que no es real. Desde el punto de vista metodológico, su "Pedagogía del Lenguaje Total" es el marco referencial adecuado para llevar adelante prácticas educativas que tengan como objetivo el análisis crítico de los medios. Costa Rica es el país donde elabora esta metodología -que se extendió a otros países de América Latina y a España- impulsado por la necesidad de construir un sistema participativo de interpretación de los mensajes de los medios que permitiera identificar los problemas estructurales de los países:

> “El actual sistema socio-económico es un obstáculo para que el hombre se realice. Una nueva pedagogía, partiendo de una praxis[61] histórica, tiene que ser capaz de crear los nuevos valores que generen una nueva sociedad. Es evidente que esta pedagogía será válida si favorece el cambio estructural de la sociedad. En caso contrario estaríamos, a base de métodos más modernos, eficientes y productivos, endureciendo el sistema, es decir, reafirmando el status-quo” (Gutiérrez,1975: 7).

Gutiérrez parte de la base de los profundos cambios generados por la cultura audiovisual:

> “Por influencia de la televisión, el cine, las tiras cómicas y otras formas de comunicación social, el niño, el joven y también el adulto, se ven forzados a interpretaciones de la realidad totalmente nuevas, muchas veces diametralmente opuestas a las formas tradicionales en que han sido educados. La nueva educación tiene que tener presente no sólo la realidad sino la interpretación que otros no ofrecen de esa realidad que vivimos” (Idem: 10).

El autor es muy tajante respecto de las posibilidades que pueden abrir los medios masivos a la participación social, y señala claramente su carácter alienante: “Los medios de comunicación (...) transmiten unos contenidos que reflejan la ideología de las élites del poder que los manejan. Impiden 'de facto' la comunicación dialógica. En este sentido en ningún momento deberíamos llamarlos medios de comunicación”. Su propuesta es humanizar el nuevo entorno cultural a partir de prácticas cara a cara, *dialógicas* e *intersubjetivas*, que sean realmente comunicativas y no meramente informativas y de difusión de datos. En ese sentido considera que la escuela debe constituirse en un “centro de comunicación dialógica” y convertir a los medios de comunicación en una “escuela participada”, donde se formen los jóvenes como “receptores activos” y no meramente “espectadores o consumidores”

[61] Para Freire, la praxis es la combinación de la reflexión y la acción transformadora, donde los educandos, a través de su conciencia crítica, se comprometen activamente en la transformación de su realidad opresiva.

(Gutiérrez, 1975, en Huergo s/ref.: 6). Su metodología práctica de trabajo comunicacional/educativo es una aplicación a rajatabla del modelo de educación popular freireano:

> "El proceso educativo es ante todo praxis educativa fundamentada en la interacción educando-educador. Ambos elementos del proceso se constituyen en sujetos-agentes de cambio. Pero esta praxis dialógica no se da ni puede darse en el vacío. El medio social, el mundo circundante constituyen el tercer elemento esencial del proceso. Aprendizaje será por tanto interacción educando-educador-mundo circundante" (Idem: 25).

Cabe recordar aquí algunos de los postulados centrales del pensamiento freireano, tan presente en esta perspectiva. El educador brasileño había sostenido en su *Pedagogía del Oprimido*[62] que la educación en el sistema capitalista es utilizada como una herramienta de dominación desde los opresores hacia los oprimidos, perpetuando así un orden social injusto. Esta educación opresiva fue utilizada históricamente para mantener a las personas en un estado de sumisión y conformidad. Denominó a este tipo de educación "bancaria" ya que lo que hace es "depositar" conocimientos desde el profesor al alumno sin tomar en cuenta ningún saber previo ni el entorno sociocultural. Lo que harán los referentes de la comunicación educativa popular es ofrecer un paralelismo entre escuela y medios, entre educación y comunicación, para ubicar a los medios masivos de comunicación como difusores de mensajes que acompañan al sistema capitalista en su rol de invasión cultural -otro concepto clave en Freire- y en el sostenimiento de la dominación. Como contrapartida, propondrán un modelo dialógico, a partir de una pedagogía basada en la liberación, en la cual los sujetos de la comunicación -*educandos* en los términos freireanos, *emirecs* según Kaplún- serán los

[62] Obra escrita durante su exilio -a causa de la dictadura brasileña- entre los años 1969 y 1970. Es su segunda publicación, luego de *La educación como práctica de la libertad*.

protagonistas del aprendizaje y la producción de mensajes. Esos sujetos, en esta pedagogía transformadora, se involucran colectivamente en el proceso de comunicación, siendo agentes de cambio en mutua transformación junto con el entorno. Aquí el diálogo es condición necesaria para el desarrollo del proceso, ya que implica una interacción horizontal en la cual se comparten conocimientos y experiencias. La comunicación, así, se configura como una oportunidad de construcción de significados para la modificación de un orden social injusto. Freire además destaca la importancia de la lectura crítica del mundo como parte integral de la acción liberadora, y sostiene que los sujetos deben aprender a leer y comprender su realidad social, política y económica de manera crítica, cuestionando las estructuras de poder y la opresión que existen en su entorno. A través de esta lectura crítica, adquieren conciencia de su situación y pueden actuar para cambiarla. Freire también se aproxima conceptualmente a nuestro campo cuando reflexiona acerca del concepto de extensión. Oponiéndolo al de comunicación, señala que éste último se vincula al diálogo, mientras que aquel implica transferencia unidireccional de conocimiento, datos o contenido. Y dice:

> "Una vez más, estamos obligados a negar, al término extensión, y a su derivado, extensionismo, las connotaciones del quehacer verdaderamente educativo, que se encuentran en el concepto de comunicación. Por lo tanto, a la pregunta que da título, no sólo a la primera parte del presente capítulo, sino a este ensayo, *¿Extensión o Comunicación?*, respondemos negativamente a la extensión, y afirmativamente a la comunicación". (Freire, 1973: 84).

Para el educador brasileño la producción de conocimiento siempre es dialógica, e implica poner en juego una dimensión intersubjetiva.

> "El mundo humano es un mundo de comunicación (…) El sujeto pensante no puede pensar solo: no puede pensar sin la coparticipación de otros

> sujetos, en el acto de pensar, sobre el objeto. No hay un 'pienso' sino un 'pensamos'. Es el 'pensamos' que establece el 'pienso' y no al contrario. Esta coparticipación de los sujetos, en el acto de pensar, se da en la comunicación. El objeto, por esto mismo, no es la incidencia final del pensamiento de un sujeto, sino el mediatizador de la comunicación. De ahí que, como contenido de la comunicación, no puede ser *comunicado* de un sujeto a otro. (…) La comunicación implica una reciprocidad, que no puede romperse. No es posible, por lo tanto, comprender el pensamiento, fuera de su doble función: cognoscitiva y comunicativa". (Freire, 1973: 74-75).

Recorriendo las distintas experiencias que describe Gutiérrez, encontramos estos denominadores comunes: centralidad de la educación en los *sujetos*; recuperación de las problemáticas del *entorno*; participación activa de la *comunidad*. La lectura crítica de los mensajes de los medios se basa en un análisis grupal de lo que *denotan* sus contenidos -lo que comunican literalmente-, luego se revela su carácter *connotativo* -lo que el mensaje sugiere, deja ver entre líneas- y luego desde el punto de vista estructural, buscando causas, razones y consecuencias de los hechos, tratando de encontrar los significados profundos de los mismos.

Intersubjetividad y participación son dos conceptos clave que surgen de la tradición de la comunicación educativa popular y que serán operativos a la hora de construir el marco conceptual de las prácticas de las radios comunitarias y populares. Huergo (s/f) señala que "una comunicación intersubjetiva centrada en la palabra" es decir, en la posibilidad que los sujetos puedan ser emisores y no solamente receptores, a partir de una lectura consciente del mundo, se materializa a través de estrategias de participación e interacción grupal. Este elemento es importante, ya que a diferencia de las teorías dominantes de la comunicación, no hablamos ya de individuos aislados sino de sujetos en relación. Dirá también Freire:

"La intersubjetividad, o la intercomunicación, es la característica primordial de

> este mundo cultural e histórico (…) La educación es comunicación, es diálogo, en la medida que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados" (Ibid.).

En esto incide la perspectiva de Kaplún cuando afirma que es necesario desmontar el esquema "emisor-receptor" por uno que los considere *interlocutores*, o *emirecs*, en diálogo posibilitador de la palabra, sumida en el silencio a raíz de las desigualdades existentes. "Para el discurso de la comunicación educativa popular las palabras son instrumentos del pensamiento: la incorporación terminológica determina la capacidad y el enriquecimiento del análisis de la realidad" señala Huergo citando a Kaplún (1996, p. 60). Y agrega que "esto se debe a la percepción de una cultura del silencio que, al recuperar y pronunciar la palabra, se quiebra, de modo que los sujetos comienzan a ser receptores pasivos" (ibid.). Encontraremos muchas semejanzas en esta perspectiva -no necesariamente mediática, ya que surge de la comunicación grupal "liberadora" que se expresa en ámbitos como parroquias, sindicatos, organizaciones de base- al fundamentar teóricamente el enfoque de la comunicación popular.

3.2.3 Las políticas nacionales de comunicación

La década de los años setenta registra una aproximación inédita al problema de las comunicaciones.
El desbalance informativo entre los países desarrollados emergió como uno de los obstáculos centrales para la democratización de las comunicaciones en la arena internacional.
En el mismo proceso de discusión aparecieron en América Latina vigorosas corrientes que propiciaban la elaboración de políticas nacionales de comunicación como forma que el estado asumiera responsabilidades ante el conjunto de la población en esta materia, de la misma manera que casi un siglo atrás lo había hecho con la educación.

Elizabeth Fox, Héctor Schmucler
Introducción a Comunicación y Democracia
en América Latina, 1982

La necesidad de luchar (...) por una POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICACIÓN parte de la consideración de que la dimensión cultural y comunicacional es un área prioritaria de trabajo en la cual el estado debe concentrar esfuerzos, decisiones y recursos para cumplir con uno de los requisitos básicos de la consolidación democrática: el brindar al ciudadano no sólo el acceso a la formación necesaria para la formación de opiniones sino también el garantizar los mecanismos efectivos para la libre expresión de su pensamiento

Margarita Graziano
Política o ley: debate sobre el debate, 1988

Como hemos señalado en este mismo capítulo, un núcleo conceptual muy importante es el que surge en la década del setenta ya no solamente a nivel de América Latina sino en el plano internacional, teniendo a la UNESCO como sede principal[63]. Conceptos clave como *acceso* y *participación*; *rol del Estado*; *democratización de las comunicaciones* -claves para nuestro trabajo- emergen y se consolidan en el campo comunicacional a partir de fuertes debates en los que participan académicos/as y representantes gubernamentales, con la mirada atenta -y el lobby correspondiente- de las grandes corporaciones mediáticas nacionales e internacionales.

Exeni sostiene que las políticas de comunicación como concepto "nacen y se conciben en el seno de una tríada que conforma una unidad analítica y propositiva:

[63] El debate surge en realidad en el marco de la Cumbre de Países No Alineados realizada en Argel en 1973, donde se denuncia por primera vez el "colonialismo informativo". Desde 1948, la doctrina internacional se basaba en el "libre flujo internacional de noticias" desde una perspectiva liberal. Frente a esto, los países del Sur global comenzaron a demandar "un flujo libre y equilibrado". A la noticia como mercancía, se opuso la noción de la información como bien social (Roncagliolo, 1983).

educación-cultura-comunicación (...) son parte de un mismo proceso que engloba también a las políticas educativas y culturales" (1998, p. 67). La UNESCO se acerca a la comunicación desde la educación y la cultura en los términos de las ideas desarrollistas, a los cuales nos referimos recientemente, pero dando un paso más.

> "En principio, la idea de Políticas Nacionales de Comunicación estaba directamente enraizada en la línea de comunicación para el desarrollo, lo que suponía, claro, una particular concepción tanto de la comunicación como del tipo de desarrollo. Ello, en el marco de dos principios centrales: a) la comunicación-información es un recurso planificable, en tanto indicador-inductor del desarrollo; y b) el Estado es un actor central en el proceso de formulación y aplicación de estrategias en este campo". (Ibid, p.68).

Sin embargo, nos encontramos con un cambio de paradigma comunicacional que, recuperando el espíritu crítico de los años sesenta, levantará polémica en los distintos ámbitos de debate, ya que "la posición de la UNESCO en materia de comunicación fue dominada hasta los años setenta por el enfoque difusionista de la modernización (adopción de innovaciones) lo cual implicaba una distorsionada concepción del desarrollo" (Ibid.).

En los años setenta se produce una resignificación del rol del Estado, que ya no es visto solamente como un instrumento de dominación de clase sino como "un espacio de articulación del poder y en el cual podía haber ciertos intersticios a través de los cuales poder ejercer presión de parte de sectores supuestamente progresistas" (Graziano, 1988, p.3) El Estado, para sectores cada vez más relevantes, ya no será cómplice sino un posible regulador frente a situaciones inequitativas. Distintos autores (Exeni, 1998; Graziano, 1988; Murciano, 1992, citado en Sierra, 2006) acordarán en que las primeras PNC concibieron a la "comunicación-información" como un recurso planificable e indicador-inductor del

desarrollo, y al Estado como un actor central para formular y aplicar políticas. Podemos decir que, de algún modo, se cuestiona su rol netamente subsidiario -tal como señalamos en nuestra Introducción- a partir del cual interviene sólo en aquellos casos en los que el mercado no encuentra un margen de rentabilidad. El hecho de asumir un rol estratégico implica actuar a contrapelo de un sistema mediático montado en base a criterios comerciales, en el cual se remite a la libertad de expresión como sinónimo de libertad de empresa, y el actor estatal es caracterizado como un obstáculo para ésta, cuando no se le adjudica un carácter netamente autoritario. Para Graziano -retomando el epígrafe con que iniciamos este apartado-:

> "El rol del Estado en este sentido debe ser entendido menos como un derecho y más como una responsabilidad, en tanto éste deberá actuar como garante y estimulador de la libertad de expresión y, al mismo tiempo, como activo vigilante para impedir cualquier manifestación que cercene su ejercicio o propicien su uso elitesco y privilegiado asentado en el poder económico, político o social". (Ibid, p. 3).

Es así que las políticas nacionales de comunicación instauran un nuevo enfoque teórico, y una nueva modalidad de intervención por parte de los distintos actores sociales. Enfoque ya no centrado en la eficacia en la transmisión de los mensajes sino en los desequilibrios de poder y las relaciones desiguales entre los distintos polos del proceso comunicativo. Cuestiones que requerían de una intervención estatal que fijara criterios y reglas para que la sociedad en su conjunto pudiera expresarse y ser partícipe activa. Ya en 1972 -previo al encuentro de Países No Alineados en Argel- un grupo de expertos en políticas y planificación de la comunicación se había reunido en París por iniciativa de la UNESCO. Se abordaron allí aspectos clave, entre ellos "la identificación entre poder y medios, la relación

entre tecnologías de la comunicación y un posible imperialismo de la información, el desplazamiento de las economías desarrolladas hacia actividades de información y comunicación" como así también "el manejo comercial o político de los medios de control social, la imposición de modelos de conducta, la igualación *por lo bajo* que produce la industria cultural" (Capriles, 1979, p. 88-90, en Exeni, 1988, p. 70). Durante un segundo encuentro de expertos convocado por la misma organización internacional en Bogotá en 1974, se dio continuidad a estos planteos. El propio Luis Ramiro Beltrán fue el encargado de construir una serie de definiciones aprobadas en el seminario, entre las que se encontraban: "superar la identificación entre libertad de expresión y libertad de empresa; defender las culturas nacionales; hacer que la comunicación responda a los requerimientos socioeconómicos de la población y el país; asignar al Estado la responsabilidad exclusiva en su formulación y ejecución" (Ibid.)

La primera etapa de las PNC fue denominada "formalista". Según Graziano, cabe definirlas como un "conjunto de normas que regulan el sistema de difusión masivo en un país determinado" (s/f, p. 4). No está de más recordar que, para una perspectiva liberal de mercado -en la que se ubican los medios de comunicación del sector comercial- la sola mención a la regulación de la comunicación es asociada a *autoritarismo* y su ejecución implica la negación lisa y llana de la libertad de expresión (podemos sostener esto en el escenario de la década del setenta y también en el que le dará marco al debate por la LSCA a inicios de los dos mil). Graziano agrega que "fueron concebidas inicialmente como un conjunto de normas que regulaban los sistemas de difusión masiva en una sociedad determinada de acuerdo con los modelos y fines de desarrollo que esa sociedad se fijara". Y agrega

que “la sola idea que el Estado tuviera algo que ver con los sistemas de difusión masiva, era de una impugnación a lo que había sido la política de no tener política que había caracterizado a los estados nacionales en la mayoría de los países latinoamericanos”.

Luis Ramiro Beltrán, en tanto, considera que podemos entender a las PNC como “Un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación, armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país” (1976, p.1). Beltrán se refiere a “conjunto integrado” porque toma en cuenta que esas políticas parciales y fragmentarias son definidas por distintos actores: propietarios de medios de comunicación, profesionales de comunicación y funcionarios de gobierno, respondiendo cada uno a sus intereses respectivos (Ibid.). Por lo tanto las PNC implican necesariamente una acción acordada en forma multisectorial: “Una Política Nacional de Comunicación democrática hace que las políticas parciales sean necesariamente explícitas, procure integrarlas por medio de consenso o conciliación y aspira a tener una duración razonablemente sostenida, sujeta sin embargo a evaluación y revisión constantes” (Ibid.). La direccionalidad de estas políticas, según Beltrán, debería estar a cargo del Estado, que es el ámbito “representativo de la comunidad de la Nación”. Señala también, en consonancia con lo dicho anteriormente, que las políticas de comunicación en los países menos favorecidos deben ser una herramienta para alcanzar el desarrollo. Instituciones de capacitación, agencias de noticias continentales, asociaciones de medios públicos y estatales, serían algunas de las instancias, según el autor, para promover ese camino. La

declaración de San José de Costa Rica, surgida de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación realizada en ese país en julio de 1976, plasma con claridad y profundidad estas cuestiones, reivindicando la necesidad de que cada país pueda definir sus propias políticas nacionales de comunicación, desde una perspectiva democrática y orientada al desarrollo. Entre sus sintéticas definiciones, plantea que:

> "Los Estados tienen obligaciones y responsabilidades sociales, económicas y éticas en todo cuanto se refiere al estímulo, apoyo, promoción y difusión de bienes de la comunidad para el desarrollo integral, individual y colectivo. Que, por tanto, deben promover en los hombres y los pueblos la toma de conciencia de sus responsabilidades presentes y futuras y sus capacidades de autonomía, multiplicando las oportunidades del diálogo y la movilización comunitaria"[64].

Los términos de la Declaración son bastante generales, aunque existe consenso en que representan un hito fundamental en el proceso latinoamericano de democratización de la comunicación. Sin embargo, se ha señalado cierto destiempo o falta de sentido de oportunidad en la misma, ya que muchos países latinoamericanos estaban gobernados por dictaduras militares -Argentina por ejemplo, aunque también Uruguay, Chile, entre otros-. Lo cual hizo que sus efectos prácticos, al menos por estas latitudes, fueran nulos. A partir de 1976, tras esta Conferencia, "comenzaron a introducirse elementos para una progresiva democratización de los sistemas de medios, dando lugar a la etapa *contenidista* de las PNC" apareciendo allí nuevos temas como "acceso y participación, derecho a la comunicación, derecho a la información, vinculación del sector con otras áreas como la cultura, educación y salud (...)" enriqueciendo así el debate (Graziano, 1997). La relación intrínseca entre comunicación y poder no era solamente un

[64] Puede revisarse la Declaración en https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791482.pdf

problema teórico basado en el análisis ideológico o de las significaciones. Al introducir elementos para una democratización progresiva de los sistemas de medios, la realización de dicha Conferencia le valió a Costa Rica la renuncia de la ministra de comunicación debido a la presión de las entidades representativas de las grandes corporaciones mediáticas: la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)[65] y la Asociación Internacional de Radiodifusores (AIR).

Como continuidad de este proceso de debate y definición de políticas vinculadas a la comunicación, ese mismo año la Conferencia General de la UNESCO en Nairobi crea la Comisión Internacional para el estudio de los problemas de Comunicación (CIC)[66], presidida por el irlandés Sean Mc Bride, quien cuatro años más tarde generaría un hito fundamental en materia democratización de la comunicación: el Informe Mc Bride. La Comisión fue creada a partir del férreo -e irresuelto- debate que sobre los medios de comunicación se había dado en Nairobi en 1976 de parte de los países tercermundistas. Schenkel, desde una perspectiva latinoamericana[67], destaca algunos aspectos dentro de un análisis del Informe -de más de 500 páginas- que considera por demás positivo:

> "En el centro del análisis se encuentran dos tendencias básicas. De un lado, la emergencia de la industria de la comunicación, de la comunicación y cultura de masa, de la sociedad informatizada, de la evolución de los grandes medios

[65] Entidad que también tendrá una intervención en clave de lobby corporativo durante la discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina en el año 2009 (Busso, Jaimes, 2011).
[66] "El cometido de esta comisión era estudiar la totalidad de los problemas de la comunicación en las sociedades modernas, con especial atención a los problemas relativos a una circulación libre y equilibrada de información, al establecimiento de un nuevo orden económico e informativo y a la solución de los grandes problemas que confronta el mundo" (Schenkel, 1982).
[67] Nuestra elección a la hora de referenciar análisis sobre el Informe no es azarosa: Schenkel formaba parte en este momento del Comité Editorial de la Revista Chasqui, editada por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo de América Latina (CIESPAL), con sede en Quito Ecuador. Institución creada por la UNESCO y que hasta el día de hoy es una referencia fundamental en la formación y la divulgación de la comunicación desde una perspectiva democrática en América Latina.

> (transnacionales) de comunicación, ligados a poderosos intereses económicos y convertidos en el denominado Cuarto Poder del Estado. Y por el otro, el vertiginoso y fascinante desarrollo tecnológico que conlleva no solamente una explosión cuantitativa de los medios de comunicación disponibles por el hombre, sino también un gran cambio cualitativo experimentado a raíz de la gran diversificación de los medios, de la multiplicación e interconexión de los sistemas y flujos de información y, en consecuencia, de la modificación de nuestro modo de ver el mundo, del estilo de la comunicación y de nuestras propias vidas" (1982:82) .

Una de los interrogantes que sugiere Schenkel es si tal despliegue tecnológico y mediático generó mejoras positivas en la vida de las mayorías de las sociedades o por el contrario benefició a intereses particulares vinculados al mundo empresarial. El Informe, según el autor, señala seis aspectos problemáticos centrales: a. Brechas tecnológicas y de infraestructura entre los países; b. Concentración de medios y verticalidad de la comunicación; c. Vinculación con intereses económicos particulares (relación entre medios y empresas que va en detrimento de aspectos culturales y educativos; d. Dependencia y transculturización (invasión cultural, uniformidad de gustos, estilos y contenidos); e. Trabas a la libre circulación de información y libertad de prensa (censura y autocensura, violencia física, intimidación bajo regímenes autoritarios); f. Desequilibrios y deformaciones de la información internacional (sentido unívoco de las noticias del Norte hacia el Sur, concentración de las noticias en pocas cadenas). Estos aspectos dan como resultado, según Schenkel, una respuesta negativa al interrogante inicial: los procesos de desarrollo tecnológico y mediático no han aportado desarrollo a los sectores más vulnerables sino que han generado rentabilidad económica a unos pocos sectores privados, abonando además una hegemonía político cultural que no responde a los intereses de las mayorías. En este sentido, un *Nuevo Orden* debería implicar pensar a la comunicación en su dimensión política y no ser neutral frente a

la realidad del contexto (guerras, derechos humanos, brechas sociales) además de abogar por la pluralidad de fuentes informativas y la diversidad de modelos comunicativos (Ibid., p. 84). Como línea de acción central, propone el diseño de políticas nacionales de comunicación para generar desarrollo y cambio social -sin que su dirección sea necesariamente planificada rígidamente y centralizada- y -elemento central en nuestro trabajo- "Facilitar la democratización de la comunicación, ampliando los accesos y los cauces de la comunicación alternativa y participatoria". Complementariamente, enuncia el derecho a la comunicación como parte de los *derechos de tercera generación*, emergentes en ese contexto. A partir del Informe cobra fuerza la idea de "comunicación democrática" o "democratización de las comunicaciones" (Roncagliolo, 1983) que implicaba no solamente el acceso a información de calidad por parte de la ciudadanía -a través de la radio, la televisión, la prensa escrita- sino a un mayor grado de participación e interacción. Dice el Informe: "se requiere indudablemente de una información más abundante, procedente de una diversidad de fuentes, pero si no hay posibilidad de reciprocidad, la comunicación no será realmente democrática" (Ibid.). Según el Informe Mc Bride se define democratización como el proceso mediante el cual:

> i) el individuo pasa a ser un elemento activo, y no un simple objeto de la comunicación;
>
> ii) aumenta constantemente la variedad de mensajes intercambiados;
>
> iii) aumenta también el grado y la calidad de la representación social en la comunicación o la participación.

En nuestro trabajo consideraremos que éste es un punto de partida fundamental para historizar los debates sobre cómo producir políticas públicas de comunicación democráticas. Más allá de los contextos -y a más de cuarenta años del NOMIC propuesto por la Comisión Mc Bride- caracterizamos al FOMECA como una política que promueve la participación de las organizaciones de la comunicación popular y comunitaria, y que amplía los conceptos de acceso y participación al tomar como base no los individuos sino las personas agrupadas y organizadas en forma colectiva, ya legitimados -y legalizados- previamente por la normativa de comunicación vigente, la 26.522.

Ya lo señalaban Schmucler y Mattelart hace cuatro décadas:

> "Una comunicación democrática, una cultura popular, como proyecto de otras relaciones sociales y otra vida cotidiana, debe desplegarse en el seno de organizaciones múltiples con auténtica participación. La democracia no es sólo un problema de instituciones del estado, es un requisito de las organizaciones de la sociedad civil. Sólo si se gestan movimientos democráticos que den cuenta de los plurales intereses de la sociedad y los individuos, podrá construirse un modelo global democrático". (1982, p. 9/10)

Y agregan: "esto replantea la articulación de las organizaciones históricas de resistencia de las clases subalternas, tales como los partidos y el movimiento sindical, con la diversidad de formaciones populares que surgieron en los últimos años como expresión de necesidades colectivas" (ibid.)

Son estas organizaciones las que continuarán "el cauce" de la comunicación dialógica y participativa creando sus propios medios de comunicación en la segunda mitad de los años ochenta, y a la par de estas prácticas, generarán junto a otros actores sociales las condiciones políticas para modificar las normativas que los excluyen por otras que los contienen y les facilitan mecanismos concretos para

su financiamiento y sostenibilidad. Es así que según Graziano (1988) unas directrices generales para una política de comunicación social deberían abordar los siguientes ejes:

> -Promover la paulatina participación de la población en los procesos de producción y emisión de mensajes;
> -Revertir el agudo centralismo que afecta al sistema de medios en el país reivindicando la vigencia e importancia de la producción regional como requisito indispensable para la defensa de las identidades culturales propias de cada zona del país";
> -Alentar la creación de nuevos medios -en especial de asociaciones intermedias- pero garantizándoles mecanismos económicos de apoyo para instalación y funcionamiento.

Podemos encontrar aquí una base conceptual que, casi sin distinciones, será la que oriente las políticas públicas de fomento al sector de la comunicación sin fines de lucro tres décadas más tarde. Así como la *comunicación educativa popular* latinoamericana puede ser comprendida como la base teórica y conceptual que da sentido a las prácticas de las radios comunitarias y populares analizadas en este estudio, conceptos como *acceso y participación* y *democratización de las comunicaciones*, inauguradas por las *PNC*, generan un sustento fundamental para las políticas de fomento al sector audiovisual comunitario. Lo dicho en este apartado, entonces, intenta apoyar la comprensión de la relación entre el Estado, las políticas públicas y los actores sociales desde una perspectiva comunicacional.

3.2.4 La comunicación popular

Las tradiciones teóricas, políticas y comunicacionales descriptas anteriormente confluyen en una perspectiva central que adoptamos en este trabajo, que consideramos afín a la de los medios de comunicación sin fines de lucro que estamos analizando: la comunicación popular. Por un lado, entendemos que estas prácticas comunicativas y los conceptos que le dan sustento, surgidas del pueblo organizado, se han constituido históricamente como respuestas colectivas de los sectores dominados -en los términos que nos proponían desde la revista *Comunicación y Cultura* en su editorial inaugural de 1973- haciendo uso de las herramientas de la comunicación, las tecnologías y los medios. Se han erigido como una respuesta situada, local, en ciertos casos también masiva, a la denominada invasión cultural de carácter imperialista que denunciaban aquellas primeras nociones latinoamericanas del campo de la comunicación. Aquella *batalla ideológica* -tal como comenzó a denominarse en los sesenta y setenta- tiene su continuidad en la *batalla cultural* que se instaló como pugna de sentidos del orden social en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la primera década de los dos mil (y persiste aún hoy, incluso en discursos antagónicos). Por otro lado, estas prácticas contribuyeron a superar el lugar de recepción pasiva para pasar al de la emisión y la interlocución, apuntando a que los individuos y colectivos sean protagonistas en la producción de sentidos en el escenario público. Esta intervención comunicacional *relacional* se ha producido desde el modelo endógeno planteado por Kaplún, apuntando a poner en práctica un proceso dialógico horizontal en los términos

enunciados por Paulo Freire, y desde un enfoque intersubjetivo como bien fue señalado por Francisco Gutiérrez y Daniel Prieto Castillo. En ese sentido, se corresponden con los desafíos de los distintos contextos históricos y sus implicancias comunicacionales, y la consideración de la comunicación popular como dimensión comunicacional del trabajo político[68], lo cual nos lleva a pensar estas experiencias directamente imbricadas con las luchas de los movimientos sociales. Por otro lado, tienen como premisa la recuperación y valoración de la cultura de los sujetos, en contraposición con la mirada de la cultura como un obstáculo según planteaba la comunicación para el desarrollo. Se considera aquí a los sujetos en tanto productores de sentido y no como receptáculos donde los conocimientos se depositan. A su vez, ya no serán considerados como objeto de las políticas públicas diseñadas verticalmente desde gobiernos y organismos supranacionales, sino como artífices de un cambio social en cuyo diseño participarán activamente.

Las experiencias de comunicación popular se diseminaron en distintos países de América Latina con improntas teórico-conceptuales diversas -con origen en la teología de la liberación, el marxismo y la educación popular freireana, centralmente. Produjeron prácticas de comunicación que tuvieron como fin realizar análisis críticos de los medios de comunicación, a la par de producir sentidos a través de boletines impresos, programas de radio, obras de teatro, materiales audiovisuales, entre otras acciones entendidas desde una lógica intersubjetiva. Se plasmó en estos procesos un tipo de reflexión que permitió poner en diálogo las teorías críticas de la comunicación surgidas en la década del 60 -con origen en la Escuela de Frankfurt,

[68] Paralelismo que plantea Huergo (s/ref.) basándose en la noción freireana a partir de la cual entiende a la educación popular como dimensión educativa del trabajo político.

en los estudios semiológicos, entre otras tradiciones- y continuar con la producción comunicacional que se había iniciado en las escuelas radiofónicas[69]. Cabe señalar que, dentro de lo que denominamos comunicación popular, la tradición de la radio popular latinoamericana es la de mayor antigüedad. En otro trabajo (Jaimes, 2017) hemos desarrollado ampliamente su historia, sus concepciones de educación y de comunicación, sus fortalezas y limitaciones, que sintetizamos aquí por ser también gestoras teóricas y prácticas del sector de la comunicación sin fines de lucro en Argentina. Por un lado, en su matriz fundacional encontramos que nació educativa, ya que se proponía a la radio como un método de alfabetización rural y campesina. Son tiempos en los cuales la Iglesia Católica, a nivel mundial, se comenzaba a preocupar por el uso masivo de los medios de comunicación. En gran medida, se iría sumando progresivamente a la ideología de la modernización y el progreso, que como hemos afirmado, era un dique de contención para procesos de cambio radical en la estructura de las sociedades[70]. Desde el punto de vista comunicativo, el modelo fundacional se presenta como subordinado a la enseñanza básica y a la evangelización, por lo tanto era utilitarista e instrumental. Otra vertiente, la radio sindical, en los años cincuenta -de la cual las luchas mineras en Bolivia fueron señeras- estuvo atravesada también por esta matriz, con acuerdos y tensiones[71]. Uno de los documentos producidos en el Concilio Vaticano II, realizado en 1963,

[69] Surgidas al calor de la iglesia latinoamericana, en 1947 surge esta práctica en Sutatenza, Colombia, con la evangelización por radio. Nos referiremos a esta corriente en breve.

[70] "La alfabetización y la educación de adultos parecía ser la solución de fondo para corregir la creciente desigualdad social. Proporcionando oportunidades educativas a los pueblos y regiones marginadas, se pretendía potenciar los recursos de los pueblos para integrarlos al desarrollo que iban consiguiendo los países más avanzados. Con la educación se conseguiría una participación más activa de la población en los procesos sociales. Aumentaría la productividad agrícola. Se incrementaría la creatividad agroindustrial. Mejorarían los procesos de organización comunitaria y, en fin, se crearían las condiciones para que los países latinoamericanos se subieran al tren del desarrollo" (ALER, 1993: 8).

[71] Como lo relata López Vigil (1985) en *Radio Pío XXII. Una Mina de Coraje*.

denominado “Decreto sobre los medios de comunicación social (*Inter Mirifica)*” afirmaba que “Entre los maravillosos inventos de la técnica que, sobre todo en estos tiempos, el ingenio humano, con la ayuda de Dios, ha extraído de las cosas creadas, la madre Iglesia acoge y fomenta con especial solicitud aquellos que atañen especialmente al espíritu humano y que han abierto nuevos caminos para comunicar con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas de todo tipo” aludiendo con claridad a los medios entonces emergentes como el cine, la prensa, la radio y la televisión[72]. Si bien el Documento no hace referencia directa al trabajo con los sectores populares, demuestra cabalmente el interés -y el impulso- que la Iglesia le otorga a los medios de comunicación social. El Documento de Medellín de 1968 es aún más profundo en sus definiciones políticas: “En América Latina los medios de comunicación social son uno de los factores que más han contribuido y contribuyen a despertar la conciencia de grandes masas sobre sus condiciones de vida, suscitando aspiraciones y exigencias de transformaciones radicales” y agrega: “El Episcopado Latinoamericano no puede quedar indiferente ante las tremendas injusticias sociales existentes en América Latina, que mantienen a la mayoría de nuestros pueblos en una dolorosa pobreza cercana en muchísimos casos a la inhumana miseria”[73].

Numerosas radios populares tomaron el modelo freireano y su “pedagogía del oprimido” para orientar conceptualmente sus métodos de trabajo, y se fueron apropiando de sus técnicas para brindar talleres de formación que partieran de los temas y problemas que afectaran a las poblaciones donde las emisoras se

[72] El Documento completo se encuentra disponible en la Página Web del Vaticano: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html

[73] Documento conclusivo de la 2da Conferencia del Episcopado Latinoamericano en Medellín. Disponible en http://www.celam.org/conferencia_medellin.php

insertaban. Es decir que la influencia fue doble: en los grupos donde se aprendía a leer y a escribir, pero también en los espacios que formaban a los nuevos comunicadores populares y radialistas, que se espera que lo hagan con un profundo sentido crítico de sus escenarios de actuación. En Argentina esta impronta es asumida inicialmente por el Instituto de Cultura Popular (INCUPO) desde el año 1970[74]. Señala Vicente Martínez, uno de sus protagonistas:

> "A los pobres se les ha negado sistemáticamente su saber, su sabiduría. Se vive diciendo que los pobres no saben, que son ignorantes, brutos, incapaces. Los sectores populares tienen una cultura que es propia, y dentro de su cultura, de su mundo, de su racionalidad, de su forma de ser, tienen una profunda sabiduría, que es por otra parte lo que les ha permitido subsistir durante tantas crisis y durante tanto avasallamiento". (Uranga, 1990: 4).

En 1981 ALER -organización que agrupa a las experiencias de radio popular desde entonces hasta el presente- redefine su marco doctrinario y se propone:

- Lograr que todos los sectores, en especial los mayoritarios, se expresen por la radio. Que se atrevan a decir su palabra sub-valorada por ese medio de audiencia masiva, al que sólo accedían artistas, estrellas, poderosos y famosos.
- Elaborar una programación teniendo en cuenta la cotidianidad (hábitos, gustos, lenguajes, preocupaciones y alegrías) de la gente de la región cubierta por la radio: profesionales, trabajadores, desempleados, mujeres, jóvenes, niños, etc.
- Trabajar de tal manera que las mayorías sientan que la emisora está abierta a su participación efectiva en la programación.

[74] INCUPO es asociada de FARCO desde sus inicios.

- No violentar la masividad del medio destinándolo sólo a algunos grupos ya organizados, sino fundamentalmente a toda la población.

Estos elementos clave (expresión de la palabra popular; partir de la cotidianidad de los sujetos; promover la participación y apostar a la masividad del medio radiofónico) serán decisivos a partir de ese momento en la definición de la identidad de las prácticas de comunicación popular. En Argentina buena parte de las experiencias de radio popular y comunitaria se formarán en esta perspectiva. Su concepción política e ideológica resonará en las organizaciones y grupos que toman las riendas de las nuevas experiencias comunicativas, que, sin desarrollar estrategias de "educación por radio" como en otros países de América Latina, sí se identificarán con este enfoque y lo llevarán a la práctica.

Ya en 1983 Gonzaga Motta planteaba a la comunicación popular como un proceso que se daba en el marco de la democratización de las comunicaciones, no solamente a nivel de los gobiernos, sino de "movimientos comunitarios que buscan crear canales de expresión para pequeños grupos locales" (p. 12), práctica que, por otro lado, ya no buscaba denunciar si no pasar a la acción y a la búsqueda de alternativas a través de la "cogestión, autogestión" y la "formación de cooperativas", en una apuesta cuyo origen comenzaba a situarse en la "sociedad civil" (Ibid.). Podemos decir que este trazo caracterizará a las prácticas en la década de los ochenta, y se sumará a los intentos por modificar las regulaciones autoritarias en materia de comunicación, principal obstáculo para que aquellas pudieran despegar y desarrollarse. En este sentido, Gonzaga Motta ubica a la comunicación popular como un "frente de lucha por la democratización de la comunicación" que se

despliega en toda América Latina, y se constituye "por experiencias aisladas de comunicación y educación de base, cuyo fin principal es organizar y movilizar a pequeños grupos, de modo tal que creen sus propios canales de expresión y manifiesten sus inconformidades y reivindicaciones, lo que no ocurría a través de los medios convencionales" (p. 13). En este proceso emergente, el autor considera que la comunicación popular se configura a partir de dos dimensiones centrales:

> "La primera es una comunicación de carácter educativo, didácticamente participativa, hecha por comunicadores o educadores que provienen de sectores medios (trabajan con la Iglesia, con instituciones de educación popular, organismos públicos, etc.). Es un discurso educacional, articulado y coherente. La otra es la comunicación del pueblo, practicada por grupos populares, espontánea y creativa" (p. 13).

Pedagogía por un lado, y basamento en las clases populares por otro, serán dos marcas muy fuertes de este contexto de surgimiento del concepto de comunicación popular[75]. María Cristina Mata, referente central de esta corriente, señala en línea con el autor brasileño que la necesidad de expresión fue una de las razones clave de su surgimiento. La posibilidad de los sectores populares de enunciar su propia palabra, amordazada en los tiempos del autoritarismo dictatorial, haciéndolo colectivamente, en grupos, en sus comunidades, era una demanda clave. Retoma así a Rodríguez Brandao, cuando afirma que "los subalternos del trabajo deshumanizado y del poder arbitrario pierden en el aparente poder cotidiano de poder decir casi todo, el derecho de pronunciar justamente las únicas palabras que

[75] Jesús Martín Barbero hará referencia también al carácter de clase de las prácticas de comunicación popular: "hablar de comunicación popular es hablar de comunicación en dos sentidos: de las clases populares entre sí (y cuando digo clases estoy entendiendo los grupos, las comunidades, los individuos que viven una determinada situación de clase) pero estoy hablando también de la comunicación de las clases populares con la otra clase. Con aquella con la cual se definen como subalternas, como dominadas" (1983, p. 5, en Mata, 2011, p. 4)

hablan a todos el sentido y las reglas del código del mundo en que viven"[76] (Mata, 2011, p. 2). Se revisaba así la concepción eclesial de "dar voz a los sin voz" para comenzar a pensar en una voz fragmentada, resistente aunque silenciada. Quebrar ese silencio fue una de las premisas clave en la constitución de las prácticas de comunicación popular, y de la conceptualización correspondiente: "pronunciar la palabra acallada era hacerla audible, reconocible como legítima" señala Mata. Y ese carácter público de la palabra necesariamente debía ocupar el espacio mediático, en el cual las sociedades modernas ya dirimían sus visiones del mundo y sus conflictos en tanto "sociedades mediatizadas". Existir, para cualquier grupo social, ya implicaba estar en los medios. Otras definiciones del momento que recupera la autora que nos resultan clave son aquellas que definen a la comunicación popular como una práctica de "personas movilizadas por una experiencia común de opresión y desposesión, luchando para superar su aislamiento y su estado de dependencia"[77] lo que refiere claramente a la lucha política colectiva como clave de estas experiencias; y la que la define como un "conjunto de procesos comunicativos que implican al menos tendencialmente el quiebre de la lógica de la dominación y se realizan desde el pueblo mismo[78]." (p. 6) Con el correr del tiempo, estas definiciones fundacionales se irán resignificando a la par de los contextos sociales y políticos, especialmente con la incorporación de estas prácticas al proceso democrático. En los años noventa, por ejemplo, el predominio de la lógica neoliberal centrada en el mercado y una tendencia más "consensualista" asociada a la idea de ciudadanía

[76] Reflexiones que se produjeron en el marco del Seminario sobre Comunicación Popular Educativa organizado por CIESPAL en 1983.
[77] Citando a Neville Jayaweera, miembro de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), en su revista Media Development de 1980.
[78] En este caso, del reconocido investigador mexicano Gilberto Giménez en "Notas para una teoría de la comunicación popular" publicado en la Revista Christus en 1978.

impulsaron una revisión del concepto, especialmente su noción de un "pueblo" preconstituido, tratando de incorporar la multiplicidad de identidades sociales y un enfoque más pluralista en la mirada de la composición de la sociedad. Para Mata, este proceso de "socialización de la comunicación popular" fue "en detrimento de su politicidad" (p. 10). A mediados de los años ochenta comienza a aparecer la idea de "comunidad" como sujeto de las prácticas comunicativas y ámbito de actuación, visualizándose la necesidad de identificar con mayor claridad las necesidades concretas de una población asentada en un espacio físico común para desarrollar así propuestas de intervención. Rosa María Alfaro (1993)[79], de gran producción en este campo, señala que:

> "Hablar de comunicación popular significa mucho o nada. Ella admite múltiples significados, que expresan su gran ambigüedad teórica y práctica, en el campo educativo, como también en el popular (...) Es así que el proyecto, mirado desde la organización de base y la comunidad, debe estar relacionado directamente con sus necesidades sociales de crecimiento y de supervivencia física, espiritual y simbólica". (p.5)

Es así que a partir de este contexto de recuperación democrática pasaremos a hablar de comunicación popular y comunitaria: desde el sujeto pueblo, anclado en una comunidad, que en la mayoría de los casos se corresponde con un territorio específico. Es por eso que muchas de las experiencias de radios comunitarias surgen también como radios *barriales*, como modo de expresión identitaria de comunidades con pertenencia local que se reivindica también a través de la comunicación[80]. *Popular, alternativa, comunitaria, barrial, ciudadana*, son elementos

[79] Docente e investigadora de la Universidad de Lima, fundadora y directora por mucho tiempo de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, de Perú, institución referente en el campo de la comunicación latinoamericana en clara vinculación con organizaciones de base.

[80] Fenómeno estudiado desde Calandria por Rosa María Alfaro y otros/as en *Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana (1990)* y María Cristina Mata en "Radio y públicos populares" (1989) texto publicado en la revista Diálogos de la Comunicación.

que confluyen en la adjetivación de la comunicación no comercial ni gubernamental. Hasta iniciados los años dos mil, estas prácticas no tendrán -al menos en Argentina- una relación directa con las políticas de Estado. Sus lugares de enunciación se irán haciendo más heterogéneos: desde un lugar unívoco de "pueblo" -campesino, trabajador- al de identidades más específicas y fragmentadas, como migrantes, mujeres, jóvenes, infancias, en la línea de lo que Huergo (en Jaimes, 2017) señala como polos de identificación emergentes[81]. Lo que no declina es la dimensión política de las prácticas comunicativas populares: su condición de base es que cuestionan el orden social y caracterizan con claridad cuáles son los actores sociales que se benefician de tal modelo, cuáles son las prácticas educativas y de construcción de sentidos que lo sostienen, e invita a diseñar estrategias de transformación de orden político. Para Huergo, para Mata, la politicidad es una condición indispensable de la comunicación popular y sus diversas variantes. Este carácter político es el que invita a la construcción de una nueva hegemonía a partir de la pugna por los significados sociales, en cuyo proceso los medios de comunicación juegan un rol central.

3.2.5 Los núcleos conceptuales y su vinculación con los diversos modelos para definir a los medios sin fines de lucro: lo alternativo, lo popular, lo educativo, lo

[81] "De la ya arcaica distinción entre burguesía y proletariado, y de la crisis orgánica (Huergo, 2002) que pone en tensión la relevancia de las instituciones formadoras de sujetos tradicionales (la escuela, la familia, la iglesia) surgen nuevos *polos de identificación* que producen sentidos de carácter formativo. Los grupos juveniles, los movimientos de género, de pueblos originarios, de identidad sexual, de reivindicaciones urbanas, de tierras, entre muchos otros, aparecen como escenarios donde se dan procesos educativos de significación para los nuevos habitantes de la sociedad y de la cultura. A las radios populares, comunitarias y educativas también se suman como audiencias las clases medias urbanas, que se empobrecen y en muchos casos quedan excluidas del modelo. Nuevos colectivos culturales se multiplican. Estas nuevas formas de organización -muy vinculadas a las radios comunitarias- contienen demandas e intereses de las que los partidos políticos -deslegitimados- ya no se ocupan. Surgen nuevas formas de militancia, menos orgánica, más dispersa, pero muy dinámica desde su presencia pública" (p. 101).

comunitario

Como ya hemos señalado en el apartado de *Antecedentes*, existen diversos estudios que se han ocupado de definir las características de los medios sin fines de lucro, en particular respecto de sus identidades y modos de distinción. La mayoría de estos autores y autoras resalta la heterogeneidad de estas denominaciones, dentro de un marco amplio de acuerdos que se enlazan para englobarlas como prácticas comunicativas que cuestionan el modelo de comunicación imperante, actuando por fuera de la lógica de los medios comerciales como así también de aquellos que operan dentro de un marco gubernamental.

Ya hemos señalado que *popular* y *educativa* son marcas históricas y fundacionales del campo, asociadas a la alfabetización, la tradición cristiana de liberación y las prácticas sindicales. Como también hemos mencionado, la comunicación alternativa se ha vinculado a estas experiencias, subrayando sus rasgos de lucha contra el sistema capitalista, desde un enfoque que abreva en el pensamiento marxista y, en general, en contraposición con los estados y gobiernos que presentan un carácter de clase y por ende son parte de las estrategias de dominación de las élites económicas. Sin embargo, hay autores y autoras que consideran la alternatividad como un término englobante de este tipo de prácticas. Vinelli (2013) por ejemplo, afirma[82]:

> "Entendemos entonces por comunicación alternativa, popular y comunitaria a un tipo de prácticas comunicacionales que:
>
> 1) están comprometidas con los intereses de las clases y grupos populares, cuya finalidad no se agota en sí misma sino que es parte de un proyecto de

[82] Si bien la autora aborda especialmente el caso de las televisoras sin fines de lucro, podemos extender estas definiciones para los medios de comunicación en general.

> transformación y construcción de contrahegemonía que le da sentido y orientación, y que compone otro modelo de sociedad;
> 2) que surgen y se desarrollan a partir de la necesidad de recuperar la palabra, el acto afirmativo del habla, y por tanto para dar visibilidad a las voces silenciadas o tergiversadas por los medios hegemónicos;
> 3) que están íntimamente relacionadas o insertas en movimientos sociales y organizaciones políticas populares y de trabajadores, de los cuales son expresión, y que cumplen una función de articulación en la medida que éstos se apropian de la experiencia;
> 4) que proponen otro paradigma de la comunicación que no está regido por el lucro ni por la lógica de las ganancias, sino por la comunicación como bien social y derecho humano;
> 5) que buscan romper con el esquema unidireccional de la comunicación trabajando sobre la implicación activa de las audiencias, fomentando la participación y construyendo estéticas en conjunto con la comunidad de pertenencia, poniendo en cuestión los criterios de "profesionalidad";
> 6) que son de propiedad colectiva, social, comunitaria o popular, y autogestionada; y por lo tanto, que no establecen bajo ningún aspecto relaciones de patrón / empleado;
> 7) que construyen su pantalla y su agenda a partir de otros criterios de noticiabilidad y de relación con los protagonistas, dando lugar a un discurso periodístico de contrainformación. (2013, p. 3, 4)

Según nuestro punto de vista, lo *alternativo* constituye un concepto de agregación más que de distinción respecto de otro tipo de denominaciones para la comunicación sin fines de lucro. Sin embargo, la autora alerta sobre la posible ambigüedad del término y propone tomar distancia tanto de la idea de "tercer sector" como así también de que estas experiencias sean subsumidas por las lógicas estatales y los modos de funcionamiento que desde allí se activen. Así, se identifica con sus rasgos más disruptivos[83]. En un texto posterior (Vinelli, 2023), la

[83] Agrega Vinelli: "Por eso la designación *sin fines de lucro* para este tipo de emisoras, que fue cuestionado por sectores de la alternatividad, se traduce en numerosas complicaciones a la hora de la aplicación efectiva de la ley de medios, ya que incluye experiencias muy distintas entre sí. Emprendimientos confesionales y religiosos de todo tipo, Ongs puestas a levantar sus emisoras; emprendimientos comerciales familiares o grandes cooperativas se reúnen conceptualmente dentro del tercer sector junto con las prácticas vinculadas con las organizaciones de lucha contra la megaminería, los movimientos piqueteros, los estudiantes o el sindicalismo combativo. Nada más enumerar estas experiencias da lugar a pensar en las estructuras sobre las que se manejan cada una de ellas: no todas tienen las mismas posibilidades de "competir" (p. 7). Esta postura fue asumida también por la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) en el debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su posterior aplicación.

autora describe algunos “desplazamientos” del concepto de comunicación alternativa, que, manteniendo como constantes “el horizonte del cambio social, la construcción junto al movimiento de base y los objetivos de intervención político cultural, así como la conciencia de la importancia de poner en circulación voces y perspectivas negadas en las agendas de los medios comerciales” (p. 3) se ve moldeado por los cambios de contexto. Así, señala que en los años ochenta “Se la asoció al trabajo territorial y a la expresividad popular, haciendo énfasis, como señalamos recién, en la dimensión comunitaria: el barrio, sus intercambios, las ferias, las fiestas populares como afirmación cultural y construcción de sentidos” (p. 4) . Se vincula así, en parte, al pasaje “de los medios a las mediaciones” -en palabras de Jesús Martín Barbero- que caracterizan a los estudios de comunicación en esa etapa, entendida como proceso, más cercano a la idea de hegemonía gramsciana que a la de dominación, asociada al denuncismo y la teoría de la manipulación[84].

Respecto de la idea de ciudadanía y su vinculación con la comunicación, encontramos su mayor desarrollo en los años noventa, luego de la caída del Muro de Berlín, contexto en el cual las referencias a los antagonismos de clase experimentaron un proceso de dispersión. Las prácticas de los partidos políticos y el entusiasmo por las conquistas posibles de alcanzar desde esas organizaciones perdieron peso específico. Es así que muchas personas que habían participado en ese tipo de experiencias se recluyeron en organizaciones comunitarias y movimientos sociales, que se identificaron con la defensa de diversos derechos -a la educación, la salud, la vivienda, el trabajo, las infancias y juventudes- entre muchos

[84] Dice Martín Barbero: “Está en primer lugar el concepto de hegemonía elaborado por Gramsci, haciendo posible pensar el proceso de dominación social ya no como imposición desde un exterior y sin sujetos, sino como un proceso en el que una clase hegemoniza en la medida en que representa intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas”. Citado por Alfaro (1993, 35).

otros, y desde las prácticas comunicativas atravesaron los difíciles años de implementación del modelo neoliberal[85]. El debilitamiento de las grandes organizaciones -gremiales, partidarias, más abarcativas- produjo una fragmentación de las demandas que se vio reflejada en la participación en ámbitos concretos como las radios comunitarias. Así lo definió en su momento José Ignacio López Vigil:

> "Ciudadanía es ejercicio de poder. Es pasar de simples pobladores con cédula a personas que participan en la vida de su comunidad, de su país. Que piensan con cabeza propia y pesan en la opinión pública, que eligen a sus gobernantes y también los fiscalizan, que denuncian la corrupción, que se organizan, que se movilizan, que no se conforman con la democracia representativa y ejercen la participativa. ¿Qué caracteriza mejor la misión de nuestras radios que esta construcción de ciudadanía?" (1998, p. 54)

Referentes centrales en el campo de la comunicación en América Latina como Rosa María Alfaro han sido (auto) críticas con las prácticas de la comunicación alternativa, por considerar que "casi siempre se partió de una comprensión fatalista y a la vez positivista de los medios, donde primó *ser alternativos* como factor cuestionante de carácter más ideológico que de desarrollo" donde además "el gran riesgo de toda contraposición es que termina definiéndose por su opositor, reduciendo su capacidad de propuesta creativa" (p. 49). Citando a Martín Barbero, Alfaro cuestiona la creencia:

> "En una auténtica comunicación que se produciría por fuera de la contaminación tecnológica mercantil de los grandes medios. La metafísica de la autenticidad (o la pureza) se da la mano con la sospecha que, desde Frankfurt, ha visto en la industria un instrumento espeso de deshumanización y en la tecnología un oscuro aliado del capitalismo, y también con un populismo

[85] En el estudio de Vigencia e Incidencia realizado por ALER que hemos señalado anteriormente, se destacan: "Instituciones que trabajan con mujeres o desde un enfoque de género. Instituciones o grupos que luchan por el medio ambiente. Organizaciones de derechos humanos y civiles o de asistencia jurídica. Organizaciones de lucha contra la corrupción. Instituciones cuyo objetivo es la democratización de la sociedad y la participación ciudadana. Organizaciones de consumidores. Organizaciones indígenas".

> nostálgico de la fórmula esencial y originaria, horizontal y participativa de comunicación que se conservaría escondida en el mundo popular (1993, p. 50)

En los años noventa, según la autora peruana, el camino de transformación desde la comunicación se asociará con el fortalecimiento de la democracia y la construcción de ciudadanía, concepto que marca el camino por donde orientar conceptualmente las prácticas. No cabe dudas que este concepto, a diferencia del de comunicación alternativa, ya no cuestionará las lógicas estructurales mediante las cuales el capitalismo organiza las sociedades, las culturas, los modelos económicos, sino que buscará los intersticios mediante los cuales poder ejercer derechos a partir de identidades menos totalizantes. Los movimientos sociales y sus reivindicaciones, en este sentido, no necesariamente serán parte de estructuras orgánicas más amplias, sino que representarán a aquellos sectores sociales que compartan sus demandas.

La comunicación *comunitaria* también aparece como una marca de identidad muy clara en el contexto de los medios de comunicación del sector sin fines de lucro: de hecho, podemos reconocer en su carácter no lucrativo el principal rasgo diferenciador de otras categorías de propiedad mediática -comercial, pública estatal-. El segundo elemento, también en perspectiva histórica, es su arraigo territorial. Balán y otros (2000)[86] harán especial énfasis en este aspecto,

[86] Publicadas en el *Manual de Comunicación Comunitaria Barrio Galaxia,* estas definiciones surgieron de conceptualizar las prácticas de formación en comunicación comunitaria desde el Programa de Desarrollo de Recursos de Comunicación del Centro Nueva Tierra, organización de la sociedad civil de inspiración cristiana surgida en 1989 con sede en la Ciudad de Buenos Aires, con alcance en todo el país. El material ha circulado en diversas versiones -editadas en imprenta, digitales, fotocopiadas- y su enfoque ha tenido influencia en la formación de personas vinculadas a la comunicación popular y comunitaria con enfoque territorial. Su diálogo con las prácticas de radios comunitarias no solamente se produce en el material mismo -en el cual se ofrecen herramientas de producción radial- sino a partir de ubicarse en la misma sede que FARCO desde el año 1998, y haber compartido la realización de talleres, seminarios y campañas de comunicación / educación. La sede que mencionamos es la misma que alojó a la Coalición por una Radiodifusión Democrática desde sus inicios, y donde se

considerándolo una condición *sine qua non* para identificar estas prácticas:

> Nosotros verificamos que se dispone de materiales en torno al diagnóstico sobre la estructura de los medios masivos, a su ubicación en el juego del poder social y al conflicto de intereses que reflejan. Vimos también que son muchos los esfuerzos puestos en la realización de medios alternativos, en la edición de mensajes y productos con progresivas mejoras técnicas. Pero nos está faltando algo (...) existe una zona poco explorada para el impulso de proyectos de comunicación comunitaria, que es la relacionada con nuestros barrios como escenarios de comunicación (...) No es suficiente mejorar la calidad de nuestros medios comunitarios y analizar a fondo la lógica de los medios masivos, si esto no se combina con el análisis de los mecanismos y recorridos de la comunicación territorial en el barrio, la región, con los vecinos. (p. 16)

El repliegue en lo micro será entonces una marca de los años noventa. Lo barrial, lo comunitario y lo popular coexistirán como dimensiones de los procesos de comunicación que llevan adelante organizaciones -en ocasiones dialogando con el Estado, aunque todavía no con la fuerza que tendrá más adelante sino a partir de políticas focalizadas- en unas prácticas donde lo mediático se insertará en proyectos que tienen al territorio como espacio estratégico para dar respuestas a la crisis neoliberal. Desde el punto de vista conceptual, la comunicación barrial se identificará en todas aquellas prácticas que se producen cotidianamente y de forma espontánea, sin que necesariamente estén planificadas y organizadas. La comunicación comunitaria, en cambio, se identificará con el intento de "darle sentido a los elementos de la comunicación barrial y familiar desde la perspectiva de la unión, la solidaridad y la organización en el barrio" (p. 21). Según plantea Balán, la comunicación popular se hará presente cuando se manifiesten en el escenario local intereses antagónicos. Además de la organización colectiva y la solidaridad, serán prácticas de comunicación popular aquellas que "toman una posición clara frente a

articularon las acciones que derivaron en la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009.

otros actores sociales, ligados a los sectores dominantes, y los enfrentan en negociaciones y conflictos concretos desde la perspectiva de los sectores populares" (ibid.).

Volviendo a la noción de comunicación alternativa, veremos que luego de la crisis de 2001 se acerca progresivamente a las prácticas estatales, especialmente a partir de la aplicación de la LSCA -Huergo (2013) denominará a este ciclo como "tiempo de restitución de lo público"-. Vinelli se basa en Segura (2018) al sostener que

> "La alternatividad fue revisitada –como respuesta a la concentración, como vehículo de expresión, como pluralidad de voces- y comenzó a adquirir protagonismo de la mano de la búsqueda en la definición de políticas públicas, y del trabajo de largo plazo de las redes regionales y nacionales".

Vinculándolos con el marco conceptual de la economía política de la comunicación, Vinelli señala además la extensión de "una zona de estudios sobre las políticas públicas vinculadas o destinadas al sector alternativo y comunitario, las `barreras invisibles` para el ingreso de los actores no lucrativos al sistema de medios y la sostenibilidad de las experiencias" (p. 12). Respecto de nuestro objeto de estudio, la autora señala que se dio un escenario que caracteriza como "ambivalente":

> "Pobre en términos de licencias pero fortalecido en relación a la capitalización y profesionalización de las emisoras, y consecuentemente a la calidad de sus contenidos. Las políticas de fomento lanzaron a las emisoras a soñar con otras escalas posibles. En este sentido, las políticas públicas son una conquista fundamental del movimiento social para que sus emisoras puedan transitar la reconversión tecnológica y profesionalizarse con relativo éxito". (p. 13)[87]

[87] Es para destacar esta afirmación, ya que realiza una valoración positiva de la articulación entre las experiencias de comunicación alternativa y las políticas públicas estatales.

En esa línea, abonando a un marco teórico plural y diverso, y desde un escenario mucho más reciente -habida cuenta de un tiempo de desarrollo de una década y media de aplicación de la LSCA, que sin dudas impactó en las prácticas del sector- Vinelli y Villamayor sostienen que:

> "Una gran parte de la producción intelectual y militante dice que la comunicación popular es aquella que nace exclusivamente de sujetos colectivos de la sociedad civil, de organizaciones políticas o movimientos sociales; otra parte de esa producción incluye la dimensión de las políticas públicas como parte de la creación de políticas de comunicación popular y alternativa, sobre todo al calor de los ciclos progresistas o populares de las últimas dos décadas en América Latina" (2023, p. 18)

Y agregan:

> Abrir las perspectivas supone salir del pensamiento que queda atrapado en concepciones sustancialistas y unívocas. Salir del lugar de lo clasificatorio para abrir a la multiplicidad de entradas, a la diversidad y pluralidad de experiencias y de prácticas, a no encerrar sin emancipar modos de comprensión que nos permita reconocer la capacidad de innovación de sujetos y sujetas, de prácticas y saberes que surgen en diferentes ámbitos con iniciativas realmente transformadoras (p. 19, 20)

Anclados en el presente, diremos que las distintas categorías que han servido para denominar a las prácticas de comunicación no hegemónicas son complementarias. Alternativas en tanto operan con lógicas antagónicas a los medios concentrados; populares en cuanto aspiran a representar las demandas y aspiraciones de los sectores menos favorecidos de la sociedad; comunitarias en tanto buscan hacer confluir intereses comunes y se vinculan con sus territorios de acción, educativas en tanto se proponen construir imágenes y significaciones del mundo que interpelen sujetos y actores en pos de horizontes transformadores para las mayorías. Reconociendo las particularidades de cada concepto, y teniendo

claridad de lo que han representado en cada momento histórico, sostenemos que en escenarios tan complejos como el actual -donde la disputa por el orden simbólico es tan fuerte- se vuelve necesaria su confluencia para poder sostener una batalla medianamente sólida. Y que en ese proceso la articulación con las políticas públicas estatales es estratégica, ya que las disputas por los modelos de comunicación se circunscriben en las más amplias por los modelos de sociedad.

En el caso de FARCO, sus integrantes asumirán con mayor potencia los rasgos de la comunicación *comunitaria* y *popular*: asentada en los territorios, articulada a través de organizaciones sin fines de lucro legalmente constituidas, y apostando a la enunciación de una palabra surgida del pueblo, que si bien es una categoría en construcción, se asume desde el lugar de los sectores populares, subalternos, portadores de una cultura diversa y plural, aunque directamente ligada a las clases menos favorecidas de la sociedad. En clara sintonía con el enfoque conceptual que proponemos en esta tesis, se afirma en una publicación institucional[88]:

> "Según la propuesta de la comunicación popular, el principal sujeto de cambio y acción es el pueblo. Desde esta visión, la construcción de conocimientos es entendida como un proceso colectivo, donde los sujetos ponen en juego los saberes adquiridos en el marco de su experiencia y relaciones sociales. Es a partir del rescate de esas experiencias que se fortalece el tejido social y las identidades colectivas" (Gerbaldo, 2010, p. 15).

La red asumirá, al calor de la construcción del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -en el que tuvo un protagonismo muy fuerte- una definición conceptual sobre comunicación comunitaria en la cual lo público estatal

[88] Nos referimos a *Todas las Voces Todos*, libro que sistematiza los resultados del Proyecto del mismo nombre, gestionado por FARCO conjuntamente con el entonces Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), que en el camino se transformó en AFSCA -vía la Ley 26.522- y el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Se capacitó allí a 100 radios rurales, escolares, de frontera e interculturales de todo el país.

será parte sustancial en la democratización de la comunicación:

> "Entendemos a la comunicación comunitaria como aquella que propone una disputa por el sentido desde diversos medios de comunicación (radios comunitarias, televisoras populares, blogs, portales en internet, etc.) y espacios locales donde vive la comunidad, concibiéndola como un derecho humano fundamental de las personas (...) Si vinculamos esta idea a la actual Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, vemos que tiene directa relación con aquel principio nodal de la nueva normativa referido a la comunicación como un servicio, no como un negocio" (Ibid.)

Podemos decir que en el contexto político signado por la LSCA, todas estas denominaciones confluirán -con matices- en las diversas prácticas comunicativas del sector sin fines de lucro para ejercer un rol activo en la instrumentación de las políticas públicas de comunicación. Con mayor acento desde FARCO, que, ya legitimado como actor político en el debate comunicacional, participará activamente en distintos ámbitos de su implementación:

> "La nueva Ley da visibilidad y reconoce otras formas populares de hacer comunicación. Es muy favorable para las organizaciones sociales que ejercen la comunicación como un derecho, ya que reserva un 33% del espectro radiofónico para este tipo de medios. Una de cada tres radios y uno de cada tres canales de TV deberán ser de organizaciones sociales o entidades sin fines de lucro. Es el hecho más importante de la nueva Ley, que hace justicia con cientos de proyectos que desde hace dos décadas vienen peleando por su legalización. Es un gran desafío pensar de qué manera las organizaciones populares podrán ocupar con buenas propuestas este nuevo espacio que se genera" (FARCO, 2010, p.15)[89].

Veremos cómo se entrelazan y vinculan entonces conceptos como comunicación popular, alternativa, comunitaria, educativa, derecho a la comunicación, democratización de las comunicaciones, a partir de un contexto no casualmente favorable para su desarrollo, crecimiento y fortalecimiento.

[89] En este material educativo de difusión masiva, llamado *Nueva Ley de Medios Audiovisuales. Desafíos para los medios comunitarios y populares,* la red sintetiza los principales puntos de la LSCA que benefician al sector.

3.3 Categorías de análisis

3.3.1 Proyecto Político Comunicativo (PPC)

El análisis de los aportes del programa FOMECA al fortalecimiento de las radios comunitarias asociadas a FARCO implica necesariamente la construcción de unos ejes de indagación que permitan identificar con precisión cuáles han sido los avances, tensiones y desafíos que se produjeron en los diez años (2013-2023) que tomamos como período de estudio. Lo haremos desde unas categorías que operan como parte de un modelo que es denominado *Proyecto Político Comunicativo (PPC)*, construido en la praxis educativa de un conjunto de formadores y formadoras de ALER en distintos países del continente, en un diálogo entre las prácticas comunicativas de las radios y una serie de reflexiones teóricas y metodológicas que les han dado sustento. Consideramos así que estamos recuperando un enfoque participativo y colectivo en la producción de saberes y conocimientos, acorde a la perspectiva comunicacional que enunciamos en este mismo capítulo, en la cual confluyen distintas matrices en una perspectiva transformadora. En *La Vuelta y Media* (2007) -material que es a la vez una sistematización de prácticas y un manual formativo- los integrantes de este equipo de trabajo describen los principales rasgos del PPC:

-La mirada sobre la realidad latinoamericana como escenario macro, signado por las desigualdades sociales, “haciendo comunicación junto a las poblaciones marginadas, empobrecidas y discriminadas”;

-La consideración de las radios populares y comunitarias como “actores sociales que disputan el poder simbólico y del discurso” en un contexto determinado; disputa que se da no solamente en el plano informativo sino también epistemológico, es decir, en la producción de conocimiento;

-La metodología que se constituye a partir de una pedagogía de la pregunta, “a partir de interrogantes que promueven el análisis de las experiencias, desde las coordenadas de los sujetos que participan en las prácticas comunicativas”. (p. 15)

Dentro de este modelo se considera como un concepto central el de *construcción de sentidos*, ya que la posibilidad de transformación desde las prácticas comunicativas necesariamente se vincula con las audiencias y sus modos de ver el mundo y entender la realidad cotidiana. Se considera sentido a “un conjunto de representaciones sociales, ideas y sentimientos que se conjugan en un momento para configurar un motivo, una razón para hacer algo, y también - sobre todo - una forma de ver el mundo” (p. 20). Si las radios populares y comunitarias, a partir de sus prácticas comunicativas, logran incidir en el modo en que sus audiencias construyen sus sentidos sobre la realidad social, evidentemente están alcanzando sus objetivos de transformación. Aunque para lograrlo, se deben considerar un conjunto de dimensiones interrelacionadas, que nos proponemos desarrollar a continuación.

3.3.2 Dimensión de la Sostenibilidad

Sostenerse en el tiempo es uno de los principales desafíos de cualquier organización. Para hacerlo se necesita diseñar estrategias de obtención de recursos

económicos, pero también formar al personal, organizar las tareas cotidianas -no solamente las de salir al aire, manejar una consola o prender un micrófono- sino también las administrativas, de coordinación y de gestión en general. También implica establecer acuerdos y alianzas con otros actores sociales, que se beneficien de lo que la radio produce en términos de contenidos -marcando temas en la agenda pública, por ejemplo- pero también en el diseño de proyectos comunes, en la cogestión de espacios físicos, o la realización de campañas temáticas sobre temas que les afecten y necesiten dar visibilidad. Estos tres planos -lo económico, lo organizativo, lo social- nos presentan un concepto de sostenibilidad más integral, que permite a las emisoras caracterizar con mayor amplitud todo lo necesario para mantenerse vivas a lo largo del tiempo. En esa línea, Godinez Galay (et. al.) dirá que:

> Entenderemos el concepto de sostenibilidad como aquella capacidad de las radios, en tanto sujetos colectivos, de mantenerse a lo largo del tiempo de manera equilibrada en términos económicos, administrativos, políticos, culturales, comunicativos, etc. Esto quiere decir que reconocemos que se trata de un fenómeno multidimensional y dinámico. (p. 21)

Este enfoque *multidimensional*, que adoptamos para nuestra investigación, implica superar un conjunto de estereotipos que se construyeron sobre los medios del sector comunitario a lo largo de su historia, muy apegados a su origen en los años ochenta, signado por la precariedad y la falta de adecuación a los términos legales. En un trabajo anterior (Jaimes *et.al*, 2014)[90] señalamos que "suele pensarse que la radio comunitaria es aquella que transmite con ruido, con pocos recursos, solo con voluntarios, sin gente rentada para las diversas tareas que hay que cubrir, que no puede pasar publicidad" (p. 9). De esta manera, "el sentido común -con la

[90] Se trata del material de formación *Gestión de medios comunitarios y populares*. Curso Anual de Comunicación Popular. Facultad de Ciencias Sociales (UBA), CENOC, AFSCA, producido junto a César Baldoni, Viviana González y Omar Zanarini.

influencia que tiene el poder sobre él- suele ubicar a los medios comunitarios y populares en el lugar de lo marginal, lo precario, lo pobre" (*Ibid*.). Estas afirmaciones -que tienden a generalizar situaciones que no solamente se dan en los medios sin fines de lucro sino también en privados y públicos- han permanecido a lo largo del tiempo. No obstante, a partir de los aprendizajes que se han podido realizar desde las propias redes -FARCO, ALER, AMARC- desde fines de los años noventa -en el marco de talleres, cursos, seminarios, publicaciones- se ha avanzado mucho en materia de gestión y sostenibilidad. Un estudioso del tema, como Gumucio (2005), si bien no reproduce este estigma, da cuenta de un concepto de sostenibilidad más ligado a una práctica de supervivencia. Señala el autor -ya citado- que:

> "A lo largo de más de cincuenta años los medios alternativos, independientes y ciudadanos han tratado de resolver el rompecabezas de la sostenibilidad. No hay una sola experiencia de radio comunitaria, de teatro popular, de televisión local, de video participativo o de prensa alternativa que no haya pasado por etapas en las que la carencia de recursos parecía asfixiarla. La trayectoria de supervivencia y desarrollo de los medios comunitarios se parece mucho a la de los artistas del circo que caminan en delicado equilibrio sobre una cuerda floja. A veces caen sobre la red y vuelven a subir para comenzar de nuevo. La diferencia es que en los medios comunitarios la mayoría de las veces no hay una red que amortigüe la caída, por ello muchos proyectos quedaron frustrados al poco tiempo de iniciarse, y no lograron establecerse en el seno de la comunidad. Son pocas las experiencias que han sobrevivido sin apoyo externo. Casi todas tienen el respaldo económico de instituciones de la sociedad civil, de iglesias progresistas o de la cooperación internacional".

A partir del análisis empírico de un conjunto de experiencias a nivel mundial, el autor concluye que sin aporte financiero externo -a través de agencias de cooperación, iglesias, etc.- la sostenibilidad se vuelve prácticamente imposible. Destaca así el valor de la participación comunitaria aunque no explicita la necesidad y pertinencia de políticas públicas de comunicación de fomento a los sectores sin fines de lucro. Respecto del rol de las políticas públicas, se hace una pregunta que

nos convoca: “¿Debe el Estado apoyar económicamente a los medios comunitarios? ¿La legislación debe permitir que los medios comunitarios se auto-financien con publicidad?” (p. 16) La respuesta no va en consonancia con lo que planteamos en nuestro trabajo:

> “Las dos opciones conllevan riesgos. Si el financiamiento viene del Estado, se corre el riesgo de una injerencia política y administrativa de los gobiernos de turno (...). Y si el financiamiento llega esencialmente a través de la publicidad, se corre el riesgo de caer en manos de empresas privadas que controlan los medios a través de las cuentas publicitarias, como lo hacen con los medios masivos, imponiendo normas y mecanismos de censura”.

Otra referente del campo como Amparo Cadavid (2008) discute esta perspectiva y señala:

> El trabajo para alcanzar la sostenibilidad no es algo del azar, de la buena suerte o de un esfuerzo extremadamente altruista que exige el sacrificio de muchos. Es un trabajo que debe ser concebido como un proyecto social y político en el campo de la comunicación que puede manejarse de manera organizada, racional y exitosa. Por esto no es un equilibrista en la cuerda floja, sino todo lo contrario (p. 16)

El planteo de Gumucio tiene dos problemas a nuestro entender. El primero es que ningún medio -ni privado, ni público, ni comunitario- ha sobrevivido sin apoyo externo de algún tipo, ya sea de una institución o del mercado. El segundo, es la escasa relevancia que le otorga al contexto histórico y político en el que se inscriben las experiencias. Aquí consideramos que en un contexto neoliberal, donde se privilegian los intereses del mercado y las corporaciones económicas concentradas, es lógico que los medios comunitarios y populares estén en emergencia o intentando a duras penas sobrevivir. Lo que intentamos plantear en este trabajo, es que en contextos políticos favorables al ejercicio de los derechos humanos

-ubicando a la comunicación y la información entre éstos- su perspectiva puede orientarse al fortalecimiento de saberes y capacidades, al desarrollo de su incidencia en la agenda pública y su crecimiento como actores sociales en sus comunidades. Prácticas y contexto, entonces, son dimensiones que no se pueden separar.

Otros autores como Iglesias (2015) afirman que en el caso argentino:

> "En 26 años de vigencia de la regulación en materia de radiodifusión de la última dictadura (Decreto Ley 22.285, de 1981), las radios comunitarias expresaron a amplios sectores de la sociedad civil a pesar de la restricción explícita que impuso la norma al acceso a las licencias por parte de los actores sociales sin fines de lucro. En consecuencia, las emisoras desarrollaron sus propios modelos administrativos y económicos (de gestión y negocio para la industria), ajustados a su condición de alegalidad y con debilitadas posibilidades de sostenibilidad. Esta situación no impidió la consolidación de un pequeño número de radios que se adaptaron y lograron su permanencia en el aire pese a este contexto desfavorable" (p. 9)

El autor realizó un trabajo exhaustivo sobre el tema con diez emisoras comunitarias del Area Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) que comprende el período 2005 a 2015. Allí plantea el nudo problemático del modelo de medios argentino, centrado en el mercado y la publicidad, como obstáculo para la sostenibilidad del sector sin fines de lucro, en el cual la concentración en unos pocos grupos atenta contra su democratización. Observa también que la adecuación que han debido hacer los medios del sector a la LSCA ha sido dificultosa. Se refiere particularmente al acceso a licencias; al pago de gravámenes e impuestos; al cumplimiento de las cuotas mínimas de programación; a la necesidad de respetar las incumbencias profesionales (operadores/as, locutores/as, periodistas); como así también a los aspectos legales y contables (p. 87).

El modelo que planteamos en esta tesis, en sintonía con los avances y aprendizajes colectivos de las radios populares y comunitarias en sus décadas de existencia, podría definirse como *autogestivo con apoyo estatal*. En este planteo, se parte de la base de organizaciones sociales autónomas, con personería legal propia, reconocidas formalmente, que desde una dinámica de funcionamiento cotidiano eficaz basada en criterios de producción colectiva y democrática, coordinada y conducida a través de roles claros, articulada en red con sus pares, se vincula con actores sociales de tamaño y escala diversa, siendo el Estado uno de los principales, no sólo en términos económicos sino en su rol de garante de derechos.

Es cierto que la propia definición del sector “sin fines de lucro” puede prestarse a confusión; de hecho, existen quienes piensan que un medio de este tipo no podría vender publicidad. Apegados al estereotipo que solo concibe el voluntariado como modo de sostener estos proyectos, no se reconoce con claridad que las tareas rentadas son parte, hace ya tiempo, de las prácticas comunicativas comunitarias y populares. Esta tensión opera también sobre el modelo de radiodifusión que se constituyó en nuestro país desde sus inicios, que durante años mantuvo al sector privado comercial como referencia central -financiado con publicidad también privada y, especialmente en las últimas décadas, oficial- y en segundo término a los medios del sector público estatal, relegados a un rol subsidiario, es decir, operando en zonas geográficas y produciendo contenidos no atractivos para el mercado. Así, esta configuración del sistema en términos de negocio -progresivamente más concentrado- ubicó a los medios no lucrativos en un lugar indefinido, desde el cual tuvieron que pugnar por la legitimidad del financiamiento para poder existir: además de los aportes de la comunidad y su

entorno cercano, pasando por las agencias de cooperación, hasta el fomento estatal y la publicidad oficial -estos últimos, obtenidos a partir de las acciones de incidencia previas y posteriores al 2009, año en que se sancionó la LSCA-. Como sea, la sostenibilidad de los medios comunitarios ha sido un proceso siempre en construcción, en el cual, según nuestro punto de vista, el FOMECA ha constituido un factor central de fortalecimiento.

Fossaroli (2014)[91] nos acerca una definición que podemos tomar como abarcativa para la red FARCO, respecto de dos aspectos fundamentales para pensar la gestión, la participación y el trabajo en las radios comunitarias:

> "Las motivaciones, o sea lo que nos movía a crear una radio o un medio de comunicación, que no era ni es, precisamente el hecho de hacer negocio, ni poner una pequeña empresa familiar, sino que coincidimos en que las radios comunitarias deben cumplir fundamentalmente una función social y tener como finalidad aportar a la construcción de un sociedad más justa para todos.
>
> "El otro aspecto que nos identificó fue que coincidíamos que el modo de gestión no era empresarial con finalidad de lucro, sino que el modo de gestión que impulsamos y practicamos debería ser colectivo, participativo, democrático y solidario". (p.1)

La forma jurídica es otro aspecto a tomar en cuenta al hablar de sostenibilidad: no se trata de personas físicas, ni de sociedades comerciales, ni de organismos gubernamentales. Fundaciones, asociaciones civiles, mutuales, cooperativas, sindicatos, son tipos de entidades que gestionan medios del sector.

[91] Nos referimos al texto, de circulación interna: "Nuevo escenario, nuevas reglas. Radios comunitarias: comunicación como derecho vs. comunicación como negocio". Su producción remite a los años 2013/2014. Daniel Fossaroli es miembro fundador de FM Aire Libre, de Rosario (Santa Fe), emisora pionera de FARCO, y uno de los referentes más importantes del movimiento de radios comunitarias argentinas.

Pero las posibilidades legales que ofrece cada una son diferentes: en las capacidades para contratar personal, en las exenciones impositivas, en la forma de distribuir recursos económicos, etc. En ninguna de ellas hay una apropiación privada de un excedente económico. Otro aspecto que hace a la sostenibilidad y es importante tener en cuenta, es que hay organizaciones que sólo gestionan medios; mientras que otras, se dedican a actividades diversas -educación, servicios públicos, proyectos en áreas como vivienda, economía social, comedores, merenderos- entonces la estructura económica y administración de recursos en cada una es variable -como se verá con mayor profundidad en el capítulo de análisis-.

De cualquier modo, consideramos que la sostenibilidad siempre está orientada a partir de una definición integral del proyecto político comunicativo. Este se compone de objetivos a corto, mediano y largo plazo, de aspectos internos y externos, y de un conjunto de definiciones en las cuales la perspectiva de transformación desde la comunicación es el horizonte central. Encontramos aquí algunos conceptos que se vinculan a la sostenibilidad: *viabilidad* (relación entre los objetivos que el medio se propone y los recursos con que cuenta para lograrlo); *factibilidad* (que efectivamente sea posible de realizar); *perdurabilidad* (que la actividad de la organización se mantenga viva en el tiempo); *trascendencia* (que el medio logre mantenerse y deje una huella simbólica en la comunidad que interviene). También podemos vincularlos con dos nociones clave como *coherencia* y *correspondencia*. Cabral (2012), siguiendo la conceptualización propuesta por ALER en una nueva etapa histórica, las definió así:

> “Cada institución construye una coherencia interna para dar sentido, orientación, motivación, proyección y organicidad entre su talento humano, optimizando el uso de sus recursos materiales y tecnológicos para intervenir

> con eficiencia en el contexto. Toda organización quiere tener una importancia en el contexto donde se proyecta, ser relevante para ese grupo de actores. Esa correspondencia externa es la presencia, la influencia, la incidencia en su área de intervención. Si las radios, redes y coordinadoras –ALER entre ellas- no fueran relevantes para su contexto, no tendrían sentido. La coherencia interna y la correspondencia externa son los dos elementos que dan sostenibilidad a una organización (p. 5)

Coherencia y correspondencia son conceptos que han calado hondo en el esquema conceptual de la comunicación popular latinoamericana[92]. Agrega Vandenbulcke (2020):

> "La coherencia interna de una organización se construye cuando haya concertado una visión, misión, valores, objetivos, estrategias, proyectos y planes operativos. La correspondencia con el entorno es reflejada en servicios e intervenciones que armonicen y correspondan con las necesidades, aspiraciones y proyecciones de la población. La coherencia y la correspondencia condicionan la sostenibilidad de la organización". (p. 155)

De este modo, nos encontramos con un enfoque singular. A diferencia de un medio comercial, por ejemplo, en el que las y los trabajadores realizan sus tareas mediante un salario que es pagado por el sector patronal, las radios comunitarias se sostienen mediante la autogestión y sus criterios de equidad y solidaridad. Por consecuencia, y partiendo de principios donde prima el espíritu de transformación social, encontramos infinidad de casos donde la ausencia de recursos económicos no ha sido determinante para el cierre del medio. El hecho de encontrar otras formas de organización de los recursos, de las tareas laborales, y la relación con otros actores sociales, dan herramientas para buscar alternativas en el mediano plazo[93].

[92] Especialmente a partir del proceso de innovación institucional denominado *ALER 2020*, que involucró a un número importante de sus afiliadas en el diagnóstico y planificación de sus proyectos desde una mirada prospectiva, en la que se cuestiona con fuerza el enfoque de desarrollo propuesto desde los países centrales. Puede ampliarse esta información en Cabral (2013).

[93] Queremos señalar aquí el aporte de la propia política pública FOMECA en materia conceptual, a partir de la idea de "creación de valor social" como clave de los procesos de gestión, que se aborda en el apartado de desarrollo histórico del Programa.

Pasaremos a definir entonces estas distintas dimensiones de la sostenibilidad.

3.3.2.1 Sostenibilidad económica

La dimensión económica de la sostenibilidad está orientada por la perspectiva emancipatoria que distingue a las emisoras sin fines de lucro respecto de otros prestadores de la comunicación. Así, el hecho de no considerar a la actividad comunicacional un negocio comercial no implica que estos proyectos no necesiten dinero para poder sostenerse y ser una opción válida en el espectro en que desarrollan sus acciones. Una programación completa no se logra solamente en base a la voluntad de sus integrantes, por un lado, y el hecho de contar con recursos económicos no asegura por sí mismo el logro de los objetivos organizacionales.

Según Cadavid (op. cit.), es importante encontrar un punto de equilibrio:

> "Las radios populares y comunitarias constituyen empresas sociales prestadoras de servicios con un sentido de trabajo completamente diferente al de los medios de comunicación comerciales. Sin embargo, se puede distinguir un elemento común entre ellos: tanto los medios comerciales como los populares y comunitarios están insertos, actúan, inciden y se sostienen dentro de una sociedad capitalista, orientada al consumo y que impone los parámetros de sostenibilidad.
> "Lo anterior no significa que las radios deban colocarse en alguno de los dos extremos. Uno representado por una posición purista que considera que los medios comunitarios están por fuera de los circuitos del mercado y deben mantenerse con limosnas y el sacrificio de quienes trabajan en ellos o al amparo de entidades de beneficencia (como la iglesia, por ejemplo).
> "El otro extremo representado en una posición que considera que las emisoras populares y comunitarias deben copiar los modelos de financiación de las estaciones comerciales vendiendo servicios sin principios, criterios, orientación o postura ética.
> "La posición correcta está entre ambas. Para este fin, es necesario que tengamos claro nuestro PPC, el cual incluye una posición ética y política sobre la actuación económica de la radio".

Sobre lo anterior existen matices, discusiones, debates aún no saldados. Lo que podemos decir es que, al menos en el escenario de FARCO, se ha avanzado en considerar a la actividad radiofónica como parte de un esquema laboral que necesita personas que puedan ejercer su derecho a la comunicación en términos de dignidad. Si bien la mayoría de las personas que participan o trabajan en medios comunitarios cuentan con fuentes de ingresos múltiples, su práctica allí no se produce solamente en base a la militancia o el voluntariado. Así, la búsqueda de recursos económicos se basa en estrategias que se van desarrollando y mejorando a través del tiempo, siempre vinculadas con cada coyuntura específica.

Como ya hemos señalado, en el campo de los medios comunitarios las fuentes de financiamiento se caracterizan por su diversidad. Siguiendo a Fossaroli (*op. cit.*) y ampliando su planteo, podemos enumerar las siguientes:

1. Aportes económicos societarios de los propios integrantes (esto incluso es obligación en determinadas formas jurídicas, como las asociaciones civiles, aunque su carácter en ocasiones es más simbólico que real);
2. Acciones comunitarias para recaudar fondos (eventos como festivales, recitales, rifas, bingos, etc.); encontramos este tipo de acciones especialmente en emisoras con menor desarrollo, o en contextos de crisis económica; o para afrontar situaciones de emergencia (caída de antena, interrupción de transmisiones);
3. Publicidad local: de comerciantes, profesionales, instituciones locales; constituyen aportes importantes especialmente en el nivel de cercanía; en

ocasiones funcionan por canje (se emite un spot publicitario a cambio de un servicio);

4. Pauta oficial estatal: puede ser municipal, provincial o nacional; se encuentra poco regulada formalmente, por lo tanto su manejo puede ser discrecional; en el caso de la oferta de mayor volumen -nacional- se han logrado avances significativos en los últimos años a partir de gestiones colectivas de medios y redes que los agrupan[94], asumiéndolas como parte del derecho a la comunicación; según los medios del sector, constituyen junto a FOMECA una base fundamental de financiamiento; los datos estadísticos señalan que la pauta para estos medios es significativamente menor que la que se dirige a medios privados y ubicados en grandes centros urbanos -especialmente el AMBA-; hay quienes consideran la pauta oficial como una injerencia directa de la línea editorial de los gobiernos que la ofrecen, y por ende un factor que puede influir en la agenda del medio; en todos los casos se trata de mensajes publicitarios cortos, a incluir en la tanda comercial, que rotan en la programación.
5. Venta de servicios: nos referimos por ejemplo al alquiler de un estudio de grabación o de equipos; al servicio de operación técnica en un evento público o privado; a la capacitación a otras instituciones en materia de comunicación radiofónica, audiovisual, digital, en temas de gestión, etc.
6. Aportes de programas por espacios de aire: una práctica habitual en la que las personas, grupos o instituciones que realizan programas independientes, hacen aportes económicos que permiten financiar las tareas de operación

[94] No solamente las ya mencionadas, sino también la Confederación de Medios Comunitarios y Cooperativos (CMCC) que agrupa también a redes de medios gráficos, televisoras, medios digitales.

técnica especialmente; incluye también la posibilidad de realización de coproducciones con personas del equipo de la radio.

7. Aportes individuales de las audiencias: se trata de dinero aportado por socios o donantes individuales, en montos mensuales, accesibles, que implican un compromiso con la propuesta del medio; pueden llamarse también “socios” o “amigos/as”
8. Proyectos financiados por cooperación internacional: muy vinculados a la etapa de constitución de los medios en los años ochenta y noventa, mediante los cuales se obtenía dinero para compra de equipos, una sede propia, materiales e insumos radiofónicos y digitales, para capacitación; proveniente de agencias europeas vinculadas a la Iglesia Católica[95] o evangélicas, organismos multilaterales (Naciones Unidas, FAO, UNICEF[96], por ejemplo) o también a partidos de izquierda o de la socialdemocracia europea[97]; proceso que se redujo significativamente en la etapa que denominamos de “restitución del Estado”.
9. Proyectos financiados por organismos públicos: surgidos de convocatorias de los distintos niveles del Estado -municipal, provincial, nacional- a partir de fondos públicos, generalmente vinculados a la realización de alguna

[95] Entre las católicas más conocidas, y a modo de ejemplo: Misereor y Adveniat, de Alemania; el Comité Católico contra el Hambre y para el Desarrollo (CCFD, de Francia), de las evangélicas, Pan para el Mundo (Alemania) y la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). En este último caso, no solamente financia proyectos sino que realiza congresos, seminarios, publicaciones, y acciones de incidencia política desde hace varias décadas. Otro caso es el del Catholic Media Council -CAMECO- con sede también en Alemania, que se encarga de intermediar entre organizaciones y asesorarlas para la elaboración y presentación de proyectos.

[96] Un proyecto importante financiado por UNICEF a FARCO conjuntamente con el Centro Nueva Tierra -entidad de desarrollo social localizada en la Ciudad de Buenos Aires, con la cual además comparte su sede social- fue la Campaña de Políticas Públicas para la Infancia, entre 2005 y 2007. Algunas de las producciones -gráficas, radiales- pueden verse en https://cajondeherramientas.com.ar/?s=infancia

[97] Algunas para mencionar son la Fundación Friedrich Ebert o la Fundación Konrad Adenauer, ambas de Alemania.

intervención concreta en materia de comunicación, salud, cultura, educación, desarrollo social, actividades productivas, ambiente, agricultura familiar, etc; las radios suelen aplicar dada su constitución como entidades sin fines de lucro, requiriendo contar con toda su documentación formal al día; se trata de financiamiento que debe rendirse administrativamente a partir de los gastos realizados; FOMECA entra en esta categoría, como programa exclusivamente destinado a medios del sector y de pueblos originarios;

10. Trabajo voluntario: si bien no constituye un bien monetario, es un recurso sin duda clave para la sostenibilidad; forma parte de la historia de la comunicación comunitaria asumida como práctica emancipatoria y promotora del cambio social; en ese sentido, en Argentina se lo asocia con el concepto de militancia, de compromiso social sin necesidad de remuneración; para ciertos sectores puede ser considerado trabajo precario o incluso "no trabajo", aunque desde la lógica de la autogestión se toma con naturalidad, se vincula también con la sostenibilidad organizativa[98].

Ahora bien, es tan importante definir de qué modo se obtienen los ingresos como determinar en qué se van a invertir -egresos-. Existen por un lado los denominados gastos generales entre los que podemos encontrar:

[98] Godinez Galay (et.al.) señalan: "¿Cuál será el equilibrio entre la fuerza militante y la necesidad de ingresos? ¿Hasta dónde la motivación ética sostiene la participación y cuándo la economía empieza a reclamar? El tiempo de quienes participan de los espacios es uno de los recursos críticos que las radios deben contemplar en términos de sostenibilidad económico-administrativa" (p. 25).

-Honorarios por tareas propias del medio: operación técnica; conducción; producción periodística; edición; administración y gestión; capacitación; coordinación de áreas;

-Honorarios profesionales por tareas que el propio equipo no está en condiciones de realizar: especialmente legales (abogados/as) y contables (contadores/as);

-Pago de servicios: electricidad, agua, gas, internet, telefonía, alarma, limpieza, etc.;

-Pago de impuestos y gravámenes (SADAIC, AADI-CAPIF, Argentores, ENACOM, etc.)[99];

-Alquiler de local[100] o equipamiento;

-Otros.

Los anteriores constituyen un presupuesto que puede preverse mensual y anualmente. Luego surgen una serie de gastos eventuales que tienen que ver con insumos (papelería de oficina, materiales para limpieza) como así también arreglos de equipos, mantenimiento de infraestructura, pintura, etc.

Podemos decir que un medio sostenible económicamente es aquel que logra, mes a mes, año a año, solventar los egresos necesarios para funcionar adecuadamente con los ingresos obtenidos. La realidad de los medios comunitarios en Argentina es sumamente diversa: de los elementos enumerados anteriormente,

[99] Los tres primeros corresponden a entidades gestoras de derechos (autores e intérpretes) mientras que el gravamen ENACOM lo abonan mensualmente todos los prestadores de servicios de comunicación audiovisual vía Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). Todos ellos están regulados a partir de la LSCA. Este último además es el que otorga recursos para FOMECA -10%- como así también a sectores como el cine, el teatro, la música independiente.

[100] Obviamente no contamos aquí aquellas radios que cuentan con espacio propio, en comodato o a préstamo de una persona o institución: a estos casos, nos referiremos en la sostenibilidad social.

tanto a nivel de ingresos y egresos, habrá quienes consideren su situación muy lejana a la hora de prever recursos y definir en qué gastarlos. Incluso habrá quienes cubran un porcentaje mínimo de lo necesario para sostenerse. Mientras que otros se sentirán más identificados con una propuesta económica medianamente diversificada e integral. ¿En qué medida las socias de FARCO han logrado un nivel aceptable de sostenibilidad económica? Es un interrogante que nos planteamos en este trabajo, especialmente relacionado con la participación en el programa FOMECA.

Pero, como señalan diversos/as autores/as, la sostenibilidad económica no es un fin en sí mismo: es un medio para lograr los objetivos de cambio de las organizaciones. Según ALER (2007) , se basa en tres premisas:

-La sostenibilidad económica tiene sentido si, gracias a ella, se garantiza la función social y el servicio público.

-Las estrategias y alternativas que se definan tienen que articularse de manera coherente con el proyecto político comunicativo y, en este sentido, la sostenibilidad económica no determina al proyecto.

-Trabajar en la perspectiva de la sostenibilidad económica es una condición para que haya vida y futuro para cada proyecto radiofónico.

Para poder caracterizar los grados de sostenibilidad económica de una emisora, Geerts y Van Oeyen (2001) aportan una clasificación, que exponemos con leves modificaciones para utilizar en nuestro trabajo:

1. Radios precarias: aquellas cuya situación económica es tan grave que no están en condiciones mínimas para poder funcionar. Le faltan recursos humanos, económicos y materiales para sostener su programación diaria y organizarse para llevar adelante el proyecto.
2. Radios de estabilidad mínima: cuentan con los recursos mínimos para mantener el proyecto con vida. Cuentan con una programación básica, cubren algunos de los gastos necesarios, y su principal sostén es la militancia y el voluntariado.
3. Radios sostenibles: cuentan con los recursos necesarios para estar al aire y logran planificar a corto, mediano y largo plazo. Su programación es completa y estable. Cuentan con personas, recursos y equipamiento para llevar adelante su proyecto.

En la investigación realizada por estos autores, de escala continental, encontraron que el grupo de emisoras analizadas se repartía en tres tercios. De igual modo, Intentaremos en nuestro trabajo dar cuenta en qué situación se encontraban las emisoras asociadas a FARCO respecto de su sostenibilidad económica sobre el final del período estudiado (2013-2023).

Para hacer hacer operativa esta categoría hemos construido las siguientes preguntas:

-¿La participación en FOMECA mejoró la sostenibilidad económica de las emisoras pertenecientes a FARCO? ¿En qué aspectos sí y en cuáles no?

-¿La participación en FOMECA los impulsó a planificar de una manera más ordenada su sostenibilidad económica?

-¿Qué cambios debieron realizar en el equipo de trabajo para mejorar este aspecto de la gestión?[101]

-¿Con qué dificultades se encontraron las emisoras para afrontar los requerimientos del programa?

-Al término del período estudiado, ¿cómo podemos clasificar a las emisoras socias de FARCO (precarias, de estabilidad mínima, sostenibles)?

3.3.2.2 Sostenibilidad social

Como venimos señalando, la existencia y permanencia en el tiempo de una organización -en este caso, una que gestiona un medio de comunicación- no depende solamente del dinero. Encontramos que hay medios de comunicación que deben alquilar un local para montar su estudio de transmisión, mientras que otros han obtenido, a través de un comodato, un espacio físico que no les implica el pago mensual de un servicio que pueden utilizar para otro rubro. Este tipo de acuerdos contiene una premisa: compartir una misma perspectiva social, política, comunicacional, con quien habilita dicho espacio. Encontramos casos como empresas recuperadas, sindicatos, incluso espacios de propiedad estatal, que brindan sus instalaciones para que el medio funcione, ya que consideran que éste brinda un servicio relevante para dicha comunidad. Esta sostenibilidad social

[101] Godinez Galay (et.al.) han observado en varias emisoras que analizaron que "la posibilidad de presentarse a fondos para el sector de medios sin fines de lucro, hizo que algunas radios que estaban lejos de las formalidades administrativas, hicieran algunos trámites para poder acceder a subsidios (los FOMECA)" (p. 63).

también se expresa en la participación en redes territoriales, que pueden tener temas de abordaje en común -infancias, juventudes, salud, ambiente, entre otras- y se mantienen a lo largo del tiempo. También pueden tener un carácter más coyuntural, por ejemplo ante la sanción de una ley, la ejecución de un proyecto o política pública, o una emergencia frente a una catástrofe climática. A lo largo del tiempo de vida de las organizaciones que gestionan medios, la participación en estos ámbitos va entramando redes, contactos, lazos, vínculos, que tarde o temprano redundan en un soporte para su proyecto. Es así que la sostenibilidad también es fruto del intercambio, de la reciprocidad, que parte de una identificación común desde el punto de vista social y el desarrollo de la comunidad donde estos proyectos se insertan. Como se afirma en un documento ya citado:

> "No existe proyecto de comunicación sostenible sin una clara vinculación con otros actores sociales, que compartan (en todo o en parte), el por qué y el para qué debe existir el mismo. El trabajo en red y la articulación territorial son condiciones indispensables para la vida y el futuro de una radio que trabaje desde una mirada educativa, social, popular y comunitaria.
> Porque cuando una tormenta derribe la antena serán esos actores los que acompañarán con las rifas, los festivales, los proyectos a presentar, que permitan que volvamos al aire. Son los que tienen la radio sonando en el taller mecánico, en el colectivo, en el recreo de la escuela. Sin red, no hay comunicación". (Jaimes et. al., 2014, p. 24).

Dentro de la denominada sostenibilidad social, podemos encontrar diferentes niveles, por ejemplo según su escala:

-Local: organizaciones sociales y comunitarias cercanas que trabajan en las más diversas áreas: una cooperativa de cartoneros y recicladores urbanos, un/a grupo/a feminista, un sindicato o central de trabajadores/as, un grupo de jubilados/as, organizaciones políticas; organismos públicos como centros de salud,

delegaciones municipales, áreas de ambiente, cultura, educación, concejo deliberante; empresas privadas que puedan ser posibles apoyos económicos para el proyecto, profesionales, técnicos/as, etc.; otros medios con los cuales establecer acuerdos de trabajo;

-Provincial: entidades de segundo grado como asociaciones, federaciones, movimientos sociales y políticos; gobierno provincial y sus diversas áreas de gestión (educación, salud, agricultura, trabajo, cultura), legislatura;

-Nacional: redes de medios, movimientos sociales, organizaciones de trabajadores/as, confederaciones, entidades bancarias, las distintas áreas del gobierno nacional, diputados/as, senadores/as, entre otros.

-Internacional: entidades que agrupan medios de comunicación, agencias de cooperación, iglesias, organismos multilaterales, por mencionar los más relevantes..

Como puede verse, la trama de articulaciones sociales y políticas de las organizaciones que gestionan medios comunitarios puede ser muy extensa. No en todos los casos, claro: puede haber organizaciones que no contemplen esta visión de la sostenibilidad y presenten un mayor aislamiento en su intervención comunicacional; o que solamente se vinculen con organizaciones afines u orgánicas si es que forman parte de un movimiento social o político. También puede suceder que exista vinculación, pero que no esté suficientemente dimensionada, visualizada o sistematizada, por lo tanto no sea tomado en cuenta su volumen de importancia, y no se logre ver lo que puede significar para la trascendencia de la organización.

Fossaroli (2023) -expresando la visión institucional de FARCO- destaca la relevancia y sintonía del proyecto de la emisora con las demandas y necesidades de su entorno:

> "¿Para quién es importante o necesario lo que hacemos como radio o como organización? ¿Da lo mismo que exista o no exista? ¿Tenemos credibilidad? ¿Qué personas, sectores, grupos de nuestro contexto nos valoran y por qué nos valoran, y cuáles no?" (p. 71)

Y agrega:

> "Si bien una organización o una radio comunitaria debería responder a necesidades sentidas por un grupo de personas -quienes la sostienen a diario- también y por sobre todo deberían corresponderse con las necesidades, demandas y sentires de un conjunto mucho más grande de gente, de instituciones, de organizaciones, de grupos, que confían que detrás de esos sonidos hay intereses comunes: defender derechos, hacer visibles reclamos, generar aprendizajes, impulsar diálogos con quienes toman decisiones, entre otras cosas". (Ibid.)

Para hacer hacer operativa esta categoría hemos construido las siguientes preguntas:

-¿La participación en el Programa FOMECA potenció la sostenibilidad social de la emisora? ¿En qué aspectos?

-¿El Programa aportó herramientas para visualizar las articulaciones de la organización?

-¿La emisora amplió su red de organizaciones aliadas a partir de la implementación de algún proyecto FOMECA?

3.3.2.3 Sostenibilidad organizacional

La dimensión organizacional de la sostenibilidad -también denominada interna o institucional- refiere específicamente a las maneras, criterios, decisiones, que una entidad sin fines de lucro que gestiona un medio de comunicación asume para llevar adelante su proyecto político comunicacional. Decíamos hace tiempo:

> "¿Qué roles necesitamos cubrir, en la producción periodística, en la técnica, en la edición de sonido, en la locución.... sin olvidar la coordinación de tareas, el registro de ingresos y egresos, la toma de decisiones políticas, la prolijidad en lo administrativo? Siempre, lo organizativo estará vinculado con la cultura organizacional, es decir, con cómo funcionan los entramados y circuitos de decisiones en la institución más en general. Tomando en cuenta la necesidad de trabajar desde el acuerdo, el consenso y la coherencia con el proyecto institucional" (Jaimes *et. al*., p. 22)

Por lo general, las emisoras comunitarias inician sus actividades generando las condiciones para que lo mínimo de producción al aire esté garantizado: personas que puedan conducir programas, producirlos y operarlos técnicamente. Sumadas a estas tareas básicas, se sumarán roles de coordinación y gestión, tanto a nivel de las áreas de trabajo como del proyecto en general. Sabemos que lo que distingue a este tipo de medios de otras formas de propiedad es que su gestión es colectiva: si bien hay roles específicos y tareas concretas a desarrollar, la definición de objetivos, metas, resultados, y todo lo concerniente al proyecto, se realiza colectivamente. Esto en gran medida se asocia a la forma de propiedad, que también es colectiva y por ende, asociativa.

Así, la forma jurídica incide en la sostenibilidad interna. Una cooperativa, por ejemplo, contempla que todos y todas quienes hacen comunicación estén asociados a la misma; en cambio una asociación civil o una fundación cuentan con

criterios diferentes. En cuanto a la distribución de los recursos económicos existentes, la cooperativa presenta una mayor claridad sobre cómo hacerlo, mientras que otras figuras presentan algunos problemas, especialmente respecto de la forma de contratación y la relación entre la institución como empleadora y la posibilidad de incluir a sus propios miembros. Estos temas forman parte de debates pendientes de la adecuación del sector a la LSCA. Lo que está claro como definición de las emisoras comunitarias asociadas a FARCO, es que necesariamente debe existir alguna de estas figuras legales como sostén de la existencia de la organización -de otro modo no podrían asociarse a la red-. Esto otorga fortaleza y representación real a la hora de vincularse con organismos estatales y de otro tipo, y son prácticamente definitorios a la hora de solicitar financiamiento.

Por otra parte, existe también dentro de cada organización/medio lo que se denomina *cultura organizacional*: modos de hacer, tradiciones, símbolos, ritos, costumbres, que definen las maneras de llevar adelante la cotidianidad de las tareas. Se ha definido como:

> Un conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia, a partir del cual las personas que pertenecen a una organización tienen una concepción más o menos homogénea de la realidad, y por lo tanto, un patrón similar de comportamientos ante situaciones específicas (ALER, 2007, p. 100).

Esta cultura organizacional se construye a través del tiempo, a partir de la dinámica que le imprime cada sujeto y su procedencia, edad, género, y el resto de sus características identitarias. Pero también tienen influencia allí las matrices culturales propias de la organización y sus rasgos fundacionales: no será la misma cultura organizacional la que tenga una radio con origen en un sindicato, que la de

un medio que surge de un obispado católico, que en otro surgido del sector cooperativo y mutual, de un grupo de estudiantes universitarios, de un comedor, o aquel formado por militantes socioambientales. Esto no implica que haya elementos culturales en común -y que de hecho existan redes que agrupen toda esta diversidad- pero muchos debates estarán atravesados por estas matrices diversas, y orientarán la acción. La cultura organizacional, en tanto construcción permanente, requiere que:

-Se haga participativa la construcción de los objetivos de la organización

-Se construyan espacios de reconocimiento del/la otro/a

-Se promuevan actividades que impulsen sentidos de comunidad

-Se identifique con el proyecto político de la organización (ALER, op. cit.)

En tanto, se intenta evitar que existan formas verticalistas de organización, que se desconozcan sus objetivos centrales, que no se convoque a la participación en las distintas áreas de la gestión y toma de decisiones, tomando cuenta las características, los saberes, las potencialidades y las posibilidades de cada uno de sus miembros.

Y aquí entramos en otro tema central para la sostenibilidad organizacional que es la formación y la capacitación: toda tarea o rol requiere de saberes, habilidades y competencias que es necesario desarrollar. Puede darse que quienes deban llevar adelante una tarea específica -manejar una consola, conducir un programa, escribir un proyecto, por mencionar sólo algunas- ya cuenten con capacitación previa al ingresar al medio -por trayectoria en experiencias anteriores

y/o por formación profesional o académica- aunque puede suceder también que esa persona llegue con más motivaciones que conocimientos. En cualquier caso, la organización deberá promover una formación permanente, para poder alcanzar lo que la tarea o rol requiere. En un trabajo anterior (Jaimes, 2017) sostuvimos que

> "Las emisoras comunitarias y populares (...) desarrollan diversas prácticas de formación como parte de sus proyectos político-comunicativos. Talleres, cursos, seminarios -en tanto espacios formales- como así también ámbitos de pasantía, entrenamiento y ejercicio de distintos roles -operación técnica, producción, edición, entre otras- son propias de un tipo de medio que considera el ejercicio de la comunicación como un derecho humano que se construye en la práctica cotidiana". (p. 13)

Identificamos en aquel trabajo una serie de dimensiones estratégicas a ser tomadas en cuenta en las prácticas de formación en el marco de una radio comunitaria:

- Una dimensión **técnica**, donde se aprenden herramientas para manejar los recursos que ofrece el medio/lenguaje radiofónico (operación de consola, puesta en el aire, edición digital de sonido, producción periodística, conducción y animación en vivo, administración de recursos, gestión y dirección institucional);
- Una dimensión **política**, donde se aprende a analizar y comprender la realidad local, provincial, nacional, latinoamericana, para entablar diálogos con los actores que protagonizan estos procesos, ampliar la mirada y producir la propia opinión;
- Una dimensión **social**, mediante la cual se aprenden formas de vinculación con los vecinos y las vecinas que acercan demandas a la emisora, los

referentes de organizaciones (sindicales, ambientales, estudiantiles, de campo de la salud, del arte, de la cultura, entre otras) y el/la comunicador/a se relaciona, dialoga, escucha, aconseja o deriva, conecta, hace conectar las redes, las fortalece, interviene y forma parte;

- Una dimensión **grupal**, donde el comunicador necesariamente se forma en el trabajo con otros y otras, en la convivencia entre trabajadores/as de distintas edades, clases sociales, géneros, y en esa trama diversa aprende del otro y le enseña al otro, participa en la discusión de cómo se hacen las cosas o se llevan adelante los procesos de comunicación radiofónica, y puede dimensionar lo que significa una práctica colectiva, autogestiva, en una relación donde no prevalece el vínculo patrón-empleado sino un marco asociativo y solidario.
- Una dimensión **proyectual**, que se posiciona en el análisis y comprensión del contexto presente pero parte de los objetivos político-comunicativos de la organización, que se mantienen desde su fundación pero a la vez se profundizan, se actualizan, se revisan, en una dinámica de reflexión y debate interno con acuerdos y disensos, con tensiones y conflictos, y particularmente con una mirada que no se ata al corto plazo sino a la idea de futuro. (p. 289 a 291)

Encontramos aquí entonces que la formación para el trabajo es concebida integralmente, desde distintas dimensiones. Y también, que toda estrategia en este sentido deberá llevarse a la práctica en el marco de las definiciones del proyecto político comunicativo (PPC). Podemos agregar también que -en paralelo al período

estudiado aquí- se desarrollaron en el ámbito del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTESS) de Argentina una serie de políticas de formación laboral que resultaron sumamente significativas para el sector de la comunicación sin fines de lucro. Además de instalarse mediante un convenio con FARCO un total de trece Centros de Formación Profesional (CFPs) en diez provincias, se abrió el debate respecto de la regularización de las normas de competencia del sector radiofónico, como parte de las industrias culturales argentinas. Si bien no se elaboraron estas normas en clave de "sistema" como otras áreas laborales, sí se produjeron avances importantes en el reconocimiento de las prácticas que se realizan en el sector, se financiaron acciones de capacitación y se conformaron ámbitos de debate y consenso sobre este tema.

Por otro lado, encontramos que la cuestión laboral presenta también su costado conflictivo. Iglesias (2015), por ejemplo, señala que no es fácil encontrar un equilibrio entre los derechos de las y los trabajadores y las posibilidades reales de un medio autogestivo:

> La tensión que puede observarse en este punto es que el cooperativismo de trabajo tiene como objetivo central la satisfacción de las necesidades de trabajo e ingreso por parte de sus integrantes. Las emisoras comunitarias, si bien han avanzado en el reconocimiento del trabajo con una retribución económica por las tareas realizadas, poseen múltiples modalidades de participación que, comúnmente, exceden la necesidad de satisfacer esa necesidad de trabajo e ingreso a sus integrantes (p. 102)

Según los relatos recogidos de al menos una decena de experiencias radiofónicas relevadas en este estudio, la experiencia transitada indica que FOMECA ha favorecido el despliegue de nuevas prácticas laborales dentro de las radios, y ha permitido contar con recursos para solventar las tareas mínimas y además ampliar a

nuevas acciones para ampliar los alcances de los proyectos radiofónicos. También consideramos que las emisoras han crecido en calidad técnica y han mejorado los saberes y capacidades de sus integrantes, como así también sus capacidades de gestión y administración.

Como interrogantes de las categorías de sostenibilidad interna hemos definido:

-¿Las emisoras han fortalecido sus equipos de trabajo a partir de la participación en el Programa FOMECA?

-¿Se han mejorado las capacidades de quienes integran los equipos de trabajo?

-¿Qué dificultades aparecieron desde lo organizativo, la toma de decisiones, la definición de objetivos y metas?

3.3.3 Dimensión de la Incidencia

Hablamos de incidencia como una capacidad política, que impacta en dos sentidos. Por un lado, en la posibilidad de influencia en la opinión pública, en la instalación de temas en la agenda, y en la cobertura de tópicos que la comunidad o la sociedad en general está abordando en un momento determinado y la emisora puede tener una voz propia y relevante en la perspectiva desde la cual se está abordando. Incidencia comunicacional, temática -que también es política- en su territorio de intervención: allí donde lo que dice la radio, de qué modo lo dice, y desde qué voces y miradas, es relevante para esa comunidad, tiene audiencia y es influyente. El segundo aspecto, muy vinculado al anterior, tiene que ver con que la práctica comunicativa de la

emisora logre modificar políticas, leyes o regulaciones, generalmente en vinculación con otros actores sociales, en materia social, ambiental, laboral, de género, educativa, o en cualquier otra área, incluida la comunicacional. El hecho más relevante -y que ya se ha señalado en éste y otros estudios- es el de la Coalición por una Comunicación Democrática, sus 21 Puntos y finalmente la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que logró modificar la normativa luego de un arduo proceso de trabajo, articulación e incidencia.

Fossaroli la define del siguiente modo: “Incidencia significa, para nosotros, que a través del proyecto se producen cambios, se modifican actitudes, se entra en interacción, se rompen mitos, se generan grietas” y agrega que se refiere “a lo relevante” y a “la posibilidad de construir poder con la comunidad para cambiar las cosas. La radio por sí sola no cambia la realidad, la radio con la gente puede construir nuevas realidades” (2023, p. 65). Vemos así que la incidencia se vincula con la sostenibilidad social, y las alianzas a construir para provocar transformaciones. Volvemos también a la idea de “relevancia” en el contexto, es decir, que la radio a través de sus prácticas influya en el entorno a partir de las demandas y necesidades locales. Vandenbulcke (2020) ejemplifica este concepto a partir del relevamiento de experiencias de emisoras en distintos países del continente vinculadas con ALER, entre las que destaca:

> -La presencia de la radio en la calle en forma permanente a través de móviles en vivo, aprovechando el uso de las nuevas plataformas y transmisión vía streaming;
> -La denuncia de grandes empresas que dañan el ambiente y la sensibilización sobre la contaminación y explotación de recursos naturales;
> -La presencia constante en la agenda de temas vinculados con sectores populares como tierra, vivienda y hábitat, y abusos en derechos humanos;
> -La realización de campañas temáticas a partir de producciones creativas que rotan en las programaciones e interpelan a la ciudadanía;

-El abordaje ciudadano del debate político convocando candidatos/as en coyunturas electorales, convocando a la participación de la audiencia. (p. 28)

Las cuestiones de contexto también influyen en la llegada de la propuesta comunicacional de las radios en sus comunidades de influencia. En los momentos de conflicto, tensión, suelen lograr mayor receptividad, mientras que en etapas de bonanza económica esa influencia disminuye. Respecto de la medición en términos de audiencia, existen emisoras que han realizado estudios[102], aunque en términos más amplios -que logren dimensionar por ejemplo la presencia de las radios comunitarias en el porcentaje de audiencias a nivel nacional- no se cuenta con datos que podamos mencionar. Podemos sí agregar que la incidencia desde la perspectiva de los medios comunitarios no se refleja solamente en los números de consumo de audiencias, sino fundamentalmente en la consideración de la radio como un actor social y político -no solo mediático- que juega un rol estratégico en un entramado que comparte con otras organizaciones, grupos y colectivos en función de una determinada cuestión que esté en juego en ese escenario. Agrega en este sentido Vandenbulcke:

> "Los proyectos radiofónicos comunicacionales han expresado una voluntad política y desarrollo desde una perspectiva común: el buen vivir, la inclusión social, la participación y la construcción de una sociedad democrática y justa, defensa de la vida, derecho de la naturaleza, democratización de la comunicación y la educación como derecho, y desde allí en diversas identidades se han ejecutado procesos de incidencia en cada experiencia en base a capacidades, y los contextos. No hay duda que los actores de poder, los movimientos sociales y actores institucionales reconocen en las radios fortalezas importantes y de influencia para contribuir a transformar la realidad injusta". (p. 173)

[102] Podemos nombrar a Radio Encuentro (Viedma) que realizó sondeos de audiencia en 1996, 2002 y 2023; Radio Ahijuna (2021); las radios de la zona sur de CABA Riachuelo y Gráfica (relevados en Kejval y Huidobro, 2016); las radios de las Sierras Chicas de Córdoba Nexo, Nativa (registrados en Mata, 2021).

Sin embargo, sabemos que este es un aspecto que muchas veces se presenta como problemático, y no solamente porque es una cuestión difícil de medir, sobre todo en términos cuantitativos. Conocemos historias de emisoras que no logran insertarse como quisieran en su comunidad, estrategias que no logran los resultados esperados, y proyectos que no logran adecuarse a los nuevos formatos de producción y de consumo de las audiencias, particularmente aquellos vinculados al mundo digital y multiplataforma. En el estudio coordinado por Geerts y Van Oeyen (2001) mencionado algunas páginas atrás -si bien ya han transcurrido más de dos décadas desde su publicación- se mencionan algunas de estas situaciones problemáticas. Si bien es probable que varias de estas situaciones se hayan modificado, vale para graficar y entender de qué hablamos:

-Dificultades para adecuar los proyectos radiofónicos a las nuevas realidades económicas, socioculturales, de consumo de las audiencias;

-Falta de relación clara y estratégica con otros actores sociales, a partir de no tener el rol aglutinador de sus comienzos; articulación política que es reemplazada por una relación en clave de fuentes informativas;

-"Huida hacia adentro" por las dificultades del contexto, pérdida de vinculación con la vida cotidiana de su comunidad, de sus nuevas formas de vida y los actores que interpelan a las y los ciudadanos, particularmente de sectores populares;

-Pocas radios que realizan acciones de conocimiento sistemático de su comunidad, desconocimiento de indicadores clave en materia social,

económica, etc., falta de análisis profundo de las nuevas infancias y juventudes;

-Falta de mecanismos de planificación y sistematización de sus prácticas, como así también la revisión crítica de sus proyectos. (p. 237 a 239)

Para analizar la categoría Incidencia, hemos planteado los siguientes interrogantes:

-La participación en el Programa FOMECA; ¿ha fortalecido la capacidad de la emisora para incidir en su comunidad, desde lo político y comunicacional?

-¿Han logrado cambios significativos en sus comunidades en conjunto con otros actores sociales en el período 2013-2023? ¿En qué aspectos?

-¿Qué obstáculos se han presentado que han frenado el logro de los objetivos propuestos?

3.3.2.4 Dimensión de la Construcción de Sentidos

Las emisoras comunitarias operan cotidianamente en un campo específico: el de los sentidos. Como señalamos al inicio de este capítulo, estamos hablando de representaciones que construyen formas de ver el mundo, y que tienen en los medios de comunicación social un soporte privilegiado, que se acentúa en el presente a partir de la existencia de las plataformas digitales. El concepto de *construcción de sentidos* es clave en la perspectiva comunicacional que adoptamos en esta investigación, ya que se diferencia del enfoque funcionalista que

consideraba este fenómeno desde una lógica instrumental. Mata (1994) nos convocaba a superar esta perspectiva incorporando los avances teóricos de corrientes como los estudios culturales ingleses y la teoría del discurso para adoptar una mirada mucho más compleja, que entiende a la comunicación como una relación, y no como mera transmisión de mensajes de un emisor a un receptor. Con ella, consideramos a las prácticas comunicativas como "espacios de interacción entre sujetos en los que se verifican procesos de producción de sentido" a partir de discursos configurados espacial y temporalmente (Verón y Sigal, 1986) que generan una multiplicidad de efectos posibles y no solo uno. Así, "el sentido no opera según una causalidad lineal" y un mismo discurso "producirá unos efectos en unos receptores y otros efectos en otros" (p. 15 y 16). De este modo, Mata nos propone concebir a la comunicación como "hecho y matriz cultural", en la cual emisores y receptores negocian dichos sentidos, a partir de una situación en la que, mediados por el poder, la capacidad de influencia de unos sobre otros es necesariamente desigual. Allí es donde se pone en juego también la existencia de actores sociales que son portadores de un capital simbólico mayor, a partir del cual son capaces de moldear conductas y prácticas, en una serie de acumulación histórica donde entra en juego la noción de hegemonía, entendida como poder construido a través de la cultura y el consenso. Según Huergo (s/f), y siguiendo la línea de pensamiento del filósofo italiano Antonio Gramsci, esta noción "refiere a la capacidad de dirección intelectual, moral y cultural en virtud de la cual una clase dominante (o aspirante al dominio) logra acreditarse como legítima" logrando de esa manera lograr "consenso como clase dirigente" (p. 2). Se refiere así al ejercicio del poder por una vía alternativa a la fuerza o la coerción represiva, si no a través de la esfera cultural.

Para lograr el “conformismo cultural de las masas” los sectores que se pretenden hegemónicos actúan a través de diversos dispositivos, como “la educación, el derecho, los partidos políticos, la opinión pública, los medios de comunicación, etc.” (Ibid.). Los sectores populares, según esta concepción, ejercen resistencia no solamente creando “medios alternativos” o “contrahegemónicos” sino a través de tácticas en las que se vinculan con los sentidos hegemónicos y los sintetizan, producen, reproducen y resignifican. Entenderemos así a las prácticas comunicativas de las radios comunitarias más allá de su alternatividad, asumiendo también que en el campo popular se ejercen resistencias no solamente mediáticas sino en la vida cotidiana, haciendo uso de los espacios que ofrece el “poder real” y dando la batalla también desde allí[103].

En este plano es que vinculamos la noción de construcción de sentidos con la de hegemonía. Porque en ese pliegue opera la acción comunicativa de las radios comunitarias como parte del sistema de medios en general, y es en su capacidad para construir sentidos con sus audiencias y comunidades de influencia, donde se juega la centralidad de su rol político cultural. Disputar sentidos, crearlos, hacerlos circular, ubicarlos en los diálogos cotidianos desde un punto de vista social y comunitario, es parte de su acción estratégica.

Complementariamente, en ALER se ha definido *producir sentidos* como la práctica de “abrir nuestras radios a muchas voces, las de nuestra gente, las oficiales, las de investigadores, y todos aquellos que aporten a comprender lo que ocurre en las comunidades” (2007, p. 20). Producir sentidos, así, es “apelar a la respuesta de

[103] Huergo utiliza el ejemplo de la Virgen de Guadalupe, figura tradicional de la religión católica mexicana y latinoamericana, para señalar que se articula con la herencia cultural originaria maya, representada en la diosa Tonantzín. Asumir a Guadalupe, según el autor, fue para los indígenas de Yucatán una forma de mantener vivas las prácticas espirituales de los pueblos antiguos resignificándolas.

las audiencias, es un arte de preguntar para crear motivos, para impulsar la puesta en común de diversas formas de ver el mundo, y para construir nuevas". Lo que necesariamente implica también una pugna de poder.

> "La propuesta de producción de sentidos permite una visión de la comunicación que plantea como objetivo la creación de espacios desde donde sean posibles múltiples modos de decir, de expresar, de múltiples formas, con actores que no se definen sólo por posiciones de poder, sino por su capacidad inherente de decir. Así, cualquier producto que se involucre con la democratización de la comunicación, con la puesta en escena de discursos que son excluidos por ejercicios de poder diversos, se relaciona con esta dimensión. La pluralidad de perspectivas, el empoderamiento y la promoción de capacidades comunicativas y de discursos alternativos, son indicadores de avance en esta dimensión". (ALER, op. cit.)

Para las radios comunitarias argentinas construir sentidos implica posicionarse en un lugar específico en el espectro comunicacional de su comunidad y en relación con sus audiencias. Este espacio se constituye a partir de una visión del mundo, una perspectiva desde la cual se producen los contenidos, una lógica de trabajo donde el diálogo ocupa un rol central. En ese enfoque se distingue de otras propuestas comunicativas de su territorio, y disputa con éstas una determinada manera de analizar y narrar la realidad, en una pugna simbólica y cultural que se manifiesta cotidianamente. En ese camino confluye con actores sociales que se identifican con una lógica transformadora, y visibilizan a través del aire radiofónico sus necesidades y demandas. Es por esto que un ámbito estratégico para pensar la construcción de sentidos es la programación de la radio. En la manera como se configura la producción propia, en el lugar que se le da a la vida cotidiana de la comunidad, en la apuesta -o no- por una fuerte producción periodística con móvil en la calle, con corresponsales populares, con presencia en ámbitos legislativos y ejecutivos, con puentes permanentes con autoridades y personas con roles de

decisión en materia de políticas públicas. En el diseño de esa programación, en las voces que se privilegian, en el tipo de abordaje, en la agenda de temas que se cubren, se expresa un posicionamiento que ubica al proyecto de la emisora en un lugar estratégico; sabemos que no en todos los casos se presenta de esta manera. Aporta José Ignacio López Vigil:

> "La programación es una conversación planificada entre emisores y receptores, tomando en cuenta la disponibilidad de estos últimos. Los programas no se suceden simplemente unos tras otros, al *tun tún*, cuando a los productores les viene en gana producirlos. ¿Quiénes queremos que nos escuchen? ¿Cómo coincidir con ellos? La programación viene siendo la solicitud que hace una radio determinada a un público determinado". (2002, p. 467)

Consideramos también que una política de fomento como la que analizamos en este trabajo puede contribuir a que estas miradas del mundo se fortalezcan y logren una mayor influencia en ese escenario, y vale la pena evaluar de qué manera las organizaciones que gestionan estos medios valoran -o no- dicho aporte. A priori creemos que las líneas de financiamiento orientadas a la producción de contenidos (programa diario, programa semanal, producciones temáticas) han contribuido al diseño de la programación y a su sostenimiento diario, aportando recursos durante períodos de tiempo específicos para tareas de conducción, producción, edición, artística, técnica, etc.

Es así que consideramos las siguientes preguntas para analizar:

-¿En qué medida el Programa FOMECA ha contribuido a la programación de las emisoras? ¿Ha aumentado la cantidad y calidad de programas?

-Ese aporte, ¿ha fortalecido las capacidades de producción de contenidos, a partir del desarrollo de nuevos géneros y formatos?

-¿Existen temas de agenda pública vinculada a organizaciones sociales que hayan logrado una mayor presencia en el espacio público?

3.3.2.5 Dimensión de la Estética

En el proceso histórico de la comunicación popular y comunitaria en nuestro país y el continente, la preocupación por los contenidos -el *qué*- ha opacado la discusión y el abordaje acerca de las formas -el *cómo*-. Durante cierto tiempo, proponer contenidos alternativos al sistema de medios dominante dejó en segundo plano su faceta creativa, de articulación sonora en relación a las audiencias, de definición de estilos y lenguajes. Luego la cuestión del lenguaje popular, la necesidad de construir un diálogo cercano con las comunidades, y la necesidad de representar los modos de pensar y decir el mundo por parte de los sectores populares llevó a revalorizar su importancia. Señala José Ignacio López Vigil:

> "Comencemos por el comienzo: la *materialidad* de las palabras. Ya dijimos que las mejores palabras para radio son aquellas que se pueden ver, oler, tocar y saborear, que entran por los sentidos y van derecho a la imaginación. Por ejemplo si digo: *a esta comunidad le faltan los servicios básicos*, la frase es correcta y bastante clara. Pero no veo nada con ella. Ahora bien, si en lugar de ese concepto frío de servicios básicos, digo: *a esta comunidad le falta agua, luz y caminos*, ya la mente tiene donde reposar. Porque la luz se mira, el agua se bebe y los caminos se recorren. Son palabras concretas, es decir, pueden crecer, están vivas, se proyectan y se mueven en nuestra pantalla interior". (*Ibid*.)

En la dimensión estética se hace presente la posibilidad de distinción del proyecto comunicacional de la radio respecto de otras propuestas existentes en el espectro; de marcar la diferencia, de encontrar un registro propio que -a través de la música, la voz humana, y los recursos sonoros- genere una identificación con

aquellas audiencias a las que pretende interpelar. Esta sonoridad se encuentra dentro del plano de lo que se denomina “artística”, es decir, en aquellas piezas que la emisora hace sonar en las tandas publicitarias, en sus sellos institucionales, en las palabras que elige, en el modo de relación que propone. En esa materialidad discursiva, el proyecto de la emisora se juega su lugar en la oferta mediática, y en la medida que puede pensarse, diseñarse y ponerse en práctica en términos de producción, otorga al proyecto mayores condiciones para alcanzar sus resultados.

Esto implica tomar como punto de partida la identidad de la emisora, en permanente sintonía con la identidad de su comunidad de referencia: cuáles son los modos de vida, los lenguajes, las prácticas culturales, los ritos, las costumbres, las tradiciones orales, las formas -visuales, sonoras- de construir y representar el mundo y la vida. Cuáles son las formas musicales, los cantos, los mitos, las leyendas, y de qué modo -creativo- se expresan en el aire de la radio. Como señala Sanguinetti (2001): “El significado estético se encuentra impreso en la conciencia colectiva de las personas y lleva a grupos humanos, que comparten la misma cultura en un determinado tiempo, a sentir placer perceptual ante determinados objetos visuales o acústicos” (citado en ALER, 2007, p. 74). Y como parte del proyecto político comunicativo, “el proceso de creación colectiva implica una organización, un espacio de desarrollo, un reconocimiento, un tiempo y una sustentabilidad social y económica” (ibid.) Esto implica entonces destinar recursos, esfuerzos y horas de trabajo en la producción estética y artística de la emisora. Agrega López Vigil:

> “Candidatas en el dial hay muchas. Todas las emisoras difunden música, todas hablan y esperan ansiosamente ser escuchadas. La diferencia radica precisamente en la manera de pronunciar esas palabras, esos sonidos sensuales que viajan a través de espacios inmensos para alcanzar multitudes y

que, sin embargo, parecen haber sido dichos para una sola persona y al oído". (p. 464)

Sobre la dimensión de la estética nos proponemos las siguientes preguntas para analizar:

-¿Se ha trabajado en la revisión de la artística de las emisoras a partir de alguna línea del Programa FOMECA?

-¿Se ha designado una persona o se ha creado un equipo de trabajo para trabajar en los aspectos estéticos en los últimos cinco años?

CAPÍTULO 4

UNIDADES DE ANÁLISIS

FARCO y FOMECA. Los escenarios políticos e institucionales de despliegue del Programa

4.1 Caracterización del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO)

Hemos señalado que el objeto de estudio de este trabajo se vincula con las valoraciones que las y los miembros de las radios comunitarias asociadas a FARCO realizan respecto de las transformaciones que el Fondo de Fomento produjo en sus prácticas, especialmente en sus Proyectos Político Comunicativos (PPC). De este modo, el impacto de una política pública es analizado a partir de las percepciones de sus actores participantes. Para este fin, creemos importante comenzar con una descripción de esta red, que constituye nuestra unidad de análisis.

Por empezar, diremos que una radio comunitaria es un medio de comunicación que transmite a través de una antena FM -existen en AM pero son muy pocas, dados los costos que implica su instalación y mantenimiento-, que puede además incluir transmisión on line en formato *streaming*, y se ubica en uno de los tres sectores que, legalmente, están habilitados para explotar frecuencias en el espectro radioeléctrico. Este sector es el denominado *sin fines de lucro*, que está constituido por entidades de la sociedad tales como asociaciones civiles, fundaciones, cooperativas, mutuales y sindicatos, que logró su reconocimiento formal mediante la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual[104]. En este

[104] Parcialmente su derecho a comunicar había sido reconocido previamente, a partir de modificaciones del Decreto 22.285.

sentido, su categoría legal es diferente de los medios privados -cuya propiedad es de una persona física o una sociedad comercial- y los medios públicos -entre los que figuran los estatales (propiedad de gobiernos municipales, provinciales o nacionales, de universidades, de instituciones educativas) y los no estatales (propiedad de la Iglesia Católica y comunidades de pueblos originarios, preexistentes al Estado nacional). Así las define la LSCA en su Art. 4º:

> *"Emisoras comunitarias*: Son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida".

Es decir que nos referimos a emisoras gestionadas por organizaciones, de carácter colectivo, con autonomía para la toma de decisiones respecto de otro tipo de actores sociales como pueden ser los partidos políticos, las instituciones religiosas[105] o el propio Estado. Agrega la LSCA en su Art. 21:

> "*Prestadores*. Los servicios previstos por esta ley serán operados por tres (3) tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro. Son titulares de este derecho:
>
> a) Personas de derecho público estatal y no estatal;
>
> b) Personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, con o sin fines de lucro".

En la propia definición institucional, este carácter es central: "Las radios que integramos FARCO ejercemos la radiodifusión como un servicio y no como una

[105] Formalmente, en el sector sin fines de lucro se incluyen las iglesias evangélicas, ya que se constituyen a partir de asociaciones civiles. Pero no son parte de las asociadas a la red FARCO.

simple actividad comercial lucrativa"[106]. Y, entre otras, enuncia las siguientes definiciones:

> "FARCO promueve el derecho de las organizaciones sociales (Asociaciones, Fundaciones, Mutuales…) y cooperativas a acceder a licencias de comunicación audiovisual sin discriminaciones.
>
> "FARCO apuesta por medios con producción propia y local que promuevan diversas expresiones culturales de nuestro pueblo.
>
> "FARCO capacita a los integrantes, trabajadores y colaboradores de las radios comunitarias-populares para cumplir sus objetivos para cumplir sus objetivos institucionales y mejorar sus capacidades técnico-profesionales.
>
> "FARCO intercambia libre y solidariamente producciones de sus afiliadas y realiza producciones conjuntas.
>
> "FARCO construye una red nacional de radios que permita la intercomunicación y articulación de los sectores populares".

Otro de los elementos más destacados de la LSCA respecto de este sector es el que les reserva el 33% del espectro radioeléctrico. Un dato que, si bien no se ha constatado aún en la práctica -por no haberse realizado hasta el momento el Plan Técnico de Frecuencias que prevé la Ley-, otorga un lugar de centralidad a este tipo de medios en su articulado. Es así que en su Art. 89 se determina lo siguiente:

> "*Reservas en la administración del espectro radioeléctrico*. En oportunidad de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual deberá realizar las siguientes reservas de frecuencias, sin perjuicio de la posibilidad de ampliar las reservas de frecuencia en virtud de la incorporación de nuevas tecnologías que permitan un mayor aprovechamiento del espectro radioeléctrico (...):
>
> "f) El treinta y tres por ciento (33%) de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro".

[106] Según se puede leer en su página web www.farco.org.ar y en otros documentos institucionales.

Como ya hemos señalado -y queremos tener presente en todo momento- estas definiciones se lograron luego de un arduo proceso de construcción ciudadana a través de la Coalición por una Radiodifusión Democrática en el período 2004-2009, a partir del cual se plasmaron normativamente un conjunto de demandas históricas.

Desde el punto de vista institucional, FARCO está formalizada como asociación civil sin fines de lucro en el año 1998[107], lo que le permite una existencia jurídica frente al Estado y otros actores sociales, con los cuales puede establecer convenios, y obtener financiamiento para sus distintas actividades. En este documento fundacional, se enuncian como propósitos:

> "a) Reafirmar la entidad de las radios populares y comunitarias como garantía del cumplimiento al derecho a la comunicación;
> b) Reivindicar, defender y consolidar el derecho de las radios populares de entidades sin fines de lucro, al uso de frecuencias, en plenitud del ejercicio de las garantías constitucionales;
> c) Promover el intercambio y la capacitación de los comunicadores sociales;
> d) Promover una red de información al servicio de los sectores populares en nuestra sociedad".

Entre las acciones previstas para alcanzar esos propósitos, se mencionan:

> "1) Congresos, seminarios, talleres, cursos, encuentros y demás actividades educativas y de capacitación;
> 2) Exposiciones, funciones de diversos espectáculos artísticos, exhibiciones de materiales artísticos cualquiera fuere su soporte, sin fines de lucro;
> 3) Prestación de servicios referidos a imagen, sonido o gráfica, en el campo de la comunicación en general, sin fines de lucro;
> 4) Otorgar subsidios, ayudas económicas, becas para la ejecución de estudios, trabajos e investigaciones científicas y/o técnicas y para formación profesional en las áreas de comunicación social;

[107] Fuente: https://www.farco.org.ar/estatuto/ .

5) Integrar organizaciones o redes de comunicación social y comunitaria".

Al finalizar el período analizado (2013-2023) la red estaba compuesta por 123 emisoras[108], distribuidas en casi todas las provincias argentinas: la única que actualmente no tenía socias era Tierra del Fuego. El detalle es el siguiente: 31 emisoras se encuentran en la provincia de Córdoba; 28 en Buenos Aires; 10 en CABA; 9 en Santa Fe; 7 en Mendoza; 6 en Neuquén; 4 en Río Negro; 3 en Santiago del Estero; 3 en San Juan; 3 en Entre Ríos; 3 en Tucumán; 2 en Catamarca; 1 en Chaco; 2 en Formosa; 2 en La Pampa; 2 en Chubut; 1 en Chaco; 1 en Corrientes; 1 en Jujuy; 1 en La Rioja; 1 en Misiones; 1 en Salta; 1 en San Luis; 1 en Santa Cruz. Esta cobertura le otorga a FARCO un carácter federal que constituye una de las bases de su fortaleza política. Y es un elemento que aporta diversidad a los fines de analizar las relaciones entre los medios del sector comunitario con las políticas públicas nacionales, especialmente con el FOMECA. Para ser asociadas a FARCO en tanto red, estas organizaciones deben estar constituidas como tales desde el punto de vista legal, y reconocidas por la autoridad provincial o nacional en materia de personerías jurídicas. Año a año ingresan nuevas afiliadas, que por estatuto deben ser visitadas previamente por al menos dos emisoras socias que deben prestar su aval. Deben encontrarse al aire y produciendo contenidos diariamente[109].

FARCO realiza anualmente una Asamblea donde se define su Memoria y Balance, se evalúan las acciones llevadas adelante desde cada radio y la red en general, y se debaten líneas de acción para el corto, mediano y largo plazo.

[108] Se encuentran georreferenciadas en su mayoría en https://www.farco.org.ar/radios/ Se incluye un Listado completo de Socias en el Anexo de este trabajo.
[109] Tradicionalmente se exigía la transmisión diaria vía AM o FM. En la Asamblea realizada en 2023 en Santa Rosa, La Pampa, pueden incorporarse radios que transmiten vía internet, cumpliendo con todo el resto de los requisitos.

Asimismo, se organiza políticamente a través de una comisión directiva -la “Mesa Nacional”- que opera en la práctica como un espacio de conducción política. Se elige cada dos años en la mencionada Asamblea, y se reúne en forma presencial aproximadamente cada dos meses[110]. La red cuenta con una sede y oficina administrativa en el centro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y un Centro de Producción en la ciudad de Rosario, desde la cual se produce un Informativo diario con dos ediciones[111]. En la ciudad de La Plata se producen contenidos diariamente para una Agencia de Noticias con contenidos radiofónicos, audiovisuales y web[112], disponiendo del espacio físico y tecnológico de radios socias de esa localidad. Cuenta además con equipos que se ocupan de temas estratégicos, como Políticas Públicas, Formación, y personas dedicadas a la formulación de Proyectos para obtener financiamiento. Para desplegar estas acciones tiene una estructura de una decena de personas que reciben una remuneración por estas distintas tareas, otras que cobran un monto de dinero por actividades o proyectos específicos, y muchas que aportan tiempo de trabajo en forma voluntaria o militante[113].

La historia de FARCO se remonta a la década de los ochenta, cuando en Argentina surgen las primeras emisoras denominadas “truchas”, denominación que se les dio informalmente por encontrarse fuera de los márgenes de la ley; para ser más justos, fuera del Decreto 22.285 firmado por la última dictadura militar, que sólo

[110] Para el período 2022-2024 sus autoridades son las siguientes. Presidente: Juan Salvador Delú – Radio Futura – La Plata, Buenos Aires. Vicepresidenta: Laura Carizzoni – Una radio Muchas Voces- Capilla del Monte, Córdoba. Secretaría: Ramiro Chaves – Radio Pueblo – Dean Funes, Córdoba. Tesorero: Pablo Antonini – Radio Estación Sur – La Plata, Buenos Aires. 1° Vocal: Cristina Cabral – Radio Encuentro – Viedma, Río Negro. 2° Vocal: Ana Laura López – Tortuga – Alta Gracia, Córdoba. 3° Vocal:Lucas Molinari – Gráfica – Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 4 ° Vocal: Miguel Ambas – La Lechuza – Pocito, San Juan. 5 ° Vocal: Emilia Calderón – La Ranchada – Córdoba.
[111] https://www.farco.org.ar/category/programas/informativo-farco/
[112] https://agencia.farco.org.ar/
[113] Esta lógica es la misma que utiliza la mayoría de las radios socias para sostener económicamente sus propios proyectos.

contemplaba a personas físicas o sociedades comerciales como licenciatarias de radiodifusión, y al Estado en su rol subsidiario, como ya se ha explicado aquí. Esta situación de "alegalidad" provocó que durante el gobierno de Raúl Alfonsín (1983-1989) se iniciara la persecución de radios no legales y en muchos casos sus equipos fueran decomisados (Giordano, 1991). Este proceso continuaría y se profundizaría durante el gobierno de Carlos Menem (1989-1999), que incluso mejoró las condiciones para los actores comerciales favoreciendo una mayor concentración del mercado.

En el cambio de década las radios comenzaron a reunirse para defender su derecho a ocupar frecuencias en el espectro radioeléctrico, y fueron conformando espacios de articulación, en general bajo la categoría de "radios de baja potencia". Su objetivo era netamente defensivo: evitar ser declaradas ilegales y que la autoridad de aplicación decomisara sus equipos de transmisión: no siempre lo lograron. Ya iniciados los años noventa, se distinguió entre las radios constituidas en entidades de carácter colectivo y aquellas que eran proyectos personales o de agrupamientos privados. Las primeras tomaron el nombre de comunitarias -también populares, o alternativas-, y las segundas el de radios libres, o sólo de baja potencia. Esta distinción es la que generó que se fuera conformando un ámbito organizativo en la década de los noventa que poco a poco se constituyó en una referencia no solamente para las propias organizaciones que gestionaban emisoras, sino en un actor social y político en el campo comunicacional, con capacidad para posicionarse como interlocutor ante el Estado. Subrayamos este aspecto en el contexto de esta tesis, ya que representa un aspecto central: nuestro tema de investigación se refiere a un período de tiempo acotado y contemporáneo (2013-2023) pero el vínculo entre

las radios comunitarias y las políticas públicas del Estado nacional tiene una historia y unos antecedentes de -al menos- tres décadas.

Entre fines de los años ochenta e inicios de los noventa se propone organizar asociaciones regionales con la idea de armar una Federación: bajo la denominación de ARCO -Asociación de Radios Comunitarias- se agrupan inicialmente en Buenos Aires y alrededores; con diversas denominaciones también en Rosario, en Córdoba, y en otras regiones, y como Asociación Norpatagónica de Radios Populares en el sur del país. Esta idea inicial, que requería la formalización jurídica de estas asociaciones regionales, no perdura en el tiempo. Es así que el 20 de agosto de 1995 se funda el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) con la denominación que conocemos hasta hoy, aunque con un carácter político y todavía no legal[114]. La relación con el Estado nacional en esta etapa es de tensión y de confrontación, sin posibilidades de articulación positiva de ningún tipo. Por ende, el financiamiento público no es materia de debate: las radios subsisten de forma autogestionada, a base de mucha militancia, y una parte de ellas recibe financiamiento de agencias de cooperación internacional. Salvo excepciones, la mayoría de estas entidades de apoyo se mantienen presentes hasta mediados de la década de los dos mil, en la cual entienden que Argentina ya no es destinataria prioritaria de financiamiento debido a sus mejoras en los índices de pobreza y desigualdad, y los cambios que a su vez se dan en otras regiones del mundo.

A partir de la exclusión de las entidades sin fines de lucro por parte de los llamados a concurso convocados por el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), dos organizaciones que gestionaban radios comunitarias (la Mutual Carlos Mugica

[114] La constitución de FARCO como asociación civil sin fines de lucro lleva como fecha el 26 de septiembre de 1998. Su sede legal en la Ciudad de Buenos Aires se mantiene hasta el día de hoy.

con Radio La Ranchada en Córdoba y la Fundación Alternativa Popular en Comunicación Social con Radio Encuentro de Viedma, en Río Negro) inician acciones legales para modificarlo[115]. Sus resultados tardarían varios años en llegar, aunque marcarían un antes y un después en el reconocimiento legal de las radios comunitarias en el país.

En el breve gobierno de la Alianza entre el Frepaso y la UCR (1999-2001) las radios comunitarias comenzaron a ser escuchadas por el Estado nacional, y participan en espacios de debate para la gestación de una nueva ley, proceso sumamente dificultoso por las presiones políticas de los grupos empresariales. Néstor Busso[116], entonces presidente de FARCO, comenta que "el COMFER convocó a una reunión para hacer el proyecto de ley de radiodifusión. En esa reunión, FARCO fue invitada junto con otras asociaciones de radios, como ARPA, ATA[117], por primera vez nos sentamos a un nivel de reconocimiento como asociación". También se las convoca para difundir campañas radiales de bien público: así, el Programa LUSIDA (VIH-SIDA) del Ministerio de Salud se convierte en la primera fuente de financiamiento estatal nacional de las radios comunitarias en su historia (con fondos provenientes del Banco Interamericano de Desarrollo - BID). A su vez, desde el COMFER se empieza a tomar en cuenta por primera vez a las radios del sector no lucrativo como sujetos de una política, con la creación del Área de Programas Especiales, que acompaña la creación de radios escolares, rurales y de frontera -siempre según la lógica subsidiaria ya señalada-. Encontramos aquí un primer

[115] Con el patrocinio legal del abogado Miguel Julio Rodríguez Villafañe, en el primer caso, y del Dr. Damián Loreti, en el segundo.
[116] Entrevista realizada para esta investigación en julio de 2022.
[117] ARPA: Asociación de Radios Privadas de Argentina. ATA: Asociación de Teleradiodifusoras de Argentina. Se trata de entidades representativas del sector empresarial, siempre reaccionarias a cualquier modificación en las normas legales de radiodifusión y/o comunicación.

cambio histórico en la relación del Estado con el sector[118]. El gobierno de la Alianza finalizaría con la profunda crisis del año 2001, sin lograr llevar al recinto del Congreso la discusión por una nueva ley. Al calor de las luchas de los movimientos de desocupados, asambleas barriales, organizaciones de base, surgirían nuevos proyectos de comunicación con el objetivo de ocupar el éter con voces transformadoras de una realidad social muy compleja. La crisis social, política y cultural -encuadrada simbólicamente en la consigna "que se vayan todos"- vio parir también cientos de experiencias de comunicación y cultura de lo más diversas. La autogestión, la militancia y la entrega voluntaria de la capacidad de trabajo, al igual que en los inicios, seguían siendo los rasgos de sostenibilidad del sector. Pero cabe mencionar que, mientras tanto, se comenzaban a construir los modelos de gestión para las radios comunitarias en América Latina que mencionamos en el apartado anterior, que retomaban también la rica experiencia de construcción de medios educativos, participativos y populares[119], para avanzar en un camino de sostenibilidad de los proyectos. En este escenario político y social se publica el *Manual de Gestión Integral de la Radio Comunitaria y Ciudadana* (Villamayor, Lamas, 1998).

A inicios de los dos mil, mientras el país estaba próximo a encontrar un nuevo modelo de desarrollo con la llegada de Néstor Kirchner al gobierno -en mayo de

[118] En una interesante tesina sobre el tema los autores aportan que "Durante el breve gobierno de la Alianza, surge en el año 2000 -por iniciativa de Luis Lázzaro y Gustavo López- Programas Especiales, un sector perteneciente a la Coordinación General del ex COMFER que se proponía como misión contribuir al desarrollo de radios FM no comerciales en zonas alejadas de los centros urbanos. El nombre del área era compatible con la situación de precariedad en que se encontraban aquellas organizaciones sin fines de lucro que pretendían gestionar medios de comunicación" (Moya Billorian, Piccini, Piñeiro, 2013, p. 13). Su mayor intervención, sin embargo, fue con radios pertenecientes a instituciones educativas, cuya autorización se entregaba de forma directa.

[119] Cabe recordar que las primeras experiencias de radios consideradas "comunitarias y populares" se remontan a la década del cuarenta con Radio Sutatenza en Bolivia, luego en los cincuenta con las mineras en Bolivia, en una secuencia histórica que vería florecer diversas propuestas de comunicación en todo el continente.

2003- se producen algunos hechos significativos para el sector comunitario. En aquel año y en el siguiente las presentaciones judiciales realizadas en la década anterior por La Ranchada y Encuentro tienen fallo favorable de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, y comienza una nueva etapa. El Estado nacional debía reconocer la existencia de un sector no lucrativo para la explotación de licencias de radiodifusión, en un cambio impulsado desde el mismo seno del movimiento, lo que le otorga legitimidad y fortaleza política. En 2005 el COMFER realiza un censo de radios comunitarias y en 2006 se crea la Resolución 753, que las incluye por primera vez como "reconocidas", aunque todavía no de pleno derecho. Este reconocimiento a 126 emisoras les dará un primer plafón legal y un impulso importante para su desarrollo en la nueva etapa[120].

Otro dato central es que durante el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007), al igual que en el de su sucesora Cristina Fernández (2007-2015) -caracterizados por referentes relevantes del campo de la comunicación en Argentina como Jorge Huergo (2013) como parte de un proceso de "restitución del Estado"- los movimientos sociales comienzan a tener un lugar en las políticas públicas, ya no como beneficiarios, sino como gestores de las mismas. En la etapa neoliberal, si bien se habían generado ámbitos de participación de las organizaciones sociales en las políticas, habían estado formateadas por los organismos internacionales como el Banco Mundial o el Banco Interamericano de Desarrollo, cuya noción de Estado se asociaba con una participación mínima y subsidiaria respecto de la lógica empresarial de mercado[121]. Pero a mediados de los dos mil el peso de estos

[120] Servirá también en la etapa FOMECA -a partir de 2013- para ser beneficiarias de los primeros subsidios, cuando se las considerará como emisoras autorizadas.

[121] Durante el gobierno de Carlos Menem, la entonces Secretaría de Desarrollo Social conducida por Eduardo Amadeo integró en sus equipos a personas provenientes de organizaciones sociales. Allí

organismos en la aplicación de políticas públicas cambió. En los registros con los que contamos, fue el programa “Contalo Vos” y su versión “Contalo Vos por Radio”[122], del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, el primero en el que se convoca a medios comunitarios -gráficos, radiales, audiovisuales- a participar como sujetos promotores de una política pública, retomando además un marco conceptual propio del sector, que recuperaba toda la historia previa de construcción latinoamericana[123]. Allí se toma como referencia a FARCO para producir materiales de capacitación y acompañar el financiamiento de proyectos locales a través de concursos. Según Pablo Antonini[124], presidente de FARCO por dos períodos:

> “El Estado vuelve a hacerse un territorio pensable para la transformación social. En algunas radios comunitarias desde un lugar cauto, desde un lugar de encontrar espacio, desde un lugar de tejer vínculos que pudieran apoyar políticas que por ahí se habían hecho al margen o contra el Estado.”

Comienza a producirse un pasaje entre dos momentos bastante claros, en los que el Estado de a poco va ocupando un lugar central no solo en el financiamiento si no en la dirección política de los procesos de comunicación en asociación con las organizaciones. Los fondos de la cooperación internacional se mantienen hasta este momento -y no por mucho más tiempo-. FARCO participa junto con ALER y AMARC en proyectos como *Ritmo Sur*, que facilita la realización de talleres de formación, reuniones, asambleas y producción de contenidos informativos, además de diseñar nuevos instrumentos didácticos vinculados a la gestión y sostenibilidad de medios.

---

hubo algunas experiencias de integración de metodologías participativas en comunicación, que podrían incluirse como antecedentes de la etapa posterior.

[122] Conducido en su momento por el dirigente social y político Jorge “Huevo” Ceballos, del Movimiento Barrios de Pie.

[123] Este marco teórico está documentado en los materiales de capacitación del Programa, redactados por Radio Sur (Córdoba) y FM Bajo Flores (Ciudad de Buenos Aires) ambas socias de FARCO.

[124] Entrevista realizada en julio de 2022.

Es en este escenario que desde ALER se construye el modelo del Proyecto Político Comunicativo (PPC) ya mencionado, cuyas dimensiones centrales (construcción de sentidos, sostenibilidad, estética e incidencia) tomamos como referencia en esta investigación.

En paralelo a este proceso, y con el impulso de los nuevos tiempos políticos en el continente latinoamericano, desde FARCO y en articulación con diversos sectores sociales se constituye entre 2004 y 2009 la Coalición por una Radiodifusión Democrática[125]. En un proceso intenso de construcción de la fuerza necesaria para modificar la vieja ley dictatorial -que hemos abordado en detalle en el libro colectivo *La Cocina de la Ley* (Busso y Jaimes, 2011), se construye el marco de referencia general para los años por venir: los 21 Puntos por una Radiodifusión Democrática[126]. El planteo inicial afirmaba: "Es indispensable una Ley de Radiodifusión de la democracia que reemplace la de la dictadura todavía vigente. Si unos pocos controlan la información no es posible la democracia. La Ley de Radiodifusión debe garantizar el pluralismo informativo y cultural". Desde una perspectiva de derecho a la comunicación, incluyó en su articulado principios que consideran a la información como un bien social, y no un simple negocio comercial. Reivindica el rol del Estado en la promoción de ese derecho, propone la independencia de los medios de comunicación, la asignación equitativa de recursos públicos, la no transferencia de licencias de radio y televisión, la defensa de la diversidad y el pluralismo, la igualdad de oportunidades en el acceso y la participación de todos los sectores, la adopción de políticas efectivas para evitar la concentración mediática, y distingue entre tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y

[125] Luego ampliada a "Coalición por una Comunicación Democrática".
[126] www.coalicion.org.ar

comunitarios. Para estos últimos, se prevé la reserva del 33% de las frecuencias por cada localidad. Propone la creación de una "Defensoría del Público", enfatizando en los derechos de las audiencias.

Este proceso colectivo se corona el 10 de octubre de 2009 con la sanción en ambas cámaras del Congreso de la Ley 26.522, que recuperaba los aspectos centrales de aquellos 21 Puntos. Allí las radios comunitarias definieron como estrategia política la creación de una normativa no exclusiva para el sector -como sí se definió en otros países- sino mucho más amplia, especialmente destinada a modificar el escenario de concentración mediática favorable a los grandes multimedios empresariales[127]. Este debate además trascendió el campo de la comunicación y se instaló como debate ciudadano, en un contexto de fuertes disputas por el sentido.

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual marca el inicio de una etapa donde se instala el concepto de comunicación como derecho humano fundamental. Este paradigma permea la agenda de las políticas públicas, impulsando a quienes toman decisiones en distintos niveles de gobierno a interactuar con la sociedad, ya sea para acompañar procesos comunicativos locales y regionales como para crear iniciativas propias. A su vez, el Estado se ve interpelado a construir políticas de comunicación que se adecúen a los nuevos escenarios, dadas las condiciones políticas y culturales, que llevan a un debate de la realidad cotidiana y las propias acciones de gobierno. Con la creación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) se ven

[127] El logro político más significativo -como se mencionará varias veces en esta tesis- fue la reserva del 33% del espectro radioeléctrico para el sector sin fines de lucro. Inscripto en la normativa y no modificado por los cambios por decreto posteriores, sigue siendo una materia pendiente para las políticas de comunicación.

fortalecidos los circuitos legales y administrativos para obtener licencias y autorizaciones, como así también para la promoción, financiamiento, gestión y capacitación profesional a nivel local. Otros organismos ven como una prioridad política desarrollar sus propias instancias de impulso a nuevos medios comunitarios, con autonomía de acción y acompañamiento mutuo (desde el Estado al territorio y desde las organizaciones a las políticas públicas de ampliación de la ciudadanía). Surgen incluso nuevas conceptualizaciones, afines a las prácticas históricas de comunicación popular y comunitaria, como la de "comunicación en los territorios":

> "Lo que definimos como comunicación en los territorios entiende los procesos comunicativos como parte de las estrategias de los sujetos sociales en el territorio en el ejercicio de los derechos humanos esenciales. Las prácticas sociales construyen conversaciones, mensajes y contenidos asumiendo las problemáticas locales, desde la historia y los saberes de las comunidades, estimulando la participación y organización de los actores locales y construyendo redes sociales para el intercambio social. Hablamos de estrategias y experiencias de comunicación pública y comunitaria que fortalecen procesos de desarrollo local" (Segura, 2014: 37)

Se acoplan a estas prácticas -ya existentes a nivel de las comunidades pero no tomadas en cuenta anteriormente por los distintos niveles del Estado- organismos nacionales como el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) incluyéndolas como "industrias culturales", la Secretaría de Cultura (que luego pasa a ser Ministerio) a partir de programas como Puntos de Cultura, el Ministerio de Desarrollo Social a partir de líneas de financiamiento para equipos y capacitación; el Ministerio de Agricultura para la instalación de radios en zonas rurales y la capacitación de sus integrantes; el de Educación a través del programa Educ.ar y Conectar Igualdad, en los cuales se destinan fondos para prácticas de

comunicación a nivel territorial -talleres, festivales, programas, radios abiertas- mediante el uso de software de grabación y edición de sonido en las netbooks distribuidas a estudiantes de escuelas públicas. A su vez, es la etapa donde el Estado propone políticas de contenidos radiales y audiovisuales, entre los que se destacan señales educativas como Canal Encuentro, Paka Paka (infantil), ACUA Mayor (para adultos mayores), Tecnópolis TV (ciencia y tecnología), a partir del desarrollo de la Televisión Digital Abierta -TDA-. También se fortalece el sistema radial y audiovisual universitario a través de la creación y consolidación de medios propios. A partir de la LSCA también se crean organismos multisectoriales como el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA)[128], que hasta 2015 serán espacios de debate multisectorial entre los distintos actores de la comunicación, anteriormente reservados sólo para las entidades vinculadas al mundo empresarial.

Un hito en la relación de los medios comunitarios y su vinculación con el Estado en esta etapa -hablamos de un convenio firmado originalmente entre el COMFER, FARCO y el Ministerio de Desarrollo Social- es el Programa *Todas las Voces Todos*, que facilitó la capacitación de cien radios escolares, interculturales, rurales y de frontera en todo el país[129] y finalizó cuando el organismo de aplicación ya se había transformado en AFSCA. En su texto, la LSCA contiene en su artículo 97 el Fondo de Fomento Concursable para medios de comunicación "rurales, escolares, de frontera, de pueblos originarios", expresando una clara continuidad conceptual con las políticas del Área de Programas Especiales que mencionamos como clave en el cambio de siglo (es el artículo que creará posteriormente el FOMECA). Otro dato relevante es que integrantes de las organizaciones sociales pasan a ocupar

[128] Su primer presidente fue Néstor Busso, ya mencionado, proveniente de FARCO.
[129] Puede encontrarse el libro con la sistematización de esta experiencia -y otras- en https://www.farco.org.ar/formacion-material/

cargos técnicos y políticos en las políticas públicas, lo que facilita un diálogo fluido y permanente con estos actores.

Las reformas legales, en tanto, no avanzaron sin obstáculos. A poco de sancionada la Ley se presentaron recursos de amparo de parte de grupos concentrados de la comunicación como Clarín y Vila-Manzano (Supercanal), que lograron el freno de su aplicación en 2010, generando nuevamente la movilización de los sectores que habían pujado por lograr una regulación democrática. Recién con el fallo favorable de la Corte Suprema en el año 2013 se ponen en marcha nuevamente los mecanismos para realizar concursos de licencias y se aprueba una reglamentación para adjudicarlas en forma directa para zonas de escasa densidad poblacional y alta vulnerabilidad social -a partir del Artículo 49- de la LSCA. Ese año se crea también el Programa FOMECA, mediante el cual comienzan a volcarse fondos importantes para la adecuación edilicia y el equipamiento de radios comunitarias y de pueblos originarios, la producción de contenidos, la gestión, y la construcción y fortalecimiento de redes asociativas. Según Juan Delú, actual presidente de FARCO[130]:

> A nosotros FOMECA nos cambió, nos cambió la vida, ¿no? Y no hay vuelta que darle. Lo cambió. Lo que sí tengo que decir es que nos cambió, gracias a que nosotros ya veníamos pensando cosas anteriormente.

El FOMECA puede considerarse el punto más alto de aplicación de políticas públicas de comunicación audiovisual en Argentina respecto de los medios del sector sin fines de lucro. En ese contexto, la percepción de los actores es que FARCO en tanto actor social tuvo un peso relevante. Agrega Antonini:

[130] Entrevista realizada en julio de 2022.

> Yo creo que había una mirada que nos incluía, tal vez no en el mismo lugar de protagonismo que tuvimos durante el debate de la ley, que nunca recuperamos, insisto con esto, nuestro mayor protagonismo fue el momento de la organización y la generación para instalar el tema. Ese lugar no lo recuperamos nunca, pero sí en cuanto a ser un actor reconocido, visibilizado, legitimado en esa constelación y claramente el representante de las radios comunitarias fue FARCO.

Con la llegada de la Alianza Cambiemos, se revierten todas las políticas de la etapa anterior. Vuelven algunos cierres de emisoras, se derogan las medidas de desinversión y limitación a los grupos concentrados presentes en la LSCA -a través del Decreto 267/15-, y se demoran y sub ejecutan los fondos del Programa FOMECA: “Fue un año y medio sin nada, prácticamente. Incluso plata que ya estaba aprobada, de proyectos que ya habían comenzado que se pararon durante un año. (...) Malaria total”, según Busso. La caracterización que se hace de esta etapa desde FARCO es la siguiente:

> “Para las radios comunitarias y nuestra red, que las agrupa, fueron años muy duros, tanto por el desmantelamiento de políticas públicas y áreas del Estado en las que habíamos podido desarrollar importantes trabajos conjuntos, como por el impacto de la situación económica y los tarifazos en nuestras radios y en las comunidades donde se emplazan, e incluso por situaciones de persecución, clausura e ilegalización de radios socias. Sin embargo, también constituyeron una prueba de que la red salió fortalecida, pudo mantener sus principales líneas de trabajo y hasta incorporar nuevas, sumando muchas asociadas, aumentando considerablemente audiencias y haciendo, entendemos, una importante contribución en cada barrio, paraje y ciudad donde estamos, para romper el cerco mediático en el que se pretendió esconder el saqueo de nuestro país y perpetuar en el poder a sus responsables” (Cabral, Antonini, 2021, págs. 197,198)

Esta situación fue denunciada tempranamente por un conjunto de asociaciones y entidades no gubernamentales ante la Comisión Interamericana de

Derechos Humanos (CIDH) en Washington, en abril de 2016. Allí Néstor Busso, en nombre de FARCO, expresó:

> “Fueron necesarios 26 años para cambiar la Ley de la Dictadura por una Ley de la Democracia. Esa Ley es la que el Presidente Mauricio Macri modifica sustancialmente por decreto. Tuvimos participación en la elaboración de la Ley y también debatimos y reclamamos la aplicación de la Ley. Lo hicimos desde nuestro lugar en el Consejo Federal (COFECA) en representación de los prestadores sin fines de lucro. Hoy esa participación fue clausurada. El Consejo Federal tenía entre otras funciones elaborar el listado de acontecimientos de interés relevante, designar los jurados para los concursos de adjudicación de licencias y los jurados para los concursos del Fondo de Fomento de medios comunitarios e indígenas. El Fondo de Fomento para medios comunitarios e indígenas se encuentra paralizado. Hay más de 300 organizaciones que concursaron, ganaron los concursos, firmaron los convenios correspondientes y no cobraron los subsidios. Tampoco se planificaron los que corresponderían al presente año 2016. La Dirección de Proyectos Especiales (encargada de gestionar los FOMECA y la relación con los medios escolares, indígenas y comunitarios) está paralizada. Tenía 20 empleados y quedan 4”.

A diferencia de distintos medios radiales que tuvieron que discontinuar sus transmisiones por falta de apoyo económico oficial, la gran parte de los medios del sector sin fines de lucro se mantuvo al aire durante la etapa macrista. Especialmente lo lograron por la participación y la militancia de sus integrantes, y porque en situaciones de confrontación con el poder político este tipo de organizaciones convoca a personas y grupos a desarrollar experiencias de comunicación para hacer visibles los conflictos y las luchas sociales y políticas. Si bien la escasez de recursos se hizo patente, esto no impidió su continuidad y, contradictoriamente, su crecimiento: en cada Asamblea anual de FARCO se sumaron nuevas emisoras.

Con la denominada “restauración neoliberal” en diciembre de 2015 también se pusieron en cuestión -bajo el manto de las acusaciones de corrupción que aquejaron a todo el gobierno kirchnerista- los fondos asignados desde la Dirección

de Proyectos Especiales del AFSCA -ahora convertido en ENACOM-, que quedaron bajo una auditoría de la Sindicatura General de la Nación. Se despidió a la gran mayoría de trabajadores y trabajadoras del área encargada de diseñar, planificar y ejecutar las líneas de financiamiento, la cantidad de entidades beneficiarias de las pocas líneas lanzadas se redujeron notablemente, y pusieron nuevas trabas administrativas para participar.

Las radios comunitarias asociadas a FARCO comenzaron a articular con otras redes de comunicación beneficiarias de FOMECA y se articularon en el espacio Interredes. Allí confluyeron con la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), la Red Colmena (Cooperativas), la Red PAC (Productoras Audiovisuales Comunitarias), la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (ARECIA), Barricada TV, Pares TV, Urbana TV (de la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas-CONTA) y la Red de Carreras de Comunicación de Argentina (REDCOM). Desde allí se realizaron protestas callejeras y campañas públicas para regularizar el pago de fondos adeudados y el lanzamiento de nuevas líneas, e incluso se produjeron comunicados conjuntos frente a versiones que anunciaban la posibilidad de eliminar el gravamen que financia el Fondo de Fomento[131].

Con la vuelta de un proyecto político de signo nacional y popular a nivel del gobierno central, se renovaron las esperanzas por reiniciar un proceso de construcción comunicacional similar al que se había generado entre 2003 y 2015. Se logró avanzar en algunos aspectos -como la reactivación fuerte de FOMECA, el logro de licencias para nuevos medios, el acceso a publicidad oficial para nuevas

[131] Ver Nota sobre el tema en: https://www.farco.org.ar/las-redes-de-medios-comunitarios-del-pais-se-declararon-en-estado-de-alerta-y-movilizacion/

emisoras sin fines de lucro- aunque en términos generales el modelo de comunicación prevaleciente en Argentina continuó condicionado por las grandes corporaciones mediáticas. No pretendemos agotar el análisis político comunicacional de esta etapa: diremos solamente que en parte por condiciones anómalas -la pandemia que atravesó el mundo entre 2020 y 2021- y también por errores o falencias de las propias políticas del gobierno nacional, buena parte de las esperanzas se vieron frustradas. En medio de ese escenario contradictorio que se vivió hasta 2023, el sector sin fines de lucro de la comunicación continuó su propio camino.

Uno de los principales debates que comenzó a darse en esta etapa en el campo de las radios comunitarias -especialmente las socias de FARCO- tuvo que ver con el desarrollo de estructuras cooperativas para solventar recursos que permitieran a las y los comunicadores obtener un ingreso económico por sus tareas radiales. Si bien no se dejaron de lado las motivaciones y voluntades de transformación, ni las perspectivas político-militantes para encarar los proyectos, se consolidaron modos de gestión y sostenibilidad que fueron en sintonía con el modelo cooperativo y con la necesidad de que la comunicación comunitaria fuera efectivamente un medio de vida. En el Proyecto *Hacer Radios Cooperativas*, gestionado conjuntamente entre FARCO, la Universidad Nacional de Quilmes y el Instituto de Educación Cooperativa (IDELCOOP), con fondos de la Secretaría de Políticas Universitarias de la Nación (SPU), por ejemplo, se realizó un mapeo de experiencias de este tipo en todo el país, alcanzando 24 de éstas, entre las cuales pudieron elaborarse las siguientes conclusiones (Jaimes e Iglesias, 2021):

-Lo organizativo: la forma cooperativa de organización fue valorada como fundamental, ya que permite a sus impulsores desarrollar la participación social, política, económica y cultural en el espacio público, dando batalla en el plano de lo simbólico y la lucha por el sentido. Su grado de desarrollo es diverso según el caso.

-Lo económico: los proyectos cooperativos de comunicación radiofónica permiten generar ingresos económicos a partir del trabajo autogestionado de sus integrantes. Un punto central: se perciben como trabajadores y trabajadoras de la radio, concepción ausente en términos generales en los inicios del movimiento de radios comunitarias en Argentina.

-Lo legal: primero se encendió el transmisor y la gestión legal fue un segundo paso. Sin embargo, a comparación de etapas anteriores, la llegada a la licencia se dio de modo mucho más rápido.

-Lo tecnológico: la gran mayoría de las radios relevadas presentaron niveles importantes de actualización tecnológica, conectividad a internet y equipamiento, en gran medida como consecuencia de la aplicación del programa FOMECA.

-Estado: la principal relación que mantienen en este plano es con las Universidades, en proyectos de extensión, investigación, capacitación[132]. Se reconoce asimismo la importancia del FOMECA como dinamizador de los procesos organizativos y de financiamiento.

A nivel de las demandas de financiamiento -y como veremos también en el relato de las emisoras entrevistadas para esta tesis- surge con mayor claridad entre 2019 y 2023 la puja por la pauta oficial, que comienza a considerarse el medio más genuino para solventarse económicamente, buscando un equilibrio en la distribución de fondos con el resto de los medios del sistema (cabe recordar que la pauta oficial no cuenta con una regulación específica). En esta perspectiva, de carácter más estratégico, FARCO articula con asociaciones de revistas autogestivas -ARECIA-, federaciones de diarios y revistas cooperativas -FADICCRA-, grupos de televisoras

[132] Podemos mencionar también en esta etapa la creación de la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Comunitarios (UNQ), la Tecnicatura en Comunicación Popular (UNLP), la Especialización en Gestión de Medios Públicos y Comunitarios (UNC), las Diplomaturas en Comunicación Popular (UBA, UNLa, UNRN, entre otras). Todos estos espacios académicos vincularon prácticas sociales y comunitarias en la etapa posterior a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

comunitarias -CONTA- y la Red de Medios Digitales, en la creación de la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios -CMCC- que se posiciona como un actor político de mayor peso para avanzar en demandas históricas de los medios del sector. También se trabaja en la articulación con entidades gremiales de periodistas agrupados en la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN). Dos elementos más se suman en el proceso de cooperativización del sector de medios comunitarios: por un lado, la creación de la Federación Argentina de Radios Cooperativas -entidad que nuclea a las organizaciones de este tipo que son parte de FARCO- y la implementación de un proyecto importante en conjunto con el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) entre 2021 y 2023. A través de este proyecto se acompaña la creación de cooperativas de comunicación vinculadas a las radios ya constituidas, se visitan unas treinta emisoras con las cuales se desarrollan acciones de capacitación presencial y a distancia, y se producen dos materiales de capacitación: una Guía para armar el Proyecto Político Comunicacional (PPC) de una Radio Comunitaria, y un juego de mesa -"FARCOOP"- que desarrolla contenidos vinculados al tema a través de dinámicas participativas grupales[133]. En el marco de las relaciones entre políticas públicas y sector comunitario de la comunicación, cabe señalar que en esta etapa se implementaron también acciones con el programa Potenciar Trabajo, que financió la mitad de un salario mínimo a personas que desempeñaron tareas en las radios comunitarias durante un período de tiempo considerable[134]. También retomaremos este punto al analizar los relatos de las radios que recogimos en esta investigación.

[133] También disponibles en https://www.farco.org.ar/formacion-material/
[134] Se ocupan de este aspecto Caisson, Nicoletti y Estrella (2022).

Esta secuencia nos permite ubicar el rol que han ocupado estas emisoras no solamente como propuestas comunicacionales sino políticas, a partir del ejercicio permanente del derecho a la comunicación y de las acciones de incidencia desplegadas en este proceso. Acciones que han tenido como resultado el reemplazo de la norma regulatoria dictatorial por una democrática, que ha incluido en su articulado un importante número de novedades en materia de derecho a la comunicación desde una perspectiva de la pluralidad y la diversidad.

Pasaremos ahora a describir la política pública central en este trabajo: el Programa FOMECA.

4.2 Caracterización del Fondo de Fomento Concursable (FOMECA)

El Programa FOMECA es una política pública que, inscripta en una normativa democrática como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, tiene como objetivo principal el desarrollo y fortalecimiento del sector sin fines de lucro y de los pueblos originarios. Desde esta perspectiva, es una herramienta que actualiza el concepto de políticas nacionales de comunicación -PNC- a partir del escenario de democratización de la comunicación que se produjo en Argentina en las primeras décadas del siglo veinte. Como se señaló en el capítulo 3, aquellas habían surgido en el marco de los debates internacionales de la década de los setenta, como estrategias para dar respuesta a los desequilibrios comunicacionales e informativos que ya se observaban a nivel internacional. Cuando hablamos de FOMECA, enmarcamos su aplicación en el marco de una normativa específica, la LSCA, que si bien tuvo su correlato en otros países de la región como Bolivia, Ecuador y

Venezuela (De Moraes, 2011) -en un contexto de avance de gobiernos de corte progresista y popular del cual Argentina fue parte- como política de fomento fue de creación singular de nuestro país. Queremos señalar entonces que en este nuevo contexto, podemos entenderla como una PNC de nuevo tipo, en tanto política pública de comunicación audiovisual destinada al sector sin fines de lucro.

Oszlak y O'Donnell (1995) han definido a las políticas públicas como "un conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores de la sociedad civil" (p.113). Los autores usan el término como sinónimo de política estatal, y agregan que ésta:

> "No constituye ni un acto reflejo ni una respuesta aislada, sino más bien un conjunto de iniciativas y respuestas, manifiestas o implícitas, que observadas en un momento histórico y en un contexto determinados permiten inferir la posición -agregaríamos, predominante- del estado frente a una cuestión que atañe a sectores significativos de la sociedad" (ibid.).

En nuestro caso, hablamos de un programa que se constituye como un instrumento específico de la autoridad de aplicación en materia de comunicación -primero AFSCA, luego ENACOM- para dar respuesta a las demandas de los sectores de la comunicación que habían logrado instalar en la Ley 26.522 la relevancia del sector social sin fines de lucro en materia de reserva de espectro -el 33%-, para la explotación y uso de frecuencias, y, en este caso específico, de financiamiento. El propio organismo lo definió de la siguiente manera:

> "El Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA) es una herramienta que permite redistribuir los recursos que provienen de los medios de comunicación audiovisual (gravámenes y multas) para fomentar a los medios comunitarios, de frontera y de pueblos originarios. El ENACOM se ocupa de implementar concursos de subsidios que, entre otros

> proyectos, apoya procesos de actualización tecnológica, mejoras de gestión y producción de contenidos audiovisuales para radios, canales y productoras de medios comunitarios"[135].

Califano (2012), siguiendo a Kauffer (2002) sostiene que "el análisis de las políticas públicas (*policies*) supone estudiar el aspecto programático de la acción gubernamental en un área concreta de la acción pública"[136] (p.39). En su interés por definir aquellas que se vinculan con el campo de la comunicación, señala además que éstas implican "el conjunto de decisiones cuyo objeto es la distribución de determinados bienes. Esto subraya el hecho de que en las tomas de decisión se encuentran en juego recursos que pueden ser distribuidos para favorecer o afectar a determinados individuos" (p.40). Por lo tanto, nos encontramos con una política pública de comunicación cuyo rol central es la distribución de recursos para que los medios de comunicación comunitarios puedan fortalecer sus prácticas y desarrollarse. En la cita institucional que compartimos anteriormente queda claro que se trata de una política que tiene como premisa fundamental el financiamiento a través de proyectos, con una caracterización clara de sus destinatarios y del tipo de rubros a financiar.

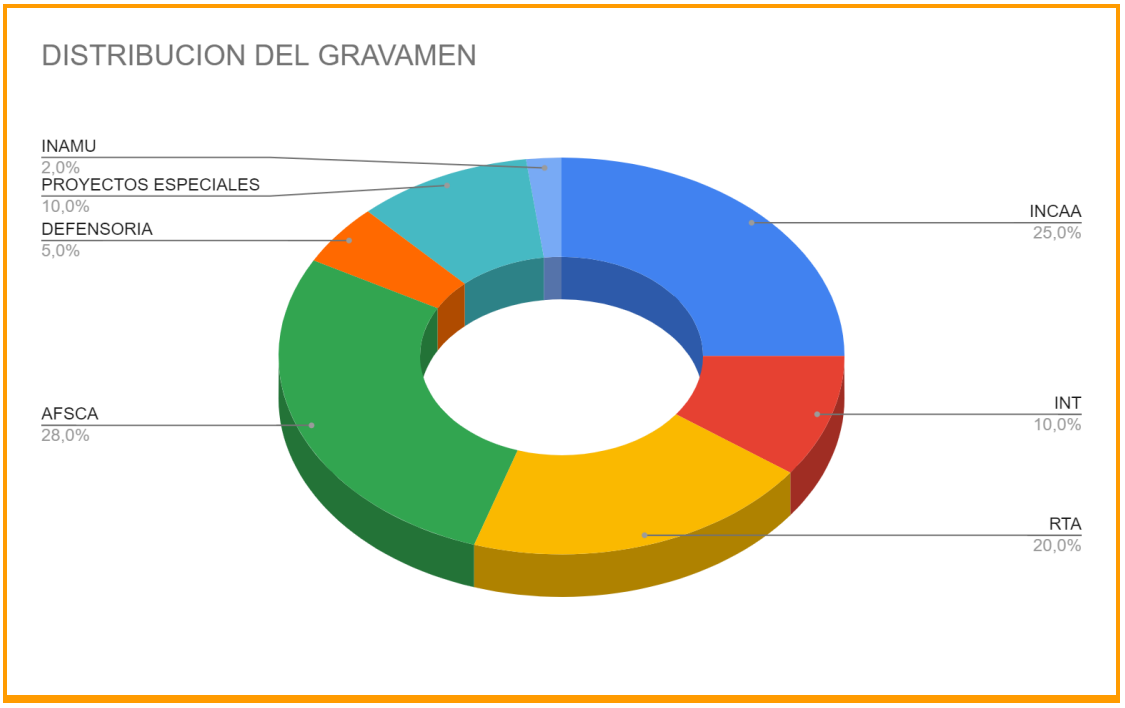
Como ya hemos señalado, una de las características centrales del FOMECA es que está prescripto normativamente. Podemos encontrarlo enunciado de modo genérico en el artículo 97 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada por el Congreso Nacional en el año 2009, que en su inciso f) señala que "de la recaudación de fondos por parte de la autoridad de aplicación, se destinarán

[135] https://www.enacom.gob.ar/fomeca
[136] Diferencia "politics" de "policies" -referidas estas últimas a la competencia electoral entre partidos políticos.

mediante la AFIP[137] el diez por ciento (10%) para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización". El contexto del artículo refiere al destino diverso de los fondos que la autoridad de aplicación recaude en concepto de gravamen a los servicios de comunicación audiovisual. Figuran en el mismo sentido porcentajes de fondos destinados a la industria del cine y las artes audiovisuales (INCAA), al teatro (INT), a Radio y Televisión Argentina (RTA - medios públicos), al Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, a la Defensoría del Público y al Instituto Nacional de la Música (INAMU). Como puede verse, es un amplio abanico de organismos públicos -varios de ellos nuevos, inaugurados con la misma Ley- que se diseñaron con el fin de generar contenidos, producciones, proyectos vinculados al arte, la cultura y la comunicación, a fin de ampliar sus horizontes. En todos estos casos, nos referimos a políticas de distribución de recursos provenientes del Estado nacional, que surgen a partir de la actividad misma de los actores de la comunicación audiovisual.

En el siguiente gráfico puede verse en detalle de lo señalado:

[137] Autoridad Federal de Ingresos Públicos, organismo principal de recaudación de impuestos del Estado argentino.



Fuente: LSCA

Desde el punto de vista socio histórico, en los diez años que abarca nuestra investigación (2013-2023) nos encontramos con tres períodos bien diferenciados, enmarcados en distintas gestiones del gobierno nacional:

-Primer período (2013 a 2015): durante la última etapa de gestión de la presidenta Cristina Fernández, con Martín Sabbatella[138] al frente de la AFSCA, en plena aplicación de la LSCA y disputa abierta con el Grupo Clarín; significó la puesta en marcha del Programa.

-Segundo Período (2015 a 2019): con Mauricio Macri[139] a cargo de la presidencia, que retrotrajo artículos esenciales de la LSCA en materia de desconcentración, aunque no modificó la normativa en relación a FOMECA; etapa de auditorías, paralización de concursos y lenta reactivación del Programa;

[138] Partido Nuevo Encuentro.
[139] Partido Propuesta Republicana (PRO) y Alianza Cambiemos.

-Tercer Período (2019 a 2023): a partir de la asunción de un nuevo gobierno de corte nacional y popular, con Alberto Fernández[140] a la cabeza; etapa caracterizada por el contexto de pandemia, junto al reimpulso de FOMECA y la renovación de algunas de sus líneas principales[141].

Esta periodización será desarrollada en el texto que sigue, a partir de datos del propio programa, de estudios realizados al respecto, y de testimonios de personas que estuvieron a cargo del mismo entrevistadas para esta investigación. También de personas que trabajaron -o trabajan actualmente- y han sido parte del diseño, la planificación, la ejecución y la evaluación de la política.

4.2.1 Primera etapa: surgimiento e implementación (2013-2015)

La reglamentación de la LSCA elaborada en el año 2010 mediante el Decreto 1225 había formalizado la competencia de la AFSCA para administrar y gestionar el Fondo de Fomento "debiendo para su afectación proceder a la selección de proyectos por concurso, a cuyo fin constituirá un comité de evaluación al que invitará a participar a representantes del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA)"[142]. En la práctica, este vínculo se hizo efectivo a partir de la propuesta de jurados para

[140] Partido Justicialista, integrante principal del Frente de Todos. En el caso del ENACOM, la conducción estuvo a cargo de Claudio Ambrosini, del Partido Frente Renovador, cuyo titular es Sergio Massa. Este último fue el candidato presidencial de ese espacio político en 2023, derrotado en segunda vuelta por Javier Milei (La Libertad Avanza).
[141] Como ya hemos señalado, no abarcamos la etapa que inicia en diciembre de 2023 con el gobierno de La Libertad Avanza bajo la conducción de Javier Milei. Sólo señalamos que en el primer año de gestión, se volvió a colocar el programa bajo la lupa, no se pagaron desembolsos pendientes ni se abrieron nuevas líneas.
[142] https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-1225-2010-171306/texto

cada uno de los concursos a convocarse, provenientes de los distintos sectores de dicho Consejo: universidades, sindicatos, gobiernos provinciales, etc[143], resaltando el carácter participativo y multisectorial que tuvo la institucionalidad de la comunicación de esta etapa. Para identificar los tiempos de su puesta en marcha, es necesario señalar que la LSCA sufrió un fuerte embate judicial por parte de los grupos concentrados de la comunicación desde su sanción en 2009, que la dejaron prácticamente paralizada hasta el año 2013[144]. Como se ha dicho, ese año la Corte Suprema de Justicia de la Nación dio vía libre a su aplicación a través de un fallo histórico, y un conjunto de mecanismos que la norma preveía comenzaron a ponerse en funcionamiento. Uno de ellos fue el FOMECA. El instrumento programático para darle forma en el marco de la AFSCA fue la Dirección de Proyectos Especiales (DPE), que tenía como antecedente el área mencionada en el apartado anterior, que desde el gobierno de la Alianza se encargaba de coordinar acciones con los actores de la comunicación sin fines de lucro, pueblos originarios y escuelas. Lo hacía, vale aclarar, bajo la vieja normativa[145]. Un área con pocas personas -no más de dos o tres- que a partir de octubre de 2012 y bajo la gestión de Martín Sabatella al frente

[143] Proceso que se interrumpió en diciembre de 2015 con la llegada del gobierno de Macri, que desactivó el funcionamiento del Consejo Federal.

[144] Nos referimos a los amparos que grupos como Clarín o Vila Manzano presentaron en distintos juzgados del país y lograron detener formalmente la aplicación de diversos aspectos de la ley sancionada por el Congreso. Especialmente aquellos que obligaban a empresas a desprenderse de licencias y señales que excedían los límites a la concentración. Si bien esto no afectaba directamente la puesta en marcha de políticas para el sector comunitario, generaban un entorno complejo y de suma precaución para avanzar desde la administración gubernamental.

[145] Como se ha mencionado en el Cap. 4, durante el gobierno de la Alianza (1999-2001) se había creado el Área de Programas especiales en el *viejo* COMFER. Se firmó por aquel entonces un convenio con el Ministerio de Educación de la Nación para la instalación de radios de escuelas rurales y de frontera, mediante el cual se aprobaron más de doscientas autorizaciones en todo el país. En el año 2004, se celebró otro convenio con el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI) mediante el cual se había iniciado un proceso de instalación de medios de comunicación, cuya primera autorización se dio en abril de 2005 en la localidad de Aucapán, en la provincia de Neuquén, a la FM Newen Hueche -luego asociada a FARCO-. Se facilitaron también equipos para el primer canal de televisión en la comunidad mapuche Buenuleo, en San Carlos de Bariloche, en la provincia de Río Negro, denominado *Wall Kintun*.

del organismo, se constituyó como Dirección y desarrolló un equipo de trabajo que hacia fines de 2015 -sobre el final de la gestión- contaba con 23 trabajadores y trabajadoras (Baccaro y Gemignani, 2018). Según la documentación interna disponible, la DPE comenzó a centralizar dentro del organismo todas las acciones referidas al sector no lucrativo de la comunicación, con el siguiente detalle:

> "Procesamiento de solicitudes de Licencias para explotar servicios de radiodifusión (sector privado con fines de lucro y sin fines de lucro, en zonas de alta vulnerabilidad social y/o escasa densidad poblacional); procesamiento de autorizaciones para explotar servicios de radiodifusión (Pueblos Originarios, Instituciones Educativas); promoción de acciones de fortalecimiento de proyectos iniciados o en gestación, a través de talleres, encuentros y acciones en territorio; promoción de nuevos actores comunicacionales a través de producción de materiales didácticos con lenguaje y estética acorde a los mismos; promoción de la sostenibilidad de los actores sociales mencionados, generando canales para obtener recursos financieros a través de diversas fuentes de presentación de proyectos a nivel estatal; promoción de espacios de encuentro intersectorial entre actores que desarrollan procesos de comunicación junto con otras áreas del Estado, a nivel territorial, local y provincial[146].

Con el nuevo organigrama, la DPE tomó la responsabilidad de gestionar las políticas vinculadas a los medios comunitarios y de pueblos originarios. Francisco D'Alessio, responsable de la coordinación de esa área, se refiere a aquel escenario:

> "En términos políticos (...) nos encontramos con un organismo que todavía tenía muchas de las limitaciones que arrastraba el viejo COMFER en términos de equipos de trabajo, capacidad de intervención, capacidad de gestión. (...) La percepción que nosotros teníamos era que había muchísima expectativa, muchísima agenda construida alrededor de lo que el organismo tenía que hacer una vez que se había sancionado la ley pero que había quedado pendiente, cosas sobre las que no se había avanzado (...) Había un apoyo, pero al mismo tiempo un reclamo muy fuerte respecto a las deudas de lo que se había planteado que el organismo iba a poder resolver y que todavía no había encarado y un organismo que creo que cuando llegamos, todavía burocráticamente estaba bastante frenado, bastante parado (...) gente que desde adentro la peleaba pero también mucha gente que desde adentro había

[146] Informe de Gestión de la Dirección de Proyectos Especiales (DPE) del año 2013.

> funcionado un poco como tapón o como límite a algunas transformaciones un poco más progresivas. (...) todavía lidiaba con cierta burocracia medio anquilosada con algunos lugares a donde pararse, donde encontrar buenas referencias para dar algunos pasos ese adelante y desde afuera con mucha ansiedad, mucha necesidad de que el organismo empezara a caminar"[147].

La apertura a los medios comunitarios que se produce en esta etapa es refrendada por referentes de FARCO. Pablo Antonini, integrante de su Mesa Nacional, sostiene: "Yo creo que ahí recuperamos, en la gestión de Martín Sabatella, más allá de cosas que se puedan decir, tenía contemplado a FARCO dentro del universo de actores importantes con quienes hacer cosas".

Cabe destacar que, previo a la implementación del Fondo de Fomento, desde esta Dirección se comenzaron a articular acciones con organismos como el Fondo Nacional de las Artes (FNA) o el Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC) -ambos organismos del Estado nacional- para proveer financiamiento a las organizaciones del sector. Ese fue el principal antecedente, que se materializó posteriormente, en el mes de julio del año 2013, en el que el Directorio de la AFSCA resuelve convocar al primer concurso en la historia del FOMECA. Según el relato de quienes asumieron el rol de responsables de la política pública, debido a los conflictos judiciales existía la necesidad de abrir el Programa solamente a aquellas organizaciones que contaran con algún tipo de habilitación por parte del organismo. Según Andrea Conde, a cargo de la Dirección, impulsaron la ejecución del Fondo con el objetivo de "por un lado acompañar las demandas del sector, pero por otro lado atenerse a lo que decía la ley y poder interpretarla lo máximo posible para poder beneficiar al sector sin patinar"[148]. Un elemento clave de esta etapa fue la

[147] Entrevista realizada para esta tesis en agosto de 2024.
[148] Entrevista realizada para esta tesis en agosto de 2024.

organicidad de la política en relación con la conducción de la AFSCA: si bien existían discusiones internas -sobre todo para evitar causas judiciales, que estaban a la orden del día- respecto del universo de medios a convocar, había una decisión política desde lo más alto del organismo de convocar a los medios comunitarios y sus redes para la activación de un programa de fomento. Agrega Conde: “nosotros tomamos una decisión, de armar la política pública con el sector. Esa fue una decisión política. Me parece que eso es fundamental. Porque si no tenés esa decisión política, no armás la política pública”. D'Alessio refuerza este argumento, y lo ubica en línea del proceso histórico que señalamos anteriormente:

> “La decisión era ésta: esta es la alianza, este es el acuerdo político de la ley, entonces eso tiene que estar. Más allá de que había discusiones entre el área administrativa y el área legal y las áreas más activas, si querés había una vocación de que esas cosas se resolvieran y había una instancia en la que se resolvían. En ese marco la dirección fue pensada para poner en marcha esa agenda (...) estaba claro que eso estaba ahí, que existían los medios comunitarios, que había una agenda pendiente y que esta dirección venía a resolverlo”.

A partir de estos criterios y de este escenario político, la primera iniciativa de financiamiento FOMECA estuvo destinada a medios de comunicación de entidades sin fines de lucro o pueblos originarios con autorización o licencia vigente, y su objeto central fue la adquisición de equipamiento e infraestructura. Las presentaciones se realizaron en formato papel, en la oficina central de la DPE o en cualquiera de las 36 delegaciones a nivel nacional, y requerían de todas las formalidades necesarias -firmas certificadas por escribano, tres presupuestos por rubro- muchas de las cuales a lo largo del tiempo se fueron flexibilizando. Un dato a tener en cuenta es que esta primera convocatoria, la “Línea 1/2013” no abarcó a

nuevos medios sino que tomó como universo a los que ya se encontraban medianamente consolidados. Como señalan Baccaro y Gemignani (2018):

> "Al ser esta línea exclusivamente dirigida a las radios que ya contaban con reconocimiento legal, fuera en forma de licencia, autorización o reconocimiento 753[149], debe tomarse en cuenta que las distribuciones obtenidas nos estarán hablando de lo más desarrollado del universo, es decir, las organizaciones que ya habían podido gestionar su encuadre legal, que ya tenían por ello algún tipo de vínculo con el Estado, y que estaban entonces en una posición mucho más consolidada que la mayoría de las organizaciones que accederían al financiamiento en líneas posteriores" (p. 143).

Para reforzar esta idea, diremos que la totalidad de los proyectos presentados por entidades sin fines de lucro correspondieron a emisoras que se encontraban operativas (no sucedió lo mismo con las comunidades indígenas, sector que contaba con emisoras no operativas en esta presentación). Cuando comparemos el desarrollo posterior del programa FOMECA, veremos cómo este universo se fue ampliando e, incluso, su existencia impulsó la creación de nuevos medios sin fines de lucro. Lo cierto es que en esta convocatoria fundacional se presentaron 72 proyectos, de los cuales 23 resultaron ganadores. De las organizaciones que se presentaron, 50 fueron entidades sin fines de lucro mientras que 22 fueron comunidades indígenas (Baccaro, Gemignani, p. 147). Vale la pena resaltar estos números del llamado inicial, que irán aumentando progresivamente en cada una de las convocatorias hasta llegar a fines del año 2015 -que, como se verá, fue el año más significativo en líneas abiertas, proyectos presentados, entidades solicitantes y ganadoras-.

[149] Como hemos mencionado en el apartado descriptivo de FARCO como unidad de análisis, se refiere a una Resolución del año 2006 del COMFER que, en el marco de la anterior Ley, reconoció la existencia de 126 radios del sector sin fines de lucro. Constituye un hito legal importante en la historia de los medios comunitarios argentinos.

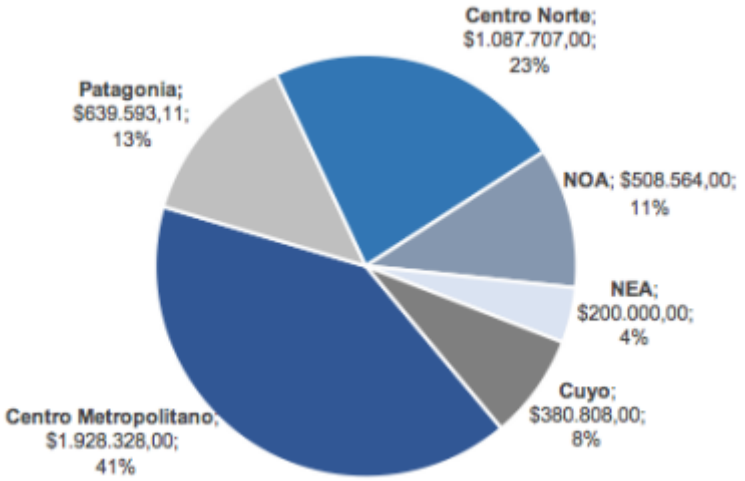
La segunda convocatoria del FOMECA se produjo en el mes de octubre de aquel 2013 y su objeto de financiamiento fueron producciones radiofónicas y audiovisuales, con una característica que la distingue de la anterior: no abarcó solamente a medios, sino también a productoras de contenidos. Este tipo de categoría, reconocida por la autoridad de aplicación (AFSCA) no obedeció solamente a incluir nuevos actores, sino a poder incluir a medios existentes sin contar con autorización legal para transmitir, dadas las demoras en la regularización post sanción de la LSCA. Como señalan Baccaro y Gemignani, “la incorporación de este actor en el mapa de beneficiarixs del FOMECA obedece, como ya afirmamos previamente en relación a otros aspectos del concurso, a la preocupación del Estado por atender a las condiciones históricas de desarrollo desigual e injusto del sector, dando cuenta de que muchxs no poseían licencia, reconocimiento ni autorización otorgada por AFSCA” (p. 150). Según D'Alessio, esta medida fue un “bypass” para aquellos medios que necesitaban financiamiento pero no tenían cobertura legal. Si bien esta medida amplió significativamente la cantidad de entidades con posibilidad de presentarse, se puso una condición: firmar un convenio de emisión con una radio o canal autorizado para poder distribuir las producciones a realizarse -con el tiempo, FOMECA descartaría esta regla-. A partir de la Línea 2/2013, el Fondo de Fomento comenzaba una secuencia histórica de apoyo financiero a la producción de contenidos radiofónicos y audiovisuales que contaría con una continuidad solamente ininterrumpida durante la primera etapa de la gestión de Mauricio Macri. Para diversos actores de la comunicación comunitaria que hemos consultado, esta práctica resolvió aspectos centrales de la cotidianidad de las emisoras, logrando sostener una programación diaria y semanal que favoreció su posibilidad de incidir

en la agenda pública y de ese modo posicionarse con más fuerza entre las opciones mediáticas de cada localidad -con variaciones, como analizamos en el capítulo 5-. No está de más agregar que en esta primera etapa las diferentes líneas se diseñaron en forma consensuada entre los representantes del sector y los encargados de la política pública, hecho que marca un rasgo importante respecto de uno de los ejes centrales de esta tesis: el tipo de relación establecida entre Estado y sociedad civil en el ámbito de la comunicación con el sector sin fines de lucro. En los otros momentos del período estudiado, este vínculo presentó características diferentes.

Respecto de la definición de criterios para la elegibilidad de los proyectos, en la Línea 2/2013 se agregó un componente regional importante: la competencia para obtener el financiamiento se realizaría entre las presentaciones de cada zona del país, lo cual otorgaba un piso de proyectos a aprobarse según su distribución geográfica. Esto obedeció claramente a un enfoque de descentralización respecto de CABA y AMBA, donde se concentra gran parte de la población argentina y sus capacidades de producción, al igual que -en menor medida- en las provincias de Córdoba y Santa Fe[150]. Según Conde, ese proceso -mediante el cual se comenzó a definir cupos mínimos de ganadores por región- se orientaba a ampliar la capacidad de los medios comunitarios de ser visibles en sus territorios. En síntesis "tratar de que esos medios puedan fortalecerse de alguna manera y puedan incidir en la agenda pública. La incidencia en la agenda pública para mí era fundamental". Y es por esta razón que la producción de contenidos es una línea de financiamiento

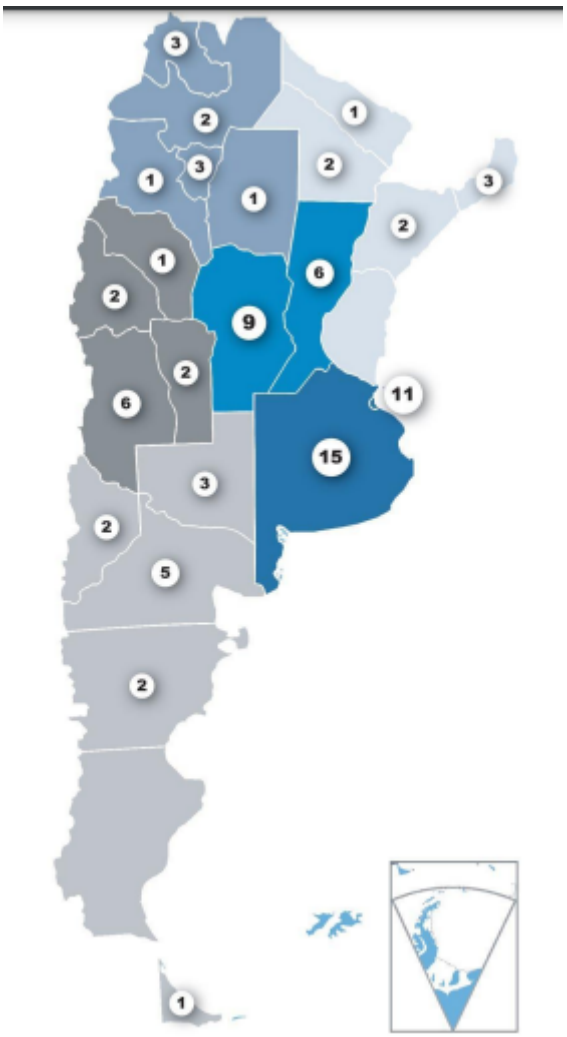
[150] Se establecieron seis regiones conformadas por las siguientes provincias: 1) Región Centro Metropolitano: Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires; 2) Región Centro Norte: Córdoba y Santa Fe; 3) Región Noreste Argentino: Misiones, Corrientes, Chaco, Formosa y Entre Ríos; 4) Región Noroeste Argentino: Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero; 5) Región Nuevo Cuyo: Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja; 6) Región Patagonia: La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

permanente en el transcurso del Programa. Este criterio regional -con leves modificaciones en la composición de las zonas- se mantuvo durante el período completo que estudiamos, y fue reconocido por los propios actores como acertado. A modo de ejemplo, este es el detalle de los proyectos ganadores por región en el año 2013[151]:



Y en el gráfico siguiente su distribución geográfica[152]:

[151] Fuente: Baccaro y Gemignani. Elaboración de los autores en base a datos de AFSCA.
[152] Fuente: idem.



A partir de la mayor apertura de entidades beneficiarias -incluyendo productoras- el número de presentaciones fue muy superior a la Línea 1: 55 fueron para proyectos radiofónicos y 92 para proyectos audiovisuales, totalizando el doble de propuestas respecto de la primera convocatoria, en el mismo año. Se aprobaron 60 proyectos: 30 radiofónicos y 30 audiovisuales. De este total, 35 fueron para productoras, lo que expresa la necesidad de haber ampliado el universo de entidades a financiar. Según Baccaro y Gemignani, “Ésto puede marcarse como una primera experiencia exitosa de amplificación de la política, definida por el Estado a partir del crecimiento del vínculo con el sector a fomentar y la toma de conocimiento

de sus necesidades" (p. 157). Y agregan: "la incorporación de la producción audiovisual y radiofónica como materia del subsidio, y de las productoras como sujeto a subsidiar, sin dudas significó una apertura de los marcos con los que el Estado había comenzado a concebir su intervención, proceso que se irá profundizando con futuras líneas y para el cual fue determinante la relación con el sector de los medios sin fines de lucro, que comenzaron a orientar a ese Estado en función de sus necesidades concretas" (p. 158).

Si bien no haremos una descripción pormenorizada de cada Línea de FOMECA año a año, sí daremos cuenta de los cambios que se produjeron en sus distintas etapas -estamos todavía en el primer período, el de surgimiento e implementación-. Debemos tener en cuenta también que en la gestión fundacional (2013-2015) se delinean las características principales de las convocatorias que se irán reiterando sucesivamente en las etapas siguientes, obviamente con singularidades que nos proponemos caracterizar.

Otro de los elementos interesantes de analizar es el proceso de construcción interna de la política. Cabe recordar que la primera etapa de aplicación de FOMECA fue un momento de ebullición de la participación política y la militancia, especialmente en sectores juveniles. Según Adrián Lebendiker[153], un referente técnico muy importante de la primera etapa del FOMECA:

> "Hubo que hacer todo un proceso que implicaba (...) primero entender de qué se trataba la gestión pública, que había una parte muy aburrida (…) que no era militancia (…) La política pública era sentarse con las organizaciones, charlar, pero después había que gestionar recursos y gestionarlos bien. Entonces ese fue un proceso que yo me acuerdo que pasaba, lo veía alrededor como que era un *crack* en la cabeza de muchos".

[153] Entrevista realizada para esta tesis en Agosto de 2022.

Este contexto implicó pensar en un proceso de aprendizaje interno a nivel de la política pública, de complementariedad entre lo político, lo territorial y la gestión del Estado, especialmente teniendo en cuenta que se trataba de un Programa que distribuía fondos públicos que debía realizarse con la mayor transparencia. Agrega Lebendiker:

> "Tanto a nivel del Estado y de los que trabajaban en la política pública necesitaron también complementar la militancia con las capacidades de gestión, y (...) era un proceso similar casi como un espejo, entre comillas, de las organizaciones. Sí, de ambos lados del mostrador fue un proceso acelerado de asumir (...) las responsabilidades que implicaba llevar adelante ese instrumento por el cual habían peleado mucho, pero llevarlo a la práctica implicaba una cantidad de responsabilidades que no estaban en el inventario. (...) De un lado implicaba cuidar ese dinero, cuidar los procesos, y del otro lado estar a la altura de cómo absorber esa plata y poder aplicarla bien, así que en ese sentido me parece que fue una escuela, un laboratorio realmente interesante".

En el segundo año de aplicación de la política pública FOMECA -2014- se fue consolidando una práctica de gestión, y también se fue ampliando la dinámica de convocatorias. Volvió a abrirse la Línea 1 de Equipamiento, aunque ahora diferenciando medios sin fines de lucro respecto de comunidades indígenas: solo podrían presentarse las primeras, y para las segundas se abrió luego una línea específica, llamada *Comunicación con Identidad,* mediante la cual se comenzó a priorizar un trabajo concreto con ese sector particular. En esta convocatoria se fueron afinando algunos detalles: por ejemplo, comenzó a exigirse la presencia de material gráfico identificatorio de FOMECA en las emisoras y un separador dentro de la programación, con la leyenda "*Esta Radio ha sido ganadora del Concurso FOMECA / Equipamiento para Radios 2014 y subsidiado por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual con fondos públicos*" (Baccaro y Gemignani, 164).

Respecto de la Línea 2 “Comunicación con Identidad”, especialmente destinada a comunidades indígenas, se destinó tanto a Equipamiento como a Contenidos. Es para resaltar que desde su denominación recupera sentidos vinculados a la construcción previa de este sector, que a partir del debate por la LSCA en el Congreso de la Nación se había agrupado bajo esta referencia.

La Línea 3 de ese año, en tanto, por primera vez se destina sólo a producciones audiovisuales, dando cuenta de un interés de la gestión de la DPE del aquel momento de fomentar productoras de contenidos de ese tipo, con las cuales se venía estableciendo un vínculo diferente al de las radios, con mayor historia en el sector comunitario argentino y en la relación con las políticas públicas. Es así que ante la emergencia de un sector audiovisual comunitario, y de la demanda de sus integrantes, se convocó a productoras audiovisuales y canales de televisión que ese mismo año casi en paralelo habían recibido autorizaciones precarias para transmitir. Estas televisoras conformaron entonces además un espacio de articulación y negociación con el Estado, que se mantiene hasta la actualidad[154]. En aquella ocasión, la Línea 3 financió spots audiovisuales y microprogramas; se recibieron 136 presentaciones, de las cuales se financiaron 57.

En tanto, la Línea 4 de ese año convocó nuevamente a producciones radiofónicas, en la cual pudieron ser beneficiarias emisoras radiales, productoras y comunidades de pueblos originarios. El contenido -a partir de una propuesta surgida desde el sector de los medios comunitarios- se diversificó entre programas diarios,

[154] En aquel momento, se presentaron a FOMECA los canales Pares TV, Urbana TV, Barricada TV, Surajo TV, Mate Amargo TV, ARBIA, Proa Centro, Wall Kintun y Canal 13 de Tucumán. Salvo dos de ellos, todos continúan emitiendo hasta el día de hoy y en su mayoría se agrupan en la Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CONTA). Posteriormente se sumó ENTV, de Viedma, Río Negro, gestionado por la misma entidad que Radio Encuentro, entrevistada para esta tesis.

programas semanales y servicio informativo, género éste último poco habitual hasta el momento en emisoras de este tipo. Según Baccaro y Gemignani:

> “Es interesante analizar las implicancias de las definiciones de los formatos en los Reglamentos aprobados para la presentación de proyectos de esta Línea de financiamiento. En primer lugar, se observa que desde el organismo se promovió la producción de contenidos de calidad con un fuerte arraigo territorial, desde una mirada de la comunicación comunitaria -participativa, popular-, que pretendía incidir en la agenda pública. Los formatos definidos por la política demuestran la intención del Estado de generar producciones estables y continuadas en el tiempo, que dieran vida a las grillas de programación, y con un fuerte vínculo con la realidad cotidiana de las comunidades en las que se encontrasen insertas las emisoras. Por otro lado, las temáticas sugeridas dieron cuenta de la perspectiva de derechos humanos que sostuvo y promovió la política pública, y que recorre todo el espíritu de la ley” (p. 178).

Encontramos una continuidad bastante clara, entonces, entre la lucha previa a la creación de la LSCA, a su contenido vinculado al derecho a la comunicación, y la implementación de las políticas públicas destinadas a hacerlo efectivo, al menos en este primer período de aplicación del FOMECA. Respecto de la posibilidad de solventar honorarios, es sabido que en el ámbito estatal no es sencillo incorporar este tipo de gastos -dentro de los denominados “corrientes”-. Los que predominan son los de “capital” -equipos, tecnologías, ladrillos, elementos visibles como indicadores de gastos-. Entonces la posibilidad de recibir dinero para tareas que ya realizaban periodistas, técnicos, productores, comunicadoras y comunicadores populares y comunitarios en general, constituyó en ese momento una novedad: “Esto puede leerse como un primer reconocimiento, incipiente, hacia la profesionalización de los medios comunitarios, alternativos y populares, con su consecuente generación de fuentes laborales estables” (Baccaro y Gemignani, p. 179). Para esta Línea se realizaron 200 presentaciones, de las cuales 129 resultaron ganadoras,

demostrando un crecimiento respecto del año 2013. Este hecho evidencia que una vez iniciado el ciclo de financiamiento FOMECA, nuevos proyectos existentes se fueron regularizando para poder participar y obtener el subsidio.

La Línea 5 del año 2014 representa una innovación en materia de fomento a los medios comunitarios, como ha sido reconocido por la propia gestión y especialmente por el sector. Encuadrada en la temática “Gestión”, encontramos que por primera vez una política pública nacional en materia de comunicación financia proyectos vinculados a la sostenibilidad de los proyectos de radios y canales del sector sin fines de lucro, entendida desde una perspectiva integral. En la convocatoria se señaló que “es de fundamental importancia desarrollar acciones que contribuyan a mejorar la gestión y la calidad de la comunicación audiovisual, en los procesos y en los resultados, que puedan contribuir a la construcción de las identidades culturales, locales, regionales y comunitarias, buscando el impulso y la divulgación de la comunicación comunitaria”. Se definió entonces destinar recursos económicos para una diversidad de destinos, tales como aspectos legales, contables, roles de coordinación, de dirección, de búsqueda de publicidad, de mercadeo, de formación, entre otras que resultaron una novedad y un desafío para la mayoría de las emisoras. Conde destaca que “el tema de la gestión para la sostenibilidad, que era otra de las preocupaciones, cómo hacer sostenibles los medios, también fue algo que veníamos desde el principio pensando y que encontramos a la vuelta con una de las líneas y que me pareció importante”. Agrega Lebendiker, uno de sus mentores:

> “¿Cómo gestionás el desarrollo de nuevos contenidos, la producción de nuevos contenidos? (…) ¿Cómo aprendés a gestionar una radio? Te doy la guita para que contrates al contador, para que contrates al abogado, para que contrates

> algunas capacitaciones, para que vos te puedas ordenar. Viendo todo el proceso, más de una forma sistémica, eran herramientas que, de alguna manera, los iban introduciendo a ellos en un proceso de profesionalización de lo que venían haciendo (…) Y eso siempre fue muy bien recibido. (…) Mirá, vos tenés que tener todos los balances de la asociación civil al día, nosotros te ayudamos con el contador, pero tenés que tenerlos al día, por vos y porque cualquier aplicación de fondos que necesites, no solamente FOMECA, sino de otras, vas a necesitar eso que esté al día. Entonces, fue realmente bien recibido".

La presentación de la propuesta -que también había surgido como una demanda de los propios medios comunitarios, que venían trabajando en esa línea hace ya tiempo- implicó en primer lugar la realización de un autodiagnóstico de la gestión organizacional a partir de cien preguntas, cada una de las cuales debía recibir un puntaje y, a partir de una priorización de problemas, implicaba una definición de líneas de acción a abordar, para las cuales se elaboraba un presupuesto. De este modo, lo solicitado se integraba en un proyecto de fortalecimiento y mejora de la gestión. El nivel de integralidad que presentaba este modelo de gestión es un aspecto a destacar, y constituía un aporte en la línea de profesionalización de la gestión. Afirma Lebendiker:

> "El programa de gestión, me acuerdo que la laburé muchísimo, esa herramienta. Porque hicimos un formulario que se inspiraba en las buenas prácticas de calidad, de gestión de calidad. Entonces, todo el formulario era preguntas sobre la implementación de tales y tales cosas que abordaban todos los aspectos de una organización con el formato que tenían las normas ISO 9000. Entonces, para ellos esa herramienta era un disparador de una gran cantidad de reuniones que les permitían, como era un cuestionario, todos se juntaban, dos meses hablando, y los procesos de producción, escríbanlos (…) Me acuerdo que si bien era el equipo de concurso más duro, fue muy bien recibido por ellos, porque les cambiaba mucho la cabeza (…) era directamente profesionalizar la gestión, algunos obviamente lo tomaban más a pie de la letra y otros más laxo, pero disparaba una discusión muy importante que era cómo hacemos para sostener esto, con o sin estos fondos".

Cabe destacar, como aporte conceptual, que esta convocatoria desarrolló una propuesta de gestión de medios comunitarios a partir de la idea de "creación de valor social", tomando como referencia antecedentes vinculados a la gestión de la calidad e innovación en organizaciones públicas y privadas. Así, en un material de creación propia del Programa, se señalaba:

> "En una empresa privada, el sentido último de su existencia es la creación de valor económico, medido a través de sus ingresos y los excedentes que genera para ser distribuidos entre sus accionistas o dueños. En cambio, para una organización comunitaria, el sentido se expresa en la creación de valor social, que podría considerarse como el resultado obtenido cuando los recursos, los procesos y las políticas de la organización se combinan para concretar mejoras en la vida de las personas o de la comunidad que se orienta la acción" (AFSCA, 2015, pág. 7)

De esta manera, la política pública se proponía aportar no solamente recursos económicos a través de subsidios, sino herramientas conceptuales y metodológicas innovadoras para la implementación de este tipo de proyectos de comunicación[155].

Otra de las novedades de la Línea fue la posibilidad de presupuestar honorarios para la persona que tomara el rol de Coordinación del Proyecto, hasta entonces no tomada en cuenta (Baccaro, Gemignani, p. 186), rubro que se agregó luego incluso en otras líneas, apuntalando la tarea del responsable de gestión y financiamiento dentro de las organizaciones -también abordaremos este punto en el capítulo de análisis-. Se aprobaron en esta ocasión 43 subsidios, correspondientes a la totalidad de las emisoras que se presentaron (34 sin fines de lucro y 9 comunidades indígenas). Este enfoque de la Gestión continuaría siendo valorado a

[155] La creación de trayectos académicos vinculados a la comunicación popular y comunitaria -que ya hemos mencionado- se inscribe también en esta línea.

lo largo de todo el período estudiado, como puede verse en los relatos de las propias radios.

En 2014, se abrió otra línea para Producciones Audiovisuales (la 6), en la cual se aumentaron los montos a subsidiar y además se agregaron sublíneas de programa diario y semanal para agregar horas de programación a los canales de televisión del sector comunitario e indígena[156]. Se presentaron 166 proyectos -30 más que similar línea del año anterior-, de los cuales se financiaron 58. Este volumen de propuestas resulta significativo, ya que implica un crecimiento notable en las organizaciones que inician o fortalecen sus vínculos desde la sociedad civil con el Estado. Podríamos decir que en el año 2014, se produce un incremento importante en la cantidad de entidades que se relacionan con la política pública, ya que la sola presentación implica reuniones, talleres de capacitación y asesoramiento, mails, llamados telefónicos, visitas al organismo, entre muchas actividades requeridas para realizar una presentación. El mismo 2014, en el mes de noviembre, se abrió la Línea 7, que por segunda vez en el año financiaba producciones radiofónicas. Por primera vez el organismo delimitaba temáticamente las producciones a presentar, con tópicos como infancia, juventud, salud mental, género, adicciones, migrantes, seguridad vial, ambiente, trabajo, cooperativismo, deporte y violencia institucional, demostrando así una orientación más definida para su política de fomento.

[156] "Desde el organismo se promovió la producción de contenidos de calidad con un fuerte arraigo territorial, desde una mirada de la comunicación comunitaria. Los formatos definidos por la política demuestran también la intención del Estado de generar producciones estables y continuadas en el tiempo, que dieran vida a las grillas de programación de un actor como las televisoras que se estaba consolidando. Puede inferirse también que la decisión de subsidiar este tipo de formatos en el lenguaje audiovisual, luego de varios llamados a concurso para producciones audiovisuales sin diferenciación, respondió al desarrollo paulatino e incipiente del sector. Luego de dos líneas de subsidios para producción, el Estado consideró que las entidades ya contaban con una estructura más estable y consolidada que podía realizar producciones de esas características. Como se dijo previamente, la DPE consideró estratégico el desarrollo del sector audiovisual para generar mejores condiciones de competencia en el mapa mediático". (Baccaro, Gemignani, p. 190).

> “Las temáticas planteadas por esta línea profundizaron la perspectiva de los derechos humanos en el abordaje de los contenidos. Por otro lado, estas temáticas, a diferencia de las líneas anteriores, no fueron sugerencias sino opciones a las que los contenidos debían corresponder necesariamente, lo que demuestra que el Estado se propuso direccionar esas producciones hacia problemáticas fundamentales, que muchas veces son excluidas de las agendas dominantes o tratadas desde perspectivas que excluyen y discriminan a lxs actorxs que el FOMECA buscaba fortalecer. La participación de lxs involucradxs en la producción y puesta al aire de los programas y el tratamiento de sus demandas y necesidades puso en primer plano la participación de esas audiencias históricamente excluidas” (Baccaro, Gemignani, p. 199).

Se presentaron en esta oportunidad 227 entidades -número que continuaba aumentando- resultando ganadoras 91 para su financiamiento.

2014 significó un año de mucho crecimiento de FOMECA en cantidad de proyectos aprobados (416) y dinero entregado (más de 44 millones de pesos). A diferencia del año 2013, en el cual se había priorizado la inversión en Equipamiento, en este caso la mayor parte de los subsidios se destinaron a la Producción de Contenidos, con prevalencia del lenguaje radiofónico por sobre el audiovisual. La mayor parte de las entidades beneficiadas fueron radios (33%), luego productoras de radio (28%) seguidas por productoras audiovisuales (27%) y por último canales de TV (12%).

El año 2015 inició con una batería de convocatorias desde el mes de marzo, lo que implicó un grado de planificación mayor. Inició con Equipamiento, con la diferencia que pudieron presentarse emisoras no legalizadas. De este modo, el organismo daba respuesta a un reclamo que se venía produciendo por parte de quienes se encontraban transmitiendo sin ser reconocidos por el AFSCA. Y aquí se produce un hecho importante en el vínculo entre el Estado y las organizaciones de la comunicación sin fines de lucro, que es el “empadronamiento”. Una iniciativa de

reconocimiento legal a este tipo de emisoras, para que pudieran ser sujetos de financiamiento de parte del FOMECA[157]. Se inscribieron 181 emisoras de todo el país, lo que obviamente impactó en el número de potenciales destinatarios del programa. La Línea 1 duplicó así la cantidad de presentaciones respecto del año anterior. La Línea 2, en tanto, se destinó para Equipamiento de TV, lo que le permitió a este sector dar un salto de calidad importante. Se agregó una nueva convocatoria de Comunicación con Identidad (Línea 3), aumentando el monto del subsidio y aportando fondos solamente a nuevas entidades, que resultaron un total de 12. A inicios de año también se convocó a la Línea 4 de Gestión de Medios, que había resultado exitosa el año anterior[158], incluyendo solamente a medios nuevos, que fueron 16 como ganadores. Luego se abrió otra Línea similar, a la que se agregaron 36 ganadores más (11 quedaron afuera, ya que la demanda superó la oferta presupuestaria disponible). La Línea 7 financió producciones radiofónicas solamente a emisoras (por primera vez se realizó esta distinción) con 34 ganadoras, mientras que la 8 se destinó a Productoras, con 67 aprobaciones. Este volumen, ya en tercer año de existencia del FOMECA, nos habla de una demanda real de financiamiento de organizaciones que podríamos denominar “de nueva generación”, es decir, no se trata de las radios legalizadas con más historia en el campo. Lo mismo podría inferirse de las presentaciones a la Línea 8, de contenidos audiovisuales para productoras, que fueron 201, con 76 ganadoras. Indudablemente, la existencia de la política pública incentivó la formalización de las organizaciones

[157] Este Padrón había sido creado mediante la Resolución 1478-AFSCA/14 el 18 de diciembre de 2014, luego de que varios llamados a concurso para la adjudicación de licencias de radiodifusión excluyeran las denominadas zonas de conflicto y sus áreas de influencia.

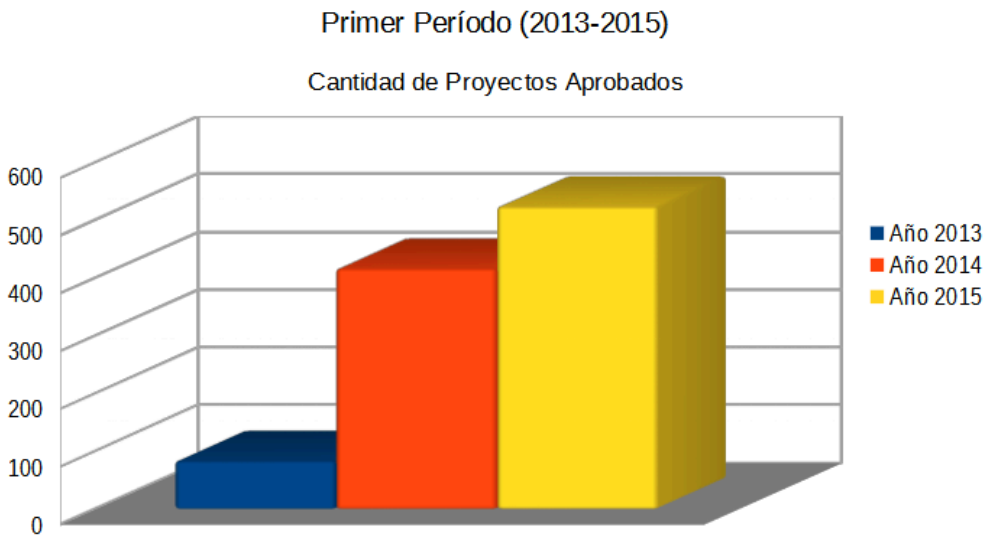
[158] “Lo que había sido una demanda del sector convertida en política pública por el organismo por primera vez en la Línea 5 2014, se consolidaba como un derecho adquirido mostrando que su implementación por parte del organismo no había sido una decisión pasajera, sino más bien que se fortalecía y profundizaba la relación entre el sector y el Estado, que recogía sus necesidades y las traducía en respuestas estables” (Baccaro, Gemignani, p. 216).

de comunicación comunitaria en materia audiovisual y radiofónica, e impulsó la creación de otras nuevas.

En octubre de 2015, el AFSCA convocó a las emisoras de TV autorizadas a una Línea -la 9- para financiamiento de contenidos de programa informativo diario, con la clara decisión de incidir en sus grillas de programación, con un volumen de financiamiento muy importante. La novedad de este año fue la Línea 10, destinada a financiar redes de organizaciones o medios comunitarios, cuestión que no había sido tomada en cuenta hasta ese momento. Las redes podían o no estar constituidas legalmente. Su carácter podía ser local, regional o nacional. La Línea fue convocante, ya que se presentaron 38 proyectos: en su mayoría de redes locales, y en menor medida regionales y nacionales. Cabe destacar que en la modalidad de redes nacionales solamente se presentó FARCO, ya que era la única que contaba con personería jurídica formalizada como red. Para el año 2015, podemos agregar que se creó una Línea especial, solicitada por el sector comunitario, para cubrir emergencias técnicas a partir de accidentes y eventos ambientales, que suelen obligar a interrumpir transmisiones. Sus características indicaban que se encontraría abierta a inscripciones durante todo el año. Se completó con la Línea 12 de Equipamiento para emisoras de radio, con 41 ganadoras, la Línea 13 de Comunicación con Identidad, con solamente 9 presentaciones, la 14, de producción de contenidos para emisoras, con 96 presentaciones y 30 ganadoras, la 15, de Contenidos Audiovisuales para productoras, con 140 presentaciones y 48 ganadoras, y la 16, de Contenidos Radiofónicos para emisoras, con 220 proyectos y 66 ganadoras. Nunca hubo en el lapso de un año una cantidad de Líneas de financiamiento similar en el programa FOMECA. Aportan Baccaro y Gemignani:

"AFSCA entregó durante este año un total de $109.196.845,79 en subsidios para 523 proyectos del sector social y comunitario de la comunicación. Esto significó un aumento del 25,72% de la cantidad de proyectos subsidiados, mientras que representó casi un 147,5% de incremento del presupuesto respecto del monto ejecutado en 2014 y un 2200% respecto de 2013. Este monto fue mucho más cercano al 10% que la LSCA estipuló para el FOMECA, aunque siguió sin alcanzarlo en su totalidad" (p. 246)[159].

A modo de síntesis de este primer período de implementación de FOMECA respecto del número de beneficiarios, los datos nos hablan de un aumento progresivo: 83 ganadores en 2013; 416 ganadores en 2014; y 523 ganadores en 2015[160]:



Esto representa un aumento significativo en las organizaciones destinatarias, y a la vez su diversificación. De iniciar con solamente radios con licencia, a agregarse

[159] Los autores mencionados agregan: "Si consideramos el período analizado por la presente investigación, el proceso de diversificación y especialización de las líneas de financiamiento del FOMECA tuvo, en este año, su punto más alto. Esto reflejó no sólo la preocupación del Estado por responder de manera más ajustada y eficaz a las necesidades específicas de cada actor del sector social y comunitario de la comunicación, sino que además significó una profesionalización de la política pública, en tanto posibilitó un seguimiento más pormenorizado de cada tipo de subsidio, la posibilidad de una evaluación más particularizada de los efectos e impactos del fomento y una mejor planificación para futuras convocatorias. Sin embargo, no puede dejar de mencionarse que, ante la intervención del organismo en 2015 y, con ello, el cambio de racionalidad del Estado en materia comunicacional, este proceso de profesionalización no pudo seguir desplegándose con el potencial que mostró este último año" (Ibid.).

[160] Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

productoras radiales y audiovisuales -lo que permitió incluir a organizaciones de modo mucho más genérico- luego los canales de televisión y posteriormente emisoras con otro tipo de legalidad pero reconocidas por el organismo.

Entre 2013-2015 la sintonía entre la política pública y las organizaciones fue casi total, constituyendo el período más productivo desde el punto de vista del diagnóstico, la ejecución y la evaluación de proyectos de financiamiento estatal respecto del sector sin fines de lucro de la comunicación en Argentina. Cuestiones que cambiarían drásticamente con la llegada al gobierno de la Alianza Cambiemos con el presidente Mauricio Macri a la cabeza desde el 10 de diciembre del año 2015.

4.2.2 Segunda etapa: retroceso y discontinuidad (2016-2019)

Las políticas de comunicación durante el período macrista buscaron contrarrestar los avances en materia de derechos descriptos hasta aquí. Según Becerra (2021):

> "Mauricio Macri asumió la presidencia el 10 de diciembre de 2015 y sus cuatro años de gobierno fueron decididamente transgresores. Su gestión desmontó el andamiaje de regulaciones en el sector de las comunicaciones, provocó cambios sustantivos en la estructura de propiedad de medios y telecomunicaciones, abandonó líneas estratégicas de desarrollo, cobertura y acceso como el plan satelital, la TV digital terrestre o el programa Conectar Igualdad, restó sostén económico a los medios estatales, que tuvieron menor control gubernamental en su línea editorial, facilitó la transferencia de manos de la titularidad de medios grandes y pequeños, asistió al cierre de numerosas empresas periodísticas de distinta envergadura con su secuela de despidos y precarización del trabajo periodístico, modificó el gasto en publicidad estatal, acompañó el despliegue de redes 4G de comunicaciones móviles y el crecimiento de la conectividad fija a Internet, contrajo el mercado de operadores grandes en el segmento de telecomunicaciones y alteró el modelo de financiamiento y las relaciones entre gobierno y empresas de medios de comunicación que dominó la agenda de su antecesora, Cristina Fernández de Kirchner" (p. 26).

Bajo esta gestión de gobierno, el desarrollo del Programa FOMECA experimentó un profundo retroceso, tal es así que en su primer año no abrió ninguna convocatoria ni ejecutó ningún tipo de inversión. Todo el programa fue revisado exhaustivamente por la Auditoría General de la Nación (AGN) y una buena cantidad de concursos ya aprobados previamente no efectivizaron sus desembolsos. Gran parte del equipo de trabajo de la DPE fue despedido, al igual que sucedió en otras áreas del Estado. Mediante el Decreto 267 de finales de 2015, el propio organismo de aplicación -AFSCA- dejó de existir y fue reemplazado por uno nuevo, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) que absorbió incumbencias de aquel y de la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación (AFTIC). El mencionado Decreto modificó sustancialmente los aspectos de la LSCA que apuntaban a desmontar la concentración mediática, lo que tuvo efectos inmediatos favorables a los grupos económicos dominantes. El FOMECA no fue tocado por dicho Decreto en tanto programa, ni el Art. 97 de la ley modificado, sin embargo, se retrajo significativamente lo avanzado hasta el momento.

La etapa fue compleja para las pocas personas que quedaron trabajando en el área. Una de ellas cuenta[161]: "A partir de la intervención y todos los meses que empiezan posteriores entra una etapa súper difícil donde lo primero que ocurre es que obviamente las cabezas de gestión se van (...) quedamos acéfalos (...) Un grupo de gente tratando de autogestivamente organizarse y sobrevivir".

La etapa macrista en el organismo tiene dos momentos, con dos equipos de funcionarios diferentes[162]. La primera de ellas se dedicó a buscar, con apoyo de la

[161] Entrevista realizada para este trabajo en junio de 2024.
[162] Dos funcionarios de esta etapa -uno de cada momento- fueron contactados para esta investigación, pero ninguno accedió a ser entrevistado.

auditoría de la AGN, casos problemáticos donde pudieran señalarse falencias graves en materia de entrega de subsidios entre 2013 y 2015, objetivo que no se cumplió. Solamente se logró, luego de un intenso trabajo de investigación, marcar errores de tipo administrativo y de procedimientos[163]. Según el relato de personal del Programa, durante esta etapa confluyeron la necesidad de encontrar hechos condenables de la etapa precedente, con una fuerte desconfianza hacia el sector de los medios comunitarios. Se ponía en cuestión su capacidad para la gestión de fondos públicos, y por otro lado se desconocían sus prácticas comunicacionales, que eran estigmatizadas o invalidadas. Esto provocó que, cuando se abrieran nuevas líneas, los procedimientos burocráticos fueran mucho más exigentes tanto para la presentación como para la rendición, generando muchos problemas en los años posteriores.

En 2016 se logró comenzar a saldar algunas deudas de la etapa anterior, pero no se abrieron nuevas líneas. Recién en 2017 el programa volvió a realizar convocatorias y a entregar subsidios, en una ecuación que lo llevó a números similares al año 2013, con solamente 97 entidades beneficiarias y 149 proyectos ganadores. Esto se debió en gran medida a las nuevas formalidades que se comenzaron a exigir a las entidades participantes, entre las cuales se destacó el Registro FOMECA: un formulario que todas las organizaciones debieron completar para poder presentarse al Programa, que significó en la práctica un obstáculo a superar para seguir en carrera. Por otro lado, en 2017 también se implementó para la

[163] Cabe destacar que tanto Martín Sabbatella como Andrea Conde fueron procesados judicialmente durante la etapa macrista, pero no por la mala aplicación de fondos FOMECA, sino por otro tipo de proyectos en convenio con organizaciones de la sociedad civil. En ninguno de los dos casos se encontraron pruebas de ningún delito o malversación de fondos públicos. En el caso de Sabbatella, también fue llevado a la justicia por intentar la adecuación de oficio del Grupo Clarín, excedido según la LSCA en cantidad de licencias y abonados.

presentación de proyectos la plataforma de Trámite a Distancia (TAD), como contrapartida de la informatización de la gestión pública aplicada en el gobierno de Mauricio Macri. Se instaló el expediente electrónico en reemplazo del soporte papel, lo cual en un comienzo presentó severas dificultades. Con el correr del tiempo la posibilidad de presentar proyectos a través de internet fue valorado como un elemento facilitador, salvo en aquellas regiones donde la conectividad es limitada o nula. Comenta una de las trabajadoras del Programa: "nosotros mismos advertimos, cuando vimos cómo era el TAD, que iba a ser muy difícil pasar a todo el mundo para ese lado. Hoy ya es *vox populi* dentro de todo, pero en ese momento (...) ni siquiera nosotros lo entendíamos, estábamos aprendiendo a usar GDE[164], que es el espejo del TAD, y tampoco sabíamos cómo se veía del lado del usuario". Si bien en los inicios fue un problema, con el tiempo se consideró que puede ser una herramienta para facilitar la gestión burocrática frente al Estado. Agrega la entrevistada:

> "La cuestión del TAD es que en su momento fue un arma de doble filo en términos de que de la forma en que se implementó y de la forma en que nos lo impusieron, parecía imposible. Parecía que iba a trabar todo (...) Ahora, en retrospectiva, con el diario del lunes te puedo decir no, costó un montón (...) pero en el fondo tiene más beneficios que defectos".

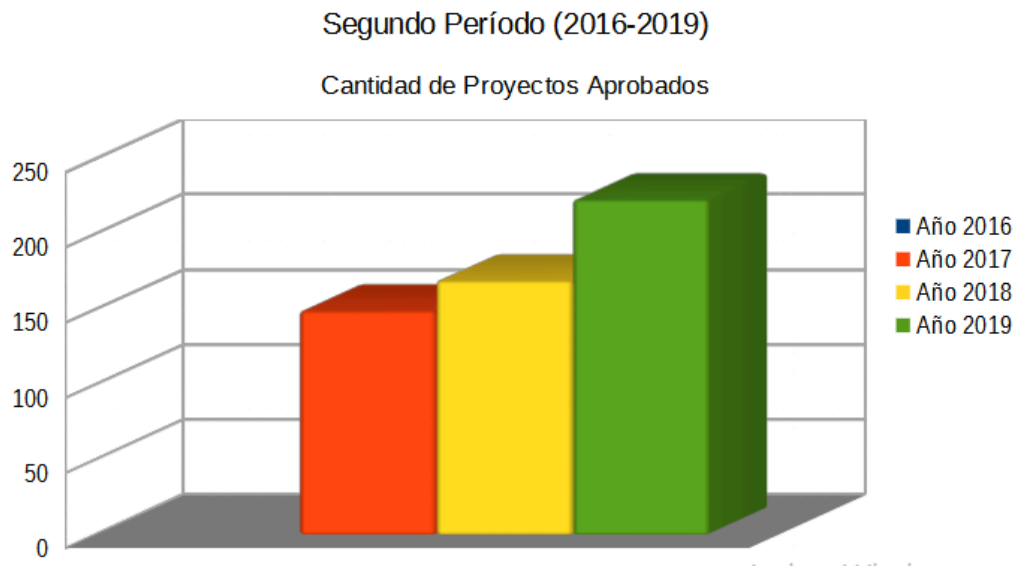
A fines del año 2017 la conducción del Programa cambia, y asumen personas de carrera del organismo que comienzan a tener una mayor apertura con el sector de medios comunitarios. A partir de una presión muy fuerte de las distintas redes de medios comunitarios, que incluyeron movilizaciones en la puerta del ENACOM y hasta una ocupación pacífica de parte del edificio, comienzan a lograrse algunos resultados.

[164] Se refiere al sistema de gestión de expedientes electrónicos que se comenzó a utilizar en la administración pública nacional.

En los años años siguientes, los números mejoraron levemente:

- 5 convocatorias realizadas en 2017 dieron lugar a 149 proyectos ganadores y 97 entidades participantes (número significativamente menor que en 2015);
- 3 convocatorias en 2018, con 169 proyectos ganadores y 121 entidades participantes;
- 4 convocatorias en 2019, que tuvieron 223 proyectos ganadores y 141 entidades participantes (máximo de la etapa).

Como puede verse, durante el período 2016-2019 el programa se mantuvo, pero los resultados fueron significativamente menores que los de la etapa anterior. Esto obedece claramente a la perspectiva de política de comunicación que el gobierno de la Alianza Cambiemos imprimió a su gestión.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

Puede notarse en el gráfico anterior que 2016 fue el único año dentro de la etapa estudiada en el cual no se adjudicaron proyectos.

Según relevamientos posteriores del propio organismo, las entidades ganadoras totales en esta etapa fueron 203, lo cual redujo un 57% el universo de participantes en el programa[165]. Las nuevas entidades fueron solamente 88, lo cual redujo un 81% este factor.

4.2.3 Tercera etapa: reconstrucción, pandemia y post pandemia (2020-2023)

Con la llegada de una nueva gestión de gobierno en Argentina -de similar signo político que la etapa fundacional- bajo la presidencia de Alberto Fernández y la vicepresidencia de Cristina Fernández de Kirchner, se abrieron nuevamente las posibilidades para que FOMECA volviera a tener la relevancia de sus orígenes. En la conducción del ENACOM asumió Claudio Ambrosini, cercano a Sergio Massa, referente principal del Frente Renovador, un ala más conservadora de este espacio político, si la comparamos con la del período 2013-2015. En el área de Fomento, en tanto, circularon al inicio de la gestión algunos nombres cercanos al sector de los medios comunitarios. La conducción del área, reducida a una subdirección, fue ocupada por la periodista María Sucarrat, afín al espacio político de la vicepresidenta. Respecto de sus posibilidades de acción, comenta[166] que "Nosotros como Subdirección de Medios Comunitarios y Pluralidad de Voces estábamos insertos en la Dirección Nacional de Fomento y Desarrollo. Con lo cual teníamos un director. La autonomía de la Subdirección no era estructuralmente, o mejor dicho,

[165] Informe de indicadores FOMECA 2022.
[166] Entrevista realizada para esta investigación en agosto de 2024.

dentro de lo que es el organigrama, muy independiente". Este testimonio da cuenta de una de las marcas de la etapa: la falta de organicidad -como sí había existido en las etapas anteriores- entre la lógica de gestión que se intentó aplicar al Programa respecto del plan de acción más general del organismo de aplicación. Esta falta de cohesión implicó varias dificultades que impactaron no solamente en la dinámica de la gestión, sino también en la vinculación que el Programa logró tener con el sector de medios comunitarios, bastante más limitada que en sus inicios. Por otro lado, la nueva gestión se encontró con otros obstáculos. Cuenta Sucarrat que "el primer presupuesto que tuvimos en el 2020 lo tuvimos que destinar prácticamente a pagar lo que el macrismo había dejado sin pagar. Entonces, no pudimos crear como cuestiones nuevas o no pudimos meternos de lleno en lo que era nuestra idea de lo que queríamos hacer o fundar en ese campo, en ese territorio". Por otro lado, como es sabido, en el mes de marzo de 2020 el país y el mundo iniciaron el proceso complejo de la pandemia del *Covid19*, lo que implicó una serie de reacomodamientos -que abarcaron al conjunto de la sociedad y el Estado- con características singulares. Esto no implicó una interrupción del programa, sino una modificación en su modo de organización, de convocatoria, y en alguna de sus líneas. Es importante destacar aquí el rol central que tuvieron los medios comunitarios en este contexto tan particular. Especialistas señalan:

> "La presencia de la radio -particularmente las públicas y comunitarias, populares, alternativas, cooperativas y de pueblos originarios (...) como medio a través del cual se desarrollaron prácticas y procesos educativos, fue central dadas las principales características de este medio: a) una amplia cobertura en todo el país, con un alto desarrollo de propuestas locales que permiten una estructuración de audiencias construidas sobre tramas culturales locales; una gran disponibilidad de artefactos receptores y un uso que no requiere gastos asociados a costos de conexión; c) su escucha se sostiene en un tipo de relación que no requiere saberes y competencias especìficas sino que se

> articula sobre aquellas fuertemente sedimentadas en la experiencia social; d) y finalmente, una trama de sustentabilidad que se regenera a partir de un fuerte vìnculo con las necesidades de las comunidades en las que están insertas (Villamayor, 2017; Iglesias, 2015; Morales, 2020, en Villamayor, 2023, págs. 13 y 14).

Es necesario resaltar el rol de las emisoras comunitarias en esta situación especial, articulando también con políticas estatales de promoción de contenidos educativos como el *Seguimos Educando* -programas diarios destinados a las comunidades educativas en todos sus niveles- y generando propuestas propias[167].

Además de los efectos de la pandemia en la dinámica interna del Programa, hubo otros elementos que le agregaron complejidad. Comenta Luis Zarranz[168], quien tuvo un rol de coordinación en esta etapa:

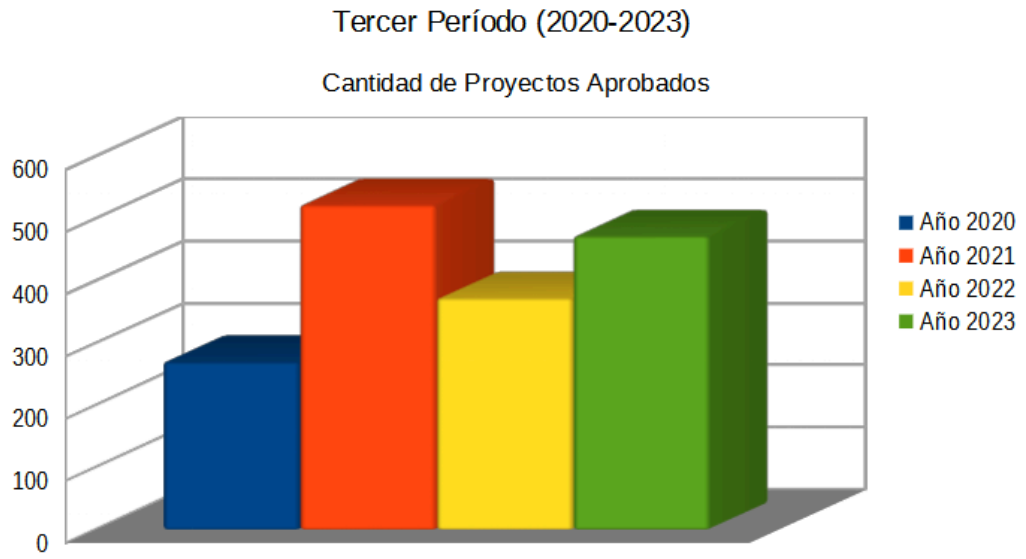
> "Había dos situaciones paralelas. Por un lado había mucho entusiasmo; por otro lado, FOMECA había sido uno de los blancos de la política del macrismo, la persecución de los medios, el cierre, la no ejecución durante un año entero, la auditoría, yo estaba muy al tanto de esa situación. (...) Faltaba la otra pata, que era también como la habían vivido los laburantes, que habían resistido desde adentro esas políticas".

Por otro lado -según su punto de vista- se mantenía en el nivel alto de funcionarios del ENACOM la desconfianza respecto de la distribución de fondos públicos a las organizaciones del sector sin fines de lucro, con los riesgos que esto implicaba: "desde la conducción del organismo, una semilla que había quedado plantada por el macrismo era la desconfianza sobre el sujeto FOMECA". Existía aún "una situación de desconfianza y un miedo que se resumía en esto: vamos a Tribunales, esto termina judicializado (...) Instalaron eso, un poco el macrismo, un

[167] Experiencias relevadas exhaustivamente en el libro colectivo *Nos mueve el aire. Radios y derecho a la educación en tiempos de aislamiento* (Villamayor y otros, 2023).
[168] También fue entrevistado para esta tesis en agosto de 2024.

poco los medios hegemónicos. Había una enorme desconfianza". Factor que primó durante toda la etapa 2019-2023, y fue un obstáculo importante para el desarrollo de la gestión.

Revisando números, podemos decir que, si bien no se llegó al punto alto del año 2015, muchas variables mejoraron respecto de la etapa macrista. Entre 2020 y 2022, participaron 328 entidades de las diferentes convocatorias, lo que implicó un aumento del 62% respecto de la etapa anterior. Se sumaron 135 nuevas entidades, aumentando este valor en un 53%. Según la gestión de la etapa, fue el período en el cual hubo mayor cantidad de proyectos ganadores: 1164, sobre 1007 en la gestión 2013-2015. Un gráfico similar al elaborado para las etapas anteriores arroja estos resultados[169]:



Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

La gestión 2019-2023 tuvo como una de sus marcas características la realización de convocatorias de producción de contenidos incorporando líneas

[169] Agregamos al final de este apartado el gráfico de adjudicación de Proyectos de toda la serie.

temáticas vinculadas con problemáticas sociales y comunitarias en sintonía con la agenda del gobierno nacional. Podemos mencionar ejes como *Infancias*, *Interrupción legal del Embarazo, Ley de los 1.000 Días* -ambas vinculadas a la sanción en el Congreso Nacional del Aborto Legal-, *Identidad* -en relación con la lucha de Abuelas de Plaza Mayo-, *Hablemos de Soberanía, Malvinas Argentinas* -a propósito de los 40 años del conflicto armado- *Experiencias productivas comunitarias* y *Cupo laboral trans*. Según la subdirectora del área, María Sucarrat, "los concursos empiezan a tener cierta conexión con el Estado Nacional" y agrega que "tuvimos un poco de resistencia, de muy poquitas voces que nos decían: *nosotros preferimos que ustedes, que exista ese dinero para trabajar y nosotros hacer libremente lo que queremos*. Pero nosotros creíamos que era un momento, volviendo del macrismo, en el que debíamos trabajar en conjunto con el Estado Nacional" y "llevar adelante y dar a conocer políticas que por ahí se realizaban y que por ahí no llegaban a todos lados".

Otro elemento a destacar en este período es que se convocó en forma diferenciada en varias ocasiones a comunidades indígenas, planteando distintos tipos de sublíneas: Producción de contenidos, Equipamiento, Gestión, Desarrollo de nuevos proyectos y Lenguas indígenas, y se implementaron acciones de capacitación a nivel territorial que tuvieron un despliegue importante. Esto lo destacan también personas del equipo de trabajo del área, que viajaron por distintas regiones del país realizando capacitaciones para presentar proyectos y para rendirlos -en muchos casos, para completar rendiciones pendientes de años anteriores-.

Sumado a esto, un punto sobresaliente de esta etapa es la apertura de la línea Formación, mediante la cual los medios y organizaciones podían recibir por primera

vez desde el Programa fondos para este tipo de actividades. Según una trabajadora del área, la línea "nació verdaderamente a demanda de las mismas organizaciones que conforman el sujeto del Fomeca". Y agrega que recorrer el territorio había sido clave para comprender esta demanda:

> "Teníamos la posibilidad de haber entendido que las mismas organizaciones podían capacitar a otras porque eso ocurre, porque tiene que ver con una cuestión de comunidad, de localidad, de un montón de cosas. Costó mucho hacer entender acá la formación externa y después fue un éxito porque fue la que más presentaciones tuvo (...) vos con una de formación externa podés abrir el juego de una forma diferente a que la propia organización se capacite, podés abrir el juego a sumar otros actores, a generar nuevos intereses, a despertar intereses, a despertar intereses en pibes jóvenes si haces algo con pibes jóvenes que después se terminan sumando a la escuadra".

Un aspecto interesante para comparar entre las dos gestiones del mismo signo político -la de 2013-2015 y la de 2019-2023- es el tipo de relación que se estableció entre la política pública y sus actores destinatarios. En la primera la apertura fue muy importante, se consideraba a los medios como una voz autorizada en la materia, portadora de un conocimiento y experiencia legítimos, que era posible de volcar al diseño de la política pública. En la última en cambio, si bien existió sintonía en términos políticos respecto del horizonte general del Programa, la participación fue más restringida. Zarranz señala que "al principio fue una relación más tensa, porque obviamente el sector venía con muchos reclamos, y la nueva gestión tenía muy buena intención, pero eso no se materializaba en la política pública". Sin embargo, considera que "siempre en la concepción estaban las redes como protagonistas de esa política". Valora también la interlocución para conversar sobre los reglamentos de cada línea, y para ajustar aspectos concretos de su implementación. Lo que no es posible de verificar en esta etapa, es que las redes de

medios o sus organizaciones más relevantes hayan participado activamente, con decisión, en el diseño de alguna línea, como sí sucedió en los primeros años. Probablemente por la novedad del FOMECA, por la llegada reciente de la primera gestión al organismo y su necesidad de apoyarse en el sector. También podemos agregar que el equipo de trabajo interno del programa había ganado experiencia y conocimiento a lo largo de los años, y si bien siempre fue un equipo reducido y cambiante, llegó a esta última etapa más sólido, con mayor capacidad de implementar sus propias iniciativas -tal como señalamos recientemente en la línea Formación-. La responsable del área realiza esta apreciación:

> “Fue complejo comenzar a articular, porque todos estaban muy heridos, estoy hablando de las vocerías de los medios (...) como FARCO o CONTA, entonces eran unas discusiones complejas (...) hasta que fue girando la rueda y nos fuimos conociendo y fuimos trabajando más en conjunto, y en el último tiempo fue muy buena la articulación, y la verdad es que fue muy interesante, con consultas incluso a ellos sobre qué esperaban o qué necesitaban”

Valora también las instancias de interlocución con el sector:

> “La fortaleza más importante es el hecho de trabajar en redes, ¿no? Entonces nosotros a través de una, dos, tres personas que eran los representantes de estos medios, por ejemplo FARCO, digo, nosotros podíamos saber o tener el pulso de un montón de medios que era mucho más difícil llegar bilateralmente para mandarle una encuesta, un relevamiento para ver qué necesitaba o que podíamos saber qué necesitaban, cuáles eran sus prioridades y además también podíamos comentar cualquier tipo de cambio que hubiera, por ejemplo en la elaboración, en la rendición, más allá de que saliera publicado”.

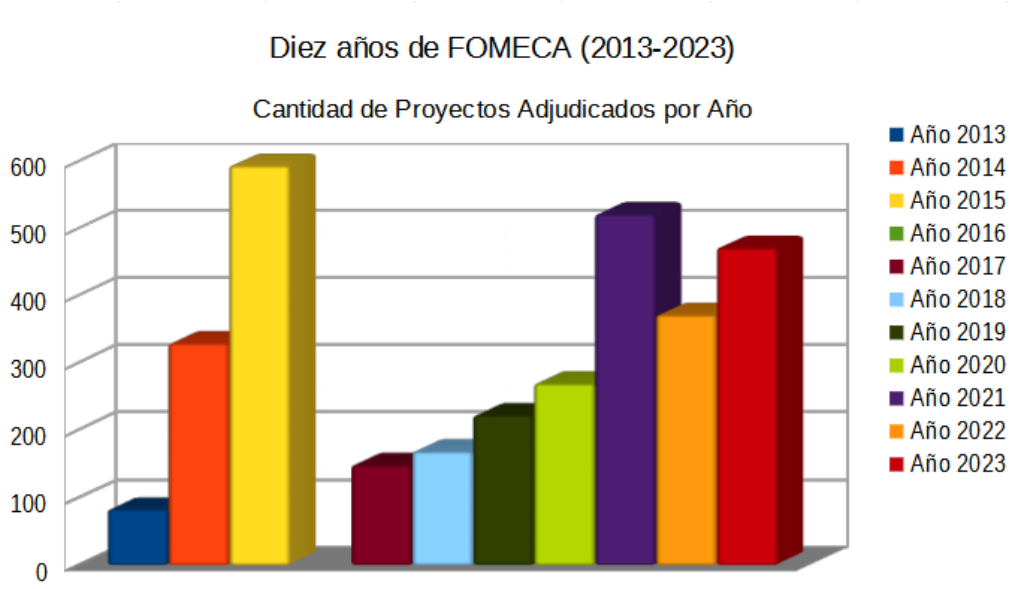
Por último, podemos agregar que uno de los avances de la gestión 2019-2023 fue la iniciativa por socializar en un espacio común las producciones radiales y audiovisuales realizadas por las organizaciones. A través del Programa Benteveo,

decidieron generar un banco de contenidos mediante el cual se pudieran visualizar la gran cantidad de horas -radiales y audiovisuales- producidas con financiamiento del Programa. Según Sucarrat, el objetivo fue "que los medios comunitarios y no comunitarios tuvieran una biblioteca o una audioteca donde pudieran tomar cuestiones que son de otros lugares (...) que la información fluya y se difunda y corra por todo el país. Eso nos imaginábamos nosotros, a informaciones o producciones corriendo por todo el país y alimentándose unas de otras". Y agrega que "no queríamos hacer un *Benteveo de YouTube*, queríamos hacer un *Benteveo nacional y popular*", para lo cual iniciaron gestiones con la empresa tecnológica nacional ARSAT, pero el costo para realizarlo resultaba muy elevado. Este factor, junto al desinterés de la conducción del ENACOM para su realización, no permitió ubicar las producciones en un sitio adecuado para su descarga, como pretendían desde la Subdirección. Zarranz afirma que "quedó a mitad de camino" ya que se "creó el canal, pero sin la difusión, ni el acompañamiento, ni el impulso institucional que correspondía. Entonces hoy está, existe el material audiovisual en YouTube, y el radial se puede descargar de la plataforma de Enacom". Lo cual resulta de alguna manera una oportunidad perdida para aplicar una buena idea, que seguramente de haberse hecho como estaba previsto hubiera facilitado el intercambio de producciones de calidad y hubiera valorizado y legitimado la política pública[170].

4.2.4 Los indicadores cuantitativos de una década de FOMECA

[170] Disponible en el link: https://www.youtube.com/@canalbenteveo

En 2022 y 2023 la gestión a cargo del Programa elaboró una serie de indicadores[171] que permiten analizar el volumen de inversión realizada, la cantidad de organizaciones participantes, de proyectos ganadores y de Líneas abiertas. La intención de este trabajo es poner en relación estos números con las propias percepciones de los actores sociales que analizaremos en el capítulo 5, con el fin de dar cuenta de la complejidad de las relaciones entre sus prácticas y las de las políticas públicas. Algunos datos relevantes que hemos encontrado son los siguientes. Por un lado, en diez años de FOMECA se adjudicaron un total de 3139 proyectos, lo que representa una cantidad muy significativa -un promedio de más de 300 proyectos por año-[172]. según el siguiente detalle:



Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

Nótese el ritmo sostenido de la primera gestión, tal cual lo describimos anteriormente, con un pico muy alto en 2015 -con 594 proyectos aprobados- y un

[171] Disponible en el link: https://www.enacom.gob.ar/institucional/relevamiento-de-resultados-de-la-politica-publica-de-fomeca_n4558. Los datos de 2023 fueron tomados de un informe posterior elaborado por el Programa, no disponibles en la web.

[172] Debemos aclarar que, según el calendario, si sumamos de 2013 a 2023 tenemos once años. Hablamos de diez porque, además de servirnos el número redondo, el primer año deberíamos contarlo por la mitad.

vacío en 2016, el primer año de la gestión macrista. No estuvo lejos en cantidad de aprobados el 2021, con 522.

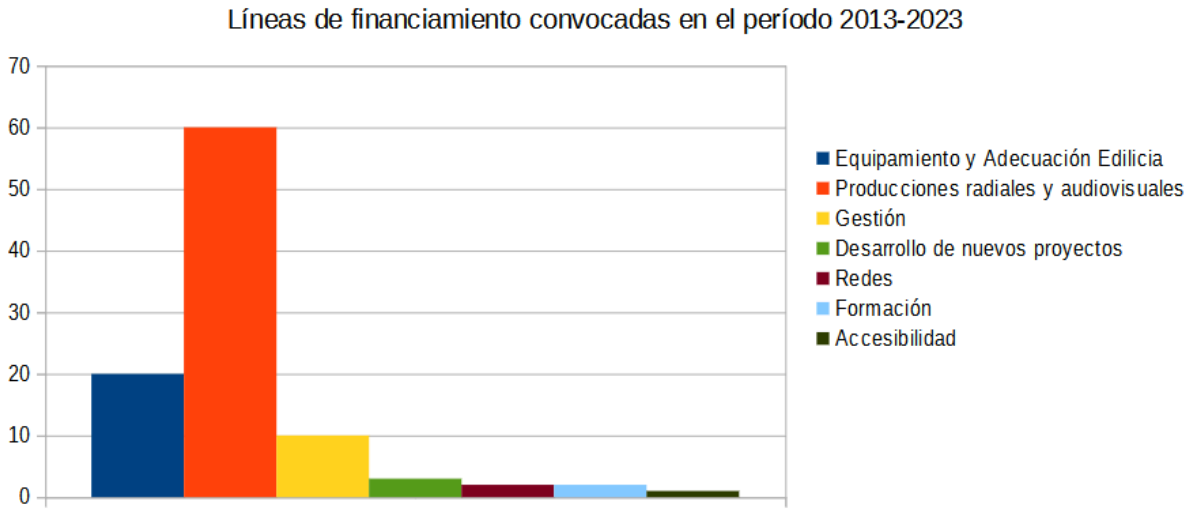
La cantidad de entidades ganadoras totales en el período, sumando organizaciones distintas, fue de 724, tomando en cuenta: emisoras de radio sin fines de lucro y de pueblos originarios, emisoras de televisión y de pueblos originarios, y productoras audiovisuales no licenciatarias[173].

La cantidad total de Líneas de financiamiento abiertas en el período fue de 56, siendo 2015 también el año en el que más convocatorias se realizaron (15). Veamos el siguiente gráfico:

Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

Pasemos a observar ahora qué Líneas fueron las más convocadas por el Programa en su historia.

[173] Puede señalarse aquí que una emisora de radio puede figurar también como productora, ya que este tipo de inscripción le permitía presentarse en las líneas de producción audiovisual.

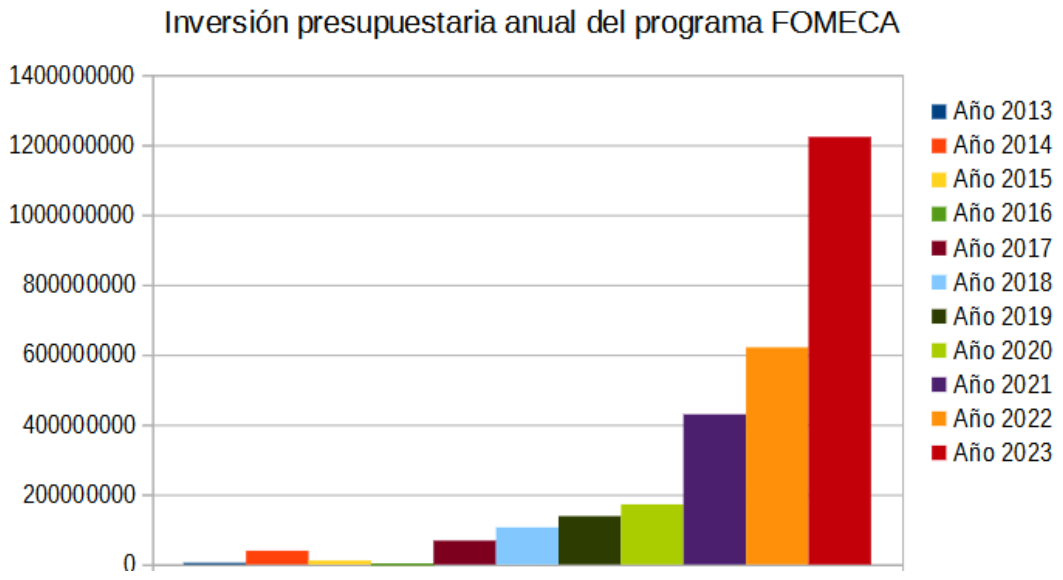


Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

Cabe aclarar aquí que dentro de las Líneas de Producciones radiales y audiovisuales se incluyen convocatorias muy diversas: programa diario, programa semanal (tanto en radio como en televisión), spots y microprogramas, campañas temáticas, entre otras. Las agrupamos porque todas se vinculan con la producción de contenidos. Respecto de las de Equipamiento y Adecuación Edilicia, debe destacarse que son las que han otorgado mayor volumen de financiamiento en términos reales.

Hablando de dinero, lo invertido entre 2013 y 2023 fue de $2.811.577.467, según el siguiente detalle[174]:

[174] Se mencionan los datos de Monto Adjudicado (no el que efectivamente se pagó, que puede variar). Tómese en cuenta, para la comparación anual, la dinámica inflacionaria de Argentina en este mismo período.



Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

Respecto de la ejecución presupuestaria, un elemento señalado reiteradamente por los referentes del sector es la comparación con lo que efectivamente debería haberse invertido tomando como referencia el 10% (diez por ciento) de lo recaudado en concepto de gravamen a la comunicación audiovisual. Según la información relevada, construimos los siguientes datos[175]:

Recaudación Anual del Gravamen a la Comunicación Audiovisual

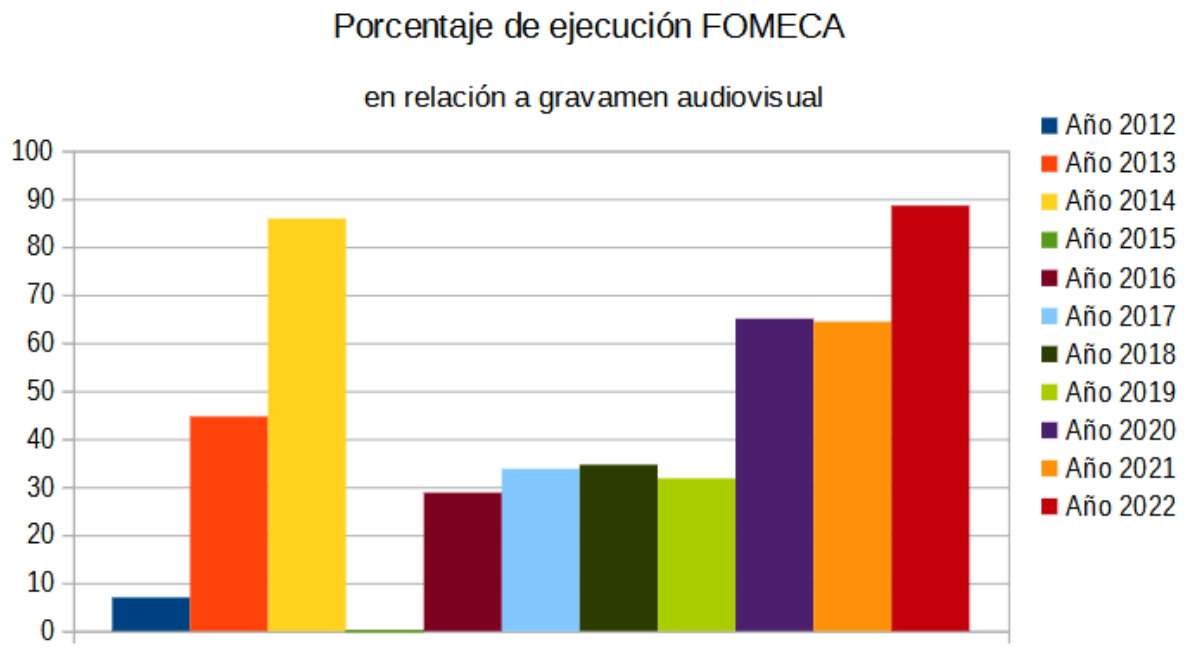
Año	Monto recaudado	Porcentaje FOMECA	Adjudicado al año siguiente	% relación al gravamen	Ejecutado
2012	680.277.000,00	68.027.700,00	4.744.995,00	6,98 %	2013
2013	874.529.000,00	87.452.900,00	39.052.788,00	44,66 %	2014
2014	1.294.410.000,00	129.441.000,00	111.159.808,00	85,88 %	2015
2015	1.724.449.000,00	172.444.900,00	00,00	0,00 %	2016
2016	2.363.726.000,00	236.372.600,00	68.067.896,00	28,80 %	2017
2017	3.133.757.000,00	313.375.700,00	105.824.234,00	33,77 %	2018
2018	3.992.819.000,00	399.281.900,00	138.219.776,00	34,62 %	2019
2019	5.402.569.000,00	540.256.900,00	171.637.698,00	31,77 %	2020
2020	6.599.696.000,00	659.969.600,00	429.187.852,00	65,03 %	2021
2021	9.641.000.000,00	964.100.000,00	620.825.196,00	64,39 %	2022
2022	13.809.000.000,00	1.380.900.000,00	1.222.857.000,00	88,56 %	2023

Fuente Monto recaudado: AFIP / https://www.afip.gob.ar/institucional/estudios/serie%2Danual/

Fuente Adjudicación para FOMECA: Ente Nacional de Comunicaciones

[175] Agradezco a Néstor Busso y a Pablo Antonini por facilitar esta información.

Se desprende de aquí que los años más cercanos a la adjudicación del diez por ciento del gravamen fueron 2014 y 2022 (para los años inmediatamente siguientes). Lo cual se corresponde con el volumen de inversión de los años 2015 y 2023, de ejecución fuerte del programa. Si graficamos los datos anualizados, encontramos los siguientes valores[176]:

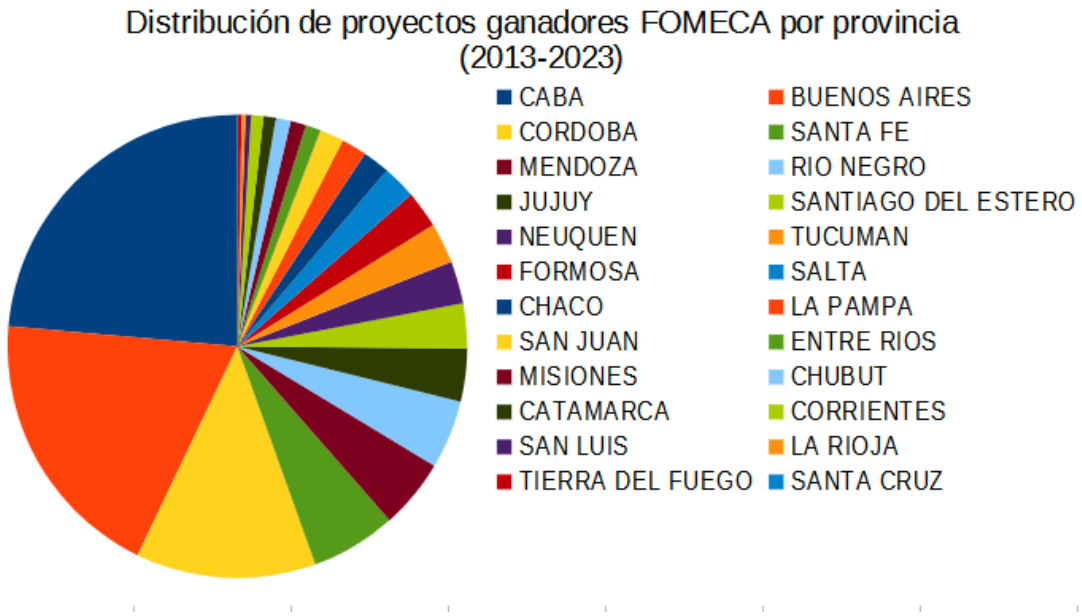


Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

Respecto de la distribución geográfica -un aspecto que hemos señalado como prioritario para el Programa-, en la serie histórica la Ciudad de Buenos Aires fue la jurisdicción con mayor cantidad de proyectos y entidades ganadoras (741 proyectos y 154 entidades), seguida por la Provincia de Buenos Aires (604/149), luego Córdoba (398/67), Santa Fe (188/42) y Mendoza (153/22). Muy cerca quedó Río Negro (150/28), la excepción que confirmaría la regla que permite asociar

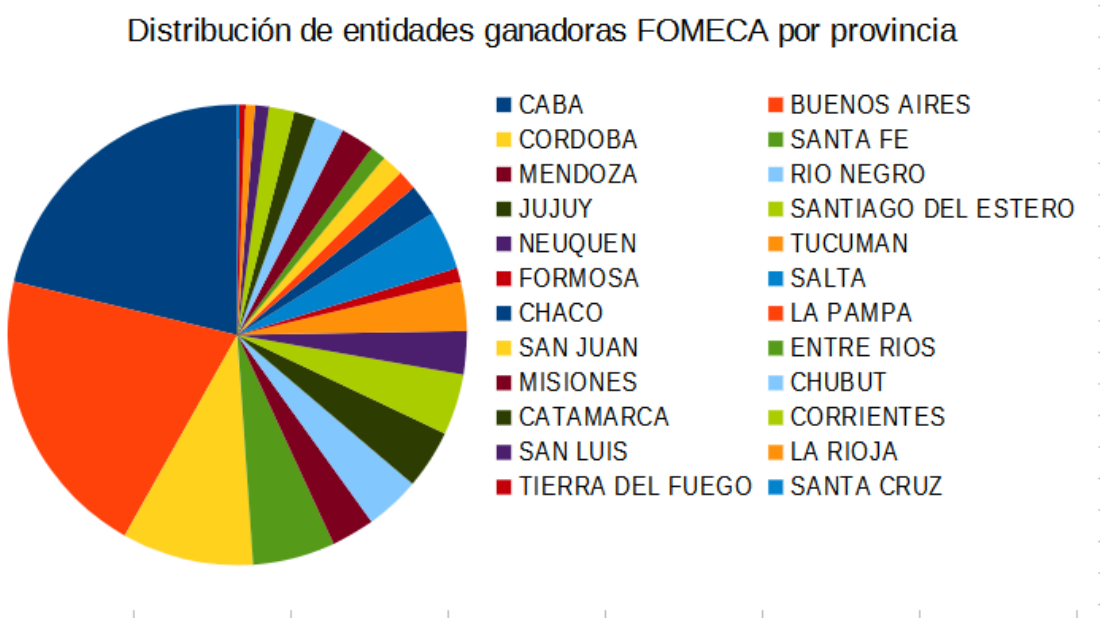
[176] En sentido vertical, lo que falta de gráfico de barras hasta completar el 100% en cada año es lo que no fue ejecutado de lo previsto por Ley.

cantidad de ganadores/as con la concentración de población a nivel nacional. La cantidad de proyectos ganadores por provincia es el siguiente:



Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

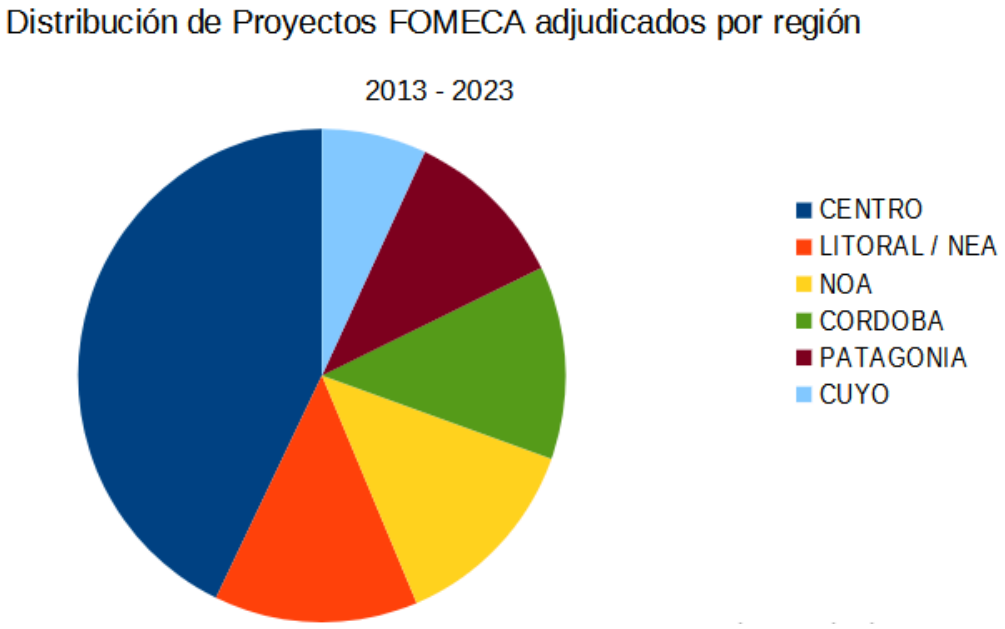
Mientras que este es el gráfico que indica la cantidad de entidades que ganaron:



Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

Si bien los datos no son exactamente iguales, podemos ver que entre la Ciudad de Buenos Aires, la provincia de Buenos Aires y la de Córdoba ocupan prácticamente la mitad de entidades y proyectos ganadores.

En el plano regional, los datos precedentes son coherentes con lo visto anteriormente:



Fuente: elaboración propia en base a datos del Programa FOMECA

4.2.5 El Programa sobre el final del período estudiado

Hacia fines de 2023, el universo de 724 entidades se encontraban en condiciones de participar. Las líneas de financiamiento más consolidadas, que han funcionado como acciones casi permanentes que las propias entidades esperan año a año fueron:

-Equipamiento e infraestructura (les permitió planificar su espacio físico y tecnología, renovarse, tener equipos de emergencia);

-Producción de contenidos (favoreció la producción propia, la organización de tiempos y espacios en la grilla, el pago de retiros/salarios como parte del presupuesto anual);

-Gestión (garantizó ciertos fondos para gastos legales y contables, además de permitir mejorar cualitativamente aspectos problemáticos del funcionamiento de las emisoras, de sus equipos, sondear audiencias, identificar temas para resolver mediante acciones de capacitación).

Se suman a éstas otras líneas que surgieron eventualmente, en especial aquellas que proponen la producción de contenidos en formatos más cortos (spots, campañas, microprogramas) de carácter temático.

Como vimos -y profundizaremos en los capítulos 5 y 6- cada etapa de gestión moldeó el Programa en función de su perspectiva de política pública. Las etapas en las cuales se consideró a la comunicación como un derecho humano fundamental cuya democratización es central para el modelo de país, las líneas se diversificaron, el financiamiento se mantuvo y creció, y las organizaciones participaron de distintas maneras en la aplicación del Programa. En tiempos más complejos, debieron hacer uso de su capacidad de resistencia y movilización para recuperar parte del terreno ya ganado, hacer valer la legitimidad de los fondos ya obtenidos, y explicar una y otra vez la necesidad de contar con apoyo estatal para sostener sus proyectos.

Luego de esta descripción detallada del proceso de FOMECA y su despliegue histórico en vinculación con uno de sus destinatarios centrales -los medios

comunitarios-, pasamos a la etapa de análisis de los datos relevados a partir del diálogo con las emisoras socias de FARCO.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS

5.1 Introducción

En este capítulo volcamos los resultados del trabajo de campo realizado a través de entrevistas estructuradas, semiestructuradas, grupos de discusión y herramientas de análisis documental. Como ya se ha dicho, las categorías de análisis se corresponden con los ejes centrales de lo que se ha denominado históricamente en el campo de las radios comunitarias y populares latinoamericanas el Proyecto Político Comunicativo (PPC): la sostenibilidad (económica, organizacional y social); la construcción de sentidos (vinculada a la producción de contenidos, la programación, la oferta de las emisoras y el diálogo con las audiencias); la estética (la identidad sonora); y la incidencia (la capacidad de influir políticamente en su entorno). Hemos vinculado estas cuatro dimensiones con las transformaciones que el programa FOMECA ayudó a impulsar en cada uno de los medios analizados, como así también qué valoración general realizan de su implementación. Sumado a esto, nos interesa analizar también el tipo de relación establecida entre los actores del sector sin fines de lucro y las políticas públicas, tratando de observar qué singularidades se dieron a lo largo del ciclo histórico del Programa. Describiremos el proceso de análisis en dos etapas: una exploratoria y descriptiva, y una segunda de indagación en profundidad.

5.2 Etapa exploratoria y descriptiva

Para indagar en los ejes mencionados anteriormente, en esta fase del trabajo de campo desarrollamos una consulta[177] en la que participaron noventa emisoras[178] de veinte provincias de todas las regiones del país (NEA, NOA, CABA, Provincia de Buenos Aires, Córdoba, Cuyo y Patagonia). Esta herramienta tuvo un carácter mixto: las preguntas cerradas permitieron cuantificar algunos valores específicos, mientras que dos opciones abiertas facilitaron la valoración cualitativa de la implementación del Programa.

Se consultó sobre los siguientes ítems:

-Si la radio se presentó alguna vez al FOMECA;

-Cantidad de veces que se presentó;

-Líneas en las que participó y en cuáles recibió fondos;

-Consideración sobre la accesibilidad del Programa para las organizaciones;

-Identificación de obstáculos a la hora de presentar los proyectos;

-Características de los equipos de trabajo volcados a la presentación;

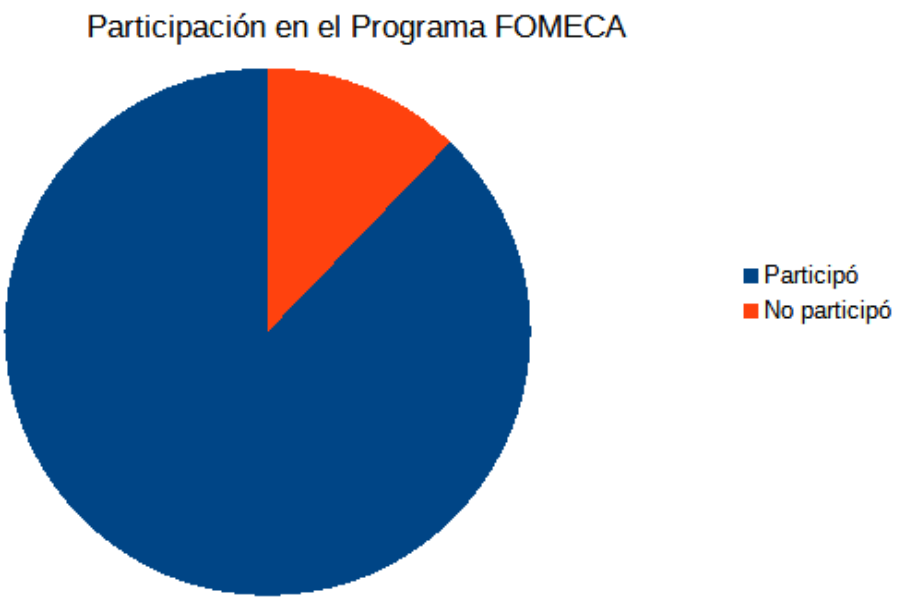
-Valoración sobre la relevancia del aporte recibido para la organización/radio;

-Significado de la aplicación de fondos en los proyectos radiofónicos.

[177] Realizada vía Formulario de Google entre febrero y mayo de 2024. Se adjunta el Instrumento en Anexos.
[178] Sobre un total de 124 socias activas de FARCO a mayo de 2024.

También se solicitó que los miembros de las radios sugirieran ideas y aportes al Programa para futuras convocatorias, y que expresaran qué consideran que pasaría si el programa se discontinuara. Como hemos señalado más arriba, los datos recogidos son en su mayoría de índole cuantitativo, y permiten ver algunas tendencias y regularidades. También encontramos registro de puntos de vista de las emisoras que, si bien son breves, dan pistas para el análisis. Estas percepciones se articularon en el trabajo de campo con entrevistas en profundidad y grupos de discusión con una muestra más reducida de emisoras -según características regionales y de menor a mayor experiencia en los concursos- y se vincularon a su vez con las entrevistas a referentes de la política pública.

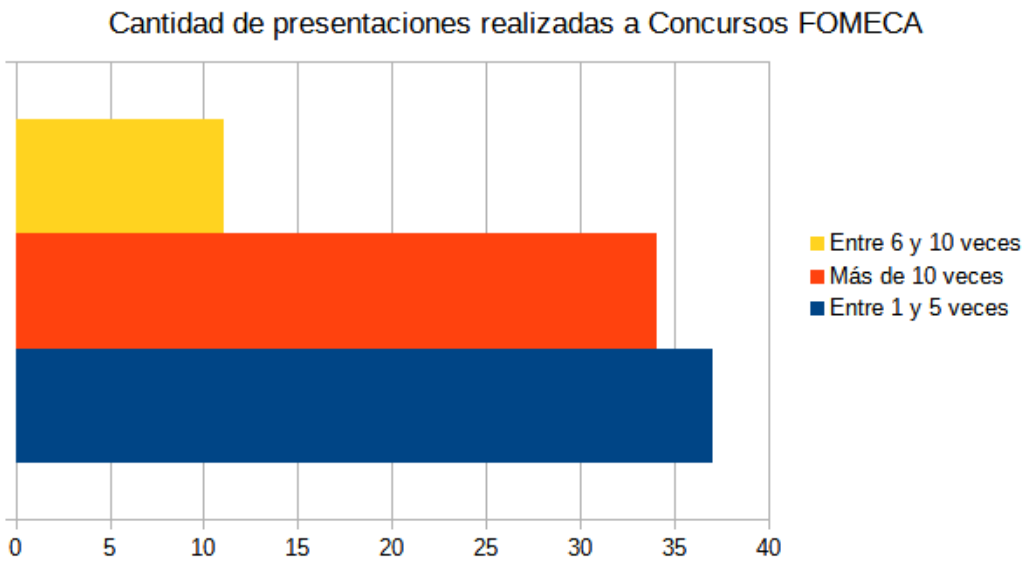
A nivel general, un primer análisis de los resultados indica que la gran mayoría de las noventa emisoras que respondieron participó en alguna convocatoria a FOMECA (casi 9 de cada 10)[179]:



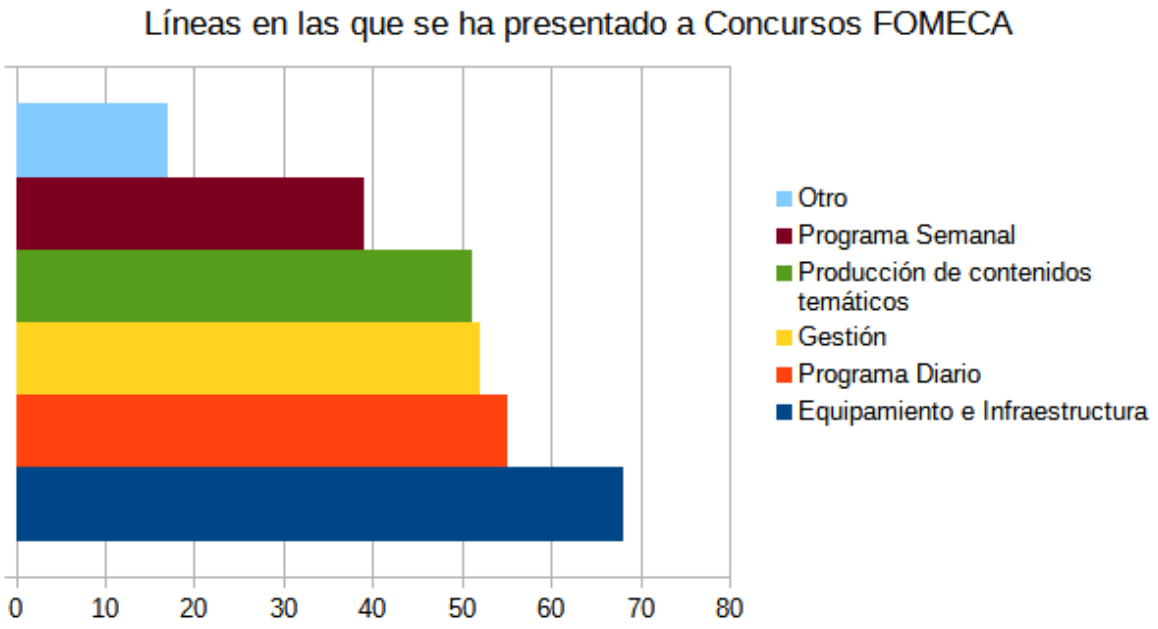
[179] Todos los gráficos de este apartado son de elaboración propia y tienen como fuente las respuestas al Relevamiento aplicado en esta investigación.

Encontramos 79 respuestas positivas, y a su vez 11 radios que respondieron negativamente.

Respecto de la cantidad de presentaciones, el número mayor lo encontramos en aquellas que lo hicieron entre 1 y 5 veces (37 casos), y en segundo lugar aquellas que se presentaron más de 10 (34).



Por gran mayoría, la línea que tuvo más presentaciones fue la de Equipamiento e Infraestructura: esto se condice con la propia oferta del Programa y su continuidad histórica. En segundo lugar, se ubica todo lo relativo a producción de contenidos (programa diario, semanal y contenidos temáticos, si los sumamos). También encontramos un buen número de presentaciones en la línea de Gestión, en línea con el desarrollo de esta tesis.



A partir de estos datos y de las expresiones verbales manifestadas sobre el final de esta consulta, como así también en las entrevistas de mayor profundidad, encontramos tres elementos que han sido muy relevantes en la valoración del Programa por parte de las radios:

-Les ha permitido actualizarse tecnológicamente;

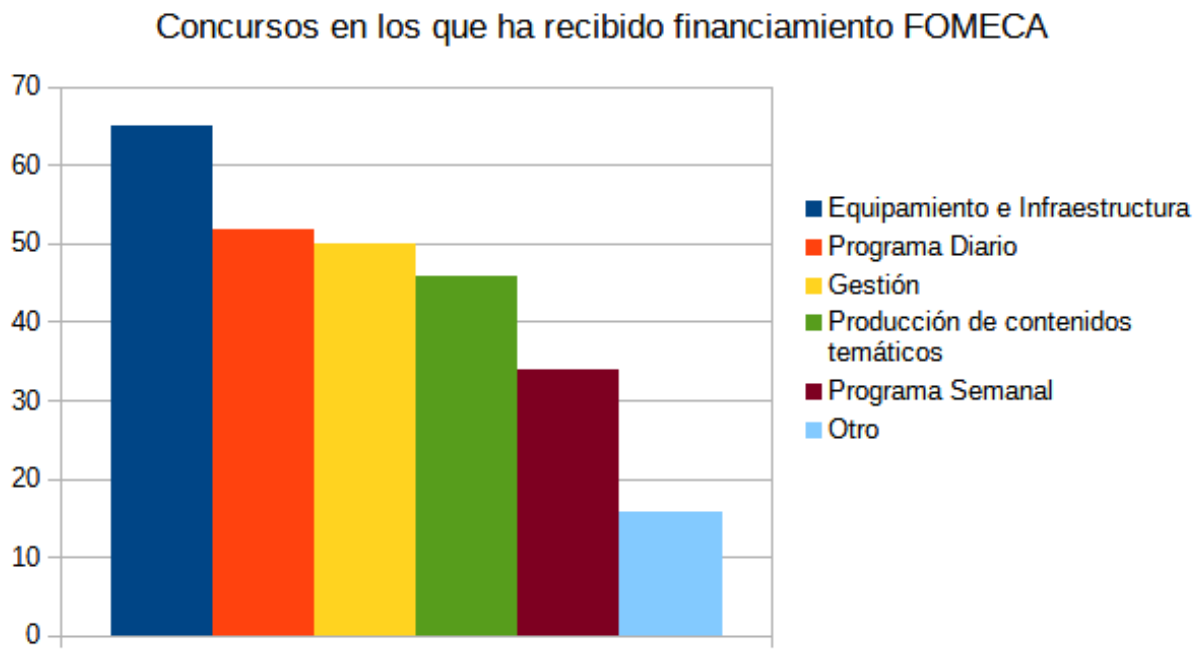
-Ha fortalecido la producción de contenidos propios de carácter significativo en sus comunidades;

-Ha contribuido a una mejora en sus procesos de gestión.

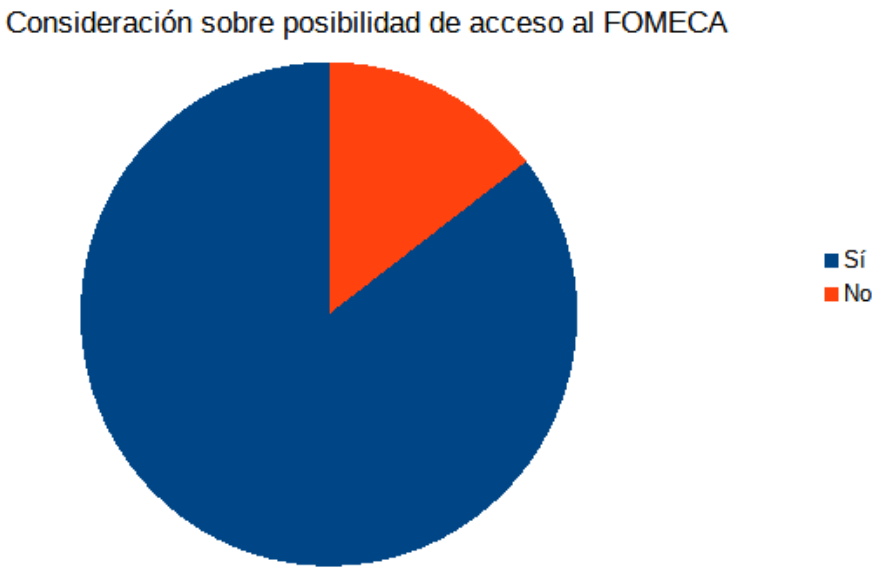
Estos tres datos han sido recurrentes a lo largo del relevamiento[180], y se constituyen como resultados favorables de la aplicación de la política.

[180] Cabe mencionar que estos resultados fueron compartidos con las emisoras consultadas en un espacio de encuentro virtual, y se requirió su opinión sobre los mismos.

Siguiendo con el análisis, encontramos que las líneas en las que efectivamente las emisoras han recibido financiamiento presenta resultados similares:



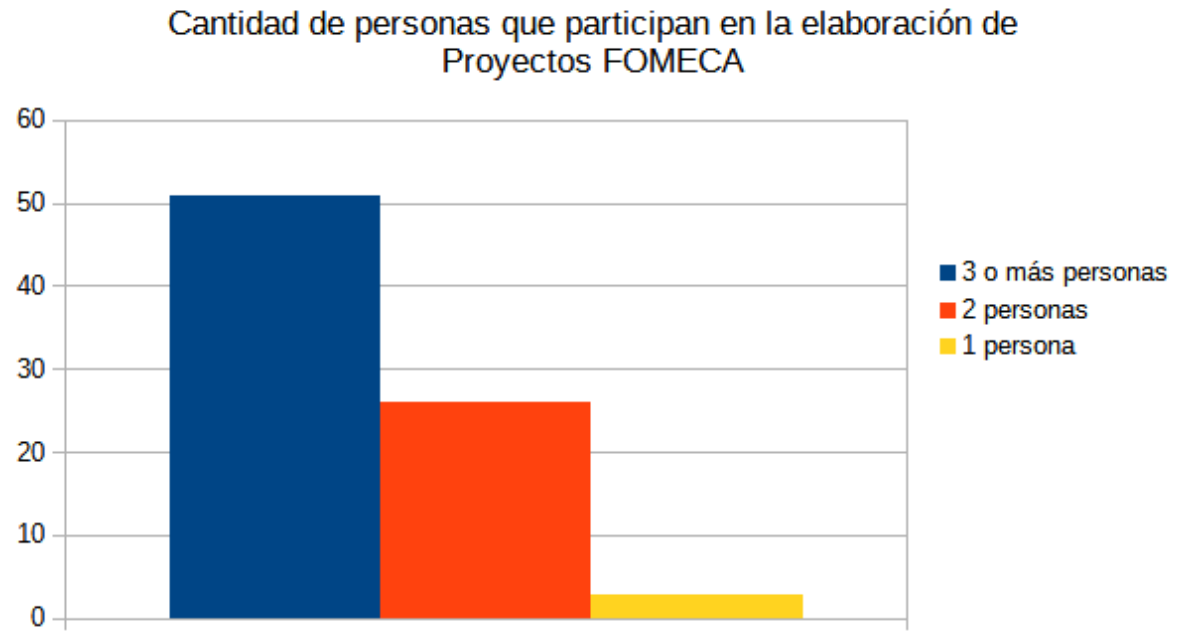
Respecto de la cuestión de la accesibilidad, un dato relevante es que para la gran mayoría de las emisoras consultadas (casi 9 de cada 10) las respuestas son afirmativas:



Esto quiere decir que, en términos generales, el Programa se ha adecuado a las condiciones de las organizaciones para su presentación. Esto no ha sido inmediato: a lo largo de las diversas gestiones, con sus diversos signos políticos, el equipo de trabajo de FOMECA ha mejorado el conocimiento del sector, dialogado con sus referentes para despejar obstáculos y optimizado el proceso de convocatorias. Como veremos más adelante cuando analicemos la relación entre las organizaciones y la política pública, confirmaremos que la valoración del acompañamiento es compartida por las emisoras consultadas, y es destacado a su vez por algunas de las personas referentes de la política pública. Esto no excluye las miradas críticas de los propios actores, especialmente en lo referido a rendiciones y pedidos de subsanación de las mismas, que se presentan en algunos casos como "demasiado burocráticas", según sus propias voces. Así, entre las dificultades que se han planteado mayoritariamente, aparecen temas administrativos (hacer o renovar el registro FOMECA); tecnológicos (acceder a la plataforma de Trámites a Distancia en contextos con internet de mala calidad); organizativos (no contar con

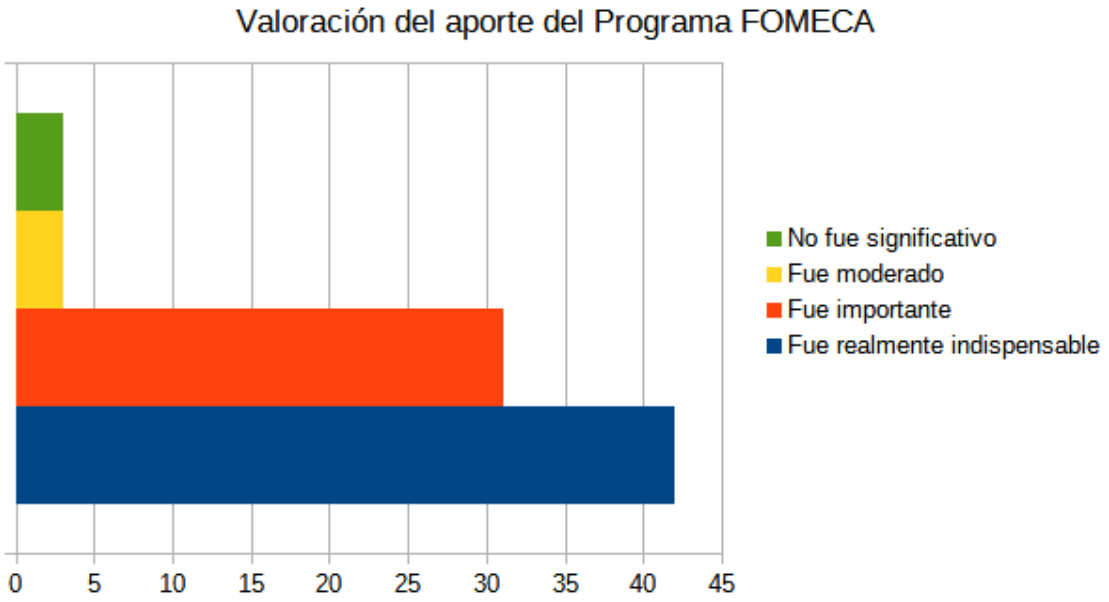
gente capacitada en el equipo, no tener claro quiénes ejecutarán los proyectos); presupuestarios (pérdida de valor del monto recibido); y en menor medida políticos.

Un aspecto interesante es la participación colectiva en la elaboración de proyectos: la mayoría de respuestas indica que se elaboran entre tres o más personas (6 de cada 10). Solamente en 3 casos el diseño está a cargo de un solo integrante de las radios. Encontramos otro elemento clave aquí respecto de la mejora en las capacidades de gestión, ya que como se afirma en diversas entrevistas, la participación en FOMECA -como programa de financiamiento más o menos periódico- agilizó la dinámica de gestión económica en las organizaciones promoviendo la capacitación de su personal para realizar estas tareas. Cuestión que es útil no solo en el marco de este programa, si en el acceso a cualquier otra fuente de financiamiento. Como veremos, este dato se ha confirmado en entrevistas en profundidad realizadas posteriormente. Encontramos entonces que:



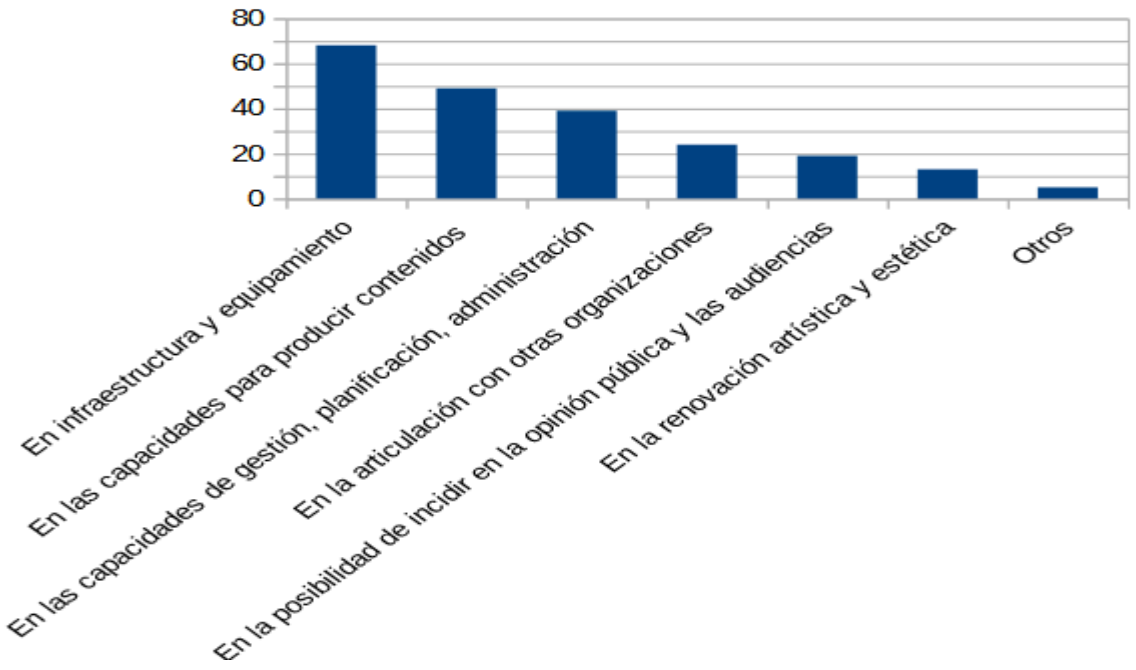
Multiplicando la cantidad de personas por la cantidad de radios, podemos hablar de al menos doscientas personas -integrantes de emisoras socias de FARCO- participando en el diseño, ejecución y rendición de proyectos en el período estudiado. Sin embargo, como se contrasta en las entrevistas de mayor profundidad, para las organizaciones es difícil que la gestión de los proyectos no recaiga -en general- en una persona de referencia.

En esa línea, otro elemento a destacar es la valoración que realizan las emisoras sobre cuál fue el aporte del Programa en la mejora de sus prácticas: más de la mitad lo consideran “realmente indispensable”. Si sumamos las respuestas “indispensable” e “importante” el número supera el 90%. En tanto solamente 3 emisoras lo consideran “moderado” y otras 3 “no significativo”.



Cuando indagamos en qué aspecto fue mayor el aporte, volvemos a los porcentajes de las líneas de financiamiento priorizadas. En orden de importancia, se confirma la apreciación sobre las mejoras en Infraestructura y Equipamiento, luego

en la Producción de Contenidos, y en tercer lugar la Gestión. Otros elementos que aparecen son las capacidades de articulación con otros actores sociales, la posibilidad de incidencia en las audiencias, y la renovación artística y estética, aunque en menor medida en cuanto a su impacto.



Luego solicitamos a los y las integrantes de las emisoras que enunciaran una palabra clave que identificara el significado de FOMECA en sus proyectos, incorporando una variable de tipo cualitativo. Agrupando palabras comunes entre las distintas volcadas en la Consulta, encontramos algunas regularidades. *Crecimiento* es una de las más repetidas, vinculada a la calidad comunicacional y también al contexto social. Hay una idea de movimiento, de impulso, de potenciación, de proyección. También de planificación, de poder pensar a mediano y largo plazo, superando la idea de sobrevivir en el día a día, rasgo común entre experiencias de

este tipo: “La continuidad de esta política en más de una década, potenció las capacidades de pensar el proyecto político-comunicativo en esa perspectiva. Mirar más allá de la coyuntura”, según comenta una de las emisoras consultadas.

Sostén, sostenimiento, sostenibilidad, también se enuncian en las voces de diversas radios. Son conceptos similares que dan cuenta de un apoyo muy claro del programa para mantener en pie los proyectos radiofónicos de las socias de FARCO. Junto a éstas aparecen *estabilidad económica y recursos*, que se asocian con *fortalecimiento*, también mencionada en varios casos. Esta sostenibilidad -como hemos definido a partir del enfoque del PPC- no es solamente cuestión de dinero, sino de organizar el trabajo y vincularse con otros actores sociales. La cuestión de contar con recursos para cubrir tareas laborales rentadas, por ejemplo, implica toda una novedad para el sector. En ese marco, FOMECA permitió profundizar el concepto de trabajo, en relación con el voluntariado y la militancia. Una emisora señala: “nos permitió una primera remuneración a través de la radio a: columnistas, operadores, conductores, diseñadores gráficos, técnicos, personal de limpieza, entre otras”; mientras que otra agrega que ”las mejoras no han permitido generar formas de sostenimiento durables en el tiempo”. Es por esto que en numerosas ocasiones aparece la idea de FOMECA como una herramienta *indispensable* e *imprescindible*, como así también *fundamental*.

Otro agrupamiento interesante deja ver al financiamiento como un *derecho*, en el marco de una *política pública*, asociada a la *democracia y la igualdad*. Es decir que ubica al Programa en un plano político mucho más amplio, asociado a valores que comparte la sociedad en general:

.

“Los medios de comunicación de las organizaciones sociales sin fines de lucro necesitamos políticas públicas concretas para fortalecer el sector, aportar al derecho a la información y al debate y construcción de un proyecto de país independiente que nos incluya a todos y todas” *(Radio Sur, Córdoba)*

“Las políticas públicas de comunicación en clave de derecho humano requieren la continuidad en el tiempo para poder ser analizadas, sistematizadas y para ampliar parte de la democracia” *(Fm Raco, Tucumán)*

”Contar con una herramienta como los *Fomecas*, cuya metodología exige elaborar proyecto, precisar fondos para esos proyectos, rendición económica y de contenido de los mismos, representan una política pública clave para concretar día a día con nuestrxs vecinxs oyentes el ejercicio cierto de la comunicación como derecho” *(Villanos Radio, Carlos Paz, Córdoba)*

Una nube de palabras agrupando todas las menciones se ve de la siguiente manera:

En esta Consulta las radios también señalaron sus aportes para futuras convocatorias. Los volcaremos sobre el final de este capítulo.

5.3 Etapa de indagación en profundidad

Las dimensiones de análisis de esta investigación se abordaron en profundidad en una segunda etapa del trabajo de campo[181]. La primera, descripta recientemente, ofreció un panorama general sobre la relación de las emisoras con el Programa, su valoración, y una serie de datos que, a modo de huellas, facilitaron el diseño de un camino de preguntas de mayor profundidad, a fin de confirmar o discutir algunas de las afirmaciones que de allí surgieron. La retroalimentación de los primeros resultados con un conjunto de veinte emisoras que respondieron a la Consulta antes descripta, permitió reorientar los ejes de indagación y buscar puntos clave para enfocar los nudos centrales del análisis[182].

Es importante señalar que la etapa de profundidad del trabajo de campo se realizó seleccionando una muestra en la cual estuvieran representadas distintas regiones del país y también emisoras con participación diversa dentro del Programa. El detalle es el siguiente:

a. 6 Radios experimentadas: La Ranchada (Córdoba); Aire Libre (Rosario, Santa Fe, región Litoral-NEA); Kermés (Santa Rosa, La Pampa, región Patagonia). Son emisoras que se presentaron más de diez veces. Se suman a este grupo Radio Estación Sur (La Plata, Buenos Aires), Futura (La Plata, Buenos Aires) y Encuentro (Viedma, Río Negro, región Patagonia), que fueron entrevistadas en una primera etapa de la investigación y presentan similares características.

[181] Implementada a través de once entrevistas semiestructuradas entre junio y agosto de 2024. Se suman tres entrevistas más realizadas en 2022 a referentes clave de FARCO durante la cursada del Seminario de Investigación en Comunicación del Doctorado, con los docentes Alfredo Alfonso y Leonardo Murolo.

[182] Nos referimos al espacio de socialización de resultados realizado a través de la plataforma Meet en junio de 2024.

b. 2 Radios medianamente experimentadas: Oré Tapé (Buenos Aires) y Villanos (Córdoba). Son emisoras que se presentaron entre seis y diez veces.

c. 6 Radios menos experimentadas: Punta Indio (Buenos Aires); Chapaleofú (Rauch, Buenos Aires); Otros Nosotros (Córdoba); Curva (Córdoba); La Leñera (Potrerillos, Mendoza, región Cuyo); Sapukay (Villaguay, Entre Ríos, región Litoral-NEA). Son radios que se presentaron entre una y cinco veces.

Por último, es importante queremos agregar que en los datos que volcamos a continuación, se suman testimonios de seis radios con las cuales realizamos un grupo de discusión: La Hormiga (Rosario, Santa Fe, región Litoral-NEA); Villanos (ya mencionada); La Lechuza (Pocito, San Juan, región Cuyo); Raco (Tucumán, región NOA); Reconquista (José León Suárez, Buenos Aires) y Barriletes (Paraná, Entre Ríos)[183].

5.3.1 Sostenibilidad económica

Una de las dimensiones centrales en las cuales impactó la aplicación del Programa FOMECA en las emisoras comunitarias es la de su sostenibilidad económica. Como señaló Radio Kermés: "nos permitió incluir el ingreso FOMECA en los gastos mensuales y construir un círculo virtuoso"[184]. Imaginamos este proceso que lograron realizar diversas radios a partir de tener definido con claridad un proyecto, en base a una identidad, unos valores, y unos principios fundantes, que necesariamente deben buscar las fuentes de financiamiento necesarias para echarlo a andar. En los medios

[183] Los nombres de las y los referentes de emisoras que participaron en las entrevistas se detallan en el Anexo al final de este trabajo.
[184] Entrevista realizada con cuatro integrantes de la radio en julio de 2024.

comunitarios, como ya hemos definido en el marco conceptual y confirmamos en el trabajo de campo, combinan el espíritu militante, voluntario y transformador, con estrategias económicas de búsqueda de recursos para que sus integrantes puedan desarrollar estas tareas a cambio de una remuneración. ¿Qué sucede si no hay recursos? La experiencia indica que los medios comunitarios se las ingenian para sostener los pisos mínimos de producción a través de rifas, fiestas, campañas de aportes, entre otras acciones. Por el contrario, ¿qué sucede si lo que desaparece es el espíritu transformador? Los proyectos se debilitan y pueden caer. Encontramos en las voces de las radios una dualidad de criterios que se complementan: la voluntad de cambio y transformación, el espíritu de lucha y búsqueda de una sociedad mejor, con la necesidad imperiosa de obtener fondos monetarios para que sus integrantes puedan "vivir de la radio". ¿Se ha logrado esto a través de FOMECA? En algunos casos plenamente; en otros a medias; en otros no. En la diversidad de ese impacto, encontraremos indicios para realizar esa interpretación de modo correcto.

El aporte que el Programa realizó en materia de sostenibilidad económica, según lo relevado con las y los referentes de las radios, se subdivide a su vez en una serie de elementos que permiten un análisis más profundo:

a) **Recursos:** como se podrá observar en el relato de los propios actores, el FOMECA ha constituido un aporte considerable de recursos económicos para el desarrollo de los proyectos de las radios: tareas que generalmente en una emisora comunitaria se hacían a pulmón, se convirtieron en muchos casos en tareas rentadas; bienes de capital

(equipos, tecnologías) que son costosos y a veces inalcanzables, pudieron obtenerse mediante los subsidios del Programa;

b) **Trabajo**: se renovaron los sentidos sobre los aspectos laborales que implica la participación en una radio comunitaria, asociada en sus comienzos al voluntariado y la militancia no rentada; incluso se incorporó la idea de poder “vivir de la radio”;

c) **Gestión**: se mejoraron aspectos clave de la administración de los fondos de las radios, se formaron equipos humanos y se construyó experiencia práctica para la obtención de recursos;;

d) **Profesionalización**: apareció como concepto en boca de diversas personas entrevistadas, como posibilidad de adquisición de saberes comunicacionales que se aplican en la tarea cotidiana y la mejoran, con niveles de calidad importantes y a cambio de una remuneración;

e) **Proyección**: FOMECA se analiza como una fuente de recursos que permitió a muchas emisoras planificar a mediano y largo plazo, más allá de la supervivencia cotidiana; potenció también la incursión en otros lenguajes como el audiovisual y otros soportes como las plataformas digitales;

f) **Relación con la organización madre:** en diversos casos de emisoras que se insertan en entidades más grandes y con diversidad de áreas, FOMECA permitió a las radios posicionarse como herramienta de financiamiento de aspectos más generales de de la vida institucional;

g) **Vinculación con otras políticas públicas**: la articulación de FOMECA con otras políticas cuyo destinatario fue el sector sin fines de lucro de

la comunicación permitió construir “círculos virtuosos” de financiamiento para la producción de contenidos, formación y capacitación del personal y público cercano, sostén de equipos de trabajo, y mejora en la relación con la comunidad.

Para sustentar estas afirmaciones, pasaremos a analizar en detalle los datos obtenidos.

a) Recursos

“Los fondos FOMECA están pensados y destinados a poder equilibrar la balanza y poder tener una herramienta que compita en fondos de inversión con los medios mas fuertes economicamente”, señala Radio Campesina, de la localidad de Cañuelas, en la provincia de Buenos Aires[185]. Allí da cuenta del enfoque distributivo de recursos que representa el Programa para el sector. Otra emisora, en este caso urbana, de la capital bonaerense, señala que “el FOMECA significa el principal sostén de muchos trabajadores”. Como se señaló anteriormente, el mayor aporte económico se percibe a través de las mejoras en infraestructura -construcción de nuevos estudios de radio, salas de producción, ampliación de las instalaciones- como así también del equipamiento y las tecnologías necesarias para la radiodifusión. Según los relatos de las y los referentes de las emisoras, FOMECA permitió a muchas de ellas adquirir dos de los bienes de capital más costosos y preciados: el transmisor y la consola de aire. Como señala Villanos Radio, de diez

[185] Testimonio recogido en la primera etapa del trabajo de campo (relevamiento a través de entrevista estructurada).

años de trayectoria[186]: “En esa idea original que la radio se tiene que escuchar bien (...) venimos armando una radio que en términos de *fierros*, para decirlo concretamente, está muy bien capitalizada, compramos un transmisor nuevo y hemos logrado, con parte de eso, reparar el techo de la radio que teníamos”. Incluso en algunos casos, permitió a las emisoras contar con equipos de relevo ante fallas técnicas o accidentes climáticos habituales. La misma radio sostiene:

> “FOMECA equipamiento nos permitió dar pasos, pasos importantes para la radio, en términos de renovar algunos equipos, sobre todo computadoras, auriculares, y la última gran inversión que hicimos con el último FOMECA Equipamiento fue comprar un enlace que nos permite facilitar muchísimo el desarrollo de radios abiertas, radios abiertas en plazas, radios abiertas en escuelas, que en lugar de tener que estar haciendo la conexión vía teléfono, la hacemos por internet, y eso (...) te sirve para profundizar el trabajo comunitario de radio en el territorio.”

La relación entre ampliación del equipamiento y expansión territorial se repite en varios testimonios: “hemos logrado visibilidad por los productos que podemos hacer, que son productos que se pueden hacer en gran parte por el Fomeca. Y eso nos permite que haya plata, equipamiento para hacerlo y lograr tener más incidencia en la localidad”, señalan desde Radio Kermés. Una histórica y pionera radio cordobesa, Radio La Ranchada, se suma a este grupo. Uno de sus integrantes[187] comenta que fue posible “mejorar el equipamiento que tenemos, la gestión también, desde comprar, no sé, un tacho de pintura, hasta la computadora que usan en producción, en locución, en operación, la consola de sonido”. En ese mismo caso, el Programa facilitó la creación de un estudio de radio móvil y generó similar efecto

[186] Consideramos este tiempo como “de desarrollo intermedio” teniendo en cuenta que hay emisoras con más de treinta años y otras con menos de cinco. En este caso, se trata de radios que surgieron al calor de la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y las posibilidades que ésta generó. La entrevista fue realizada vía Meet con dos integrantes de la emisora.
[187] Entrevista realizada con dos integrantes de la radio vía Meet.

“expansivo”: a partir de sus gestiones como organización, lograron adquirir mediante una entidad provincial una camioneta tipo furgón, y la equiparon para realizar transmisiones en exteriores:

> “Gracias al FOMECA Equipamiento nosotros armamos un estudio dentro de la camioneta, un estudio espectacular que permitía transmitir desde cualquier lado de Córdoba, entonces a partir de ahí comienza a generarse una nueva lógica en donde no solo podíamos ir con un corresponsal popular o un movilero o una movilera, sino que directamente llevábamos ahí el estudio con calidad profesional a cualquier lugar de Córdoba para poder transmitir”[188].

Similar percepción se encuentra en el relato de otra emisora de más de treinta años, en este caso de la ciudad de Rosario, FM Aire Libre[189]: “En las radios más antiguas sabemos lo que es hacer una radio con nada, con un tocadisco y un transmisorcito de un vatio”. Y agrega: “Tenemos el equipamiento que de alguna manera, muchas radios comerciales medianas de Rosario, por ejemplo, no tienen”. Aparece nuevamente la posibilidad de alcanzar -e incluso superar- en tecnología a emisoras con otra naturaleza jurídica. En el caso de una emisora rural de la provincia de Buenos Aires, Oré Tapé -próxima a cumplir diez años- la valoración es similar, y se usa la metáfora de “levantar el piso” en cuanto a posibilidades de mejora de la transmisión:

> “Un montón de cuestiones que vos las veías lejanísimas, muy lejanas, con esto hubo una cercanía terrible. Con la gran ayuda, el gran aporte de tener equipamiento real, para no competir tampoco con la programación en la radio privada, comprarse lo mejor del mundo, pero por lo menos estar más o menos de igual a igual”[190].

[188] Cuando abordemos la dimensión Incidencia, confirmaremos que las mejores condiciones de equipamiento favorecieron una presencia más permanente de muchas emisoras en el espacio público.
[189] Entrevista con referente de la radio, realizada vía Meet.
[190] Entrevista con referente de la radio, realizada vía Meet.

Según los relatos recogidos, FOMECA permitió realizar un proceso de transición, habitual en los proyectos que tradicionalmente se realizaban "a pulmón": desde un comienzo donde sus integrantes realizan aportes iniciales con sus propios recursos, a una segunda etapa de despegue donde obtienen lo necesario para dar continuidad a las transmisiones e incluso mejorarlas. Así lo cuenta la FM Punta Indio, de esa localidad bonaerense[191]:

> "Cuando se abre esta posibilidad de tener un espacio en la delegación municipal que ya había una torre, que podíamos aprovechar, hicimos una rifa. Esto antes de conformarnos como asociación civil. Hicimos una rifa, una juntada de dinero, unos bonos colaboración y compramos el primer transmisor".

En esta misma línea, la FM Otros Nosotros, de Miramar de Ansenuza -Córdoba- relata[192]: "Nosotros teníamos el micrófono de un compañero, la consola de otro…" y mediante FOMECA pudieron comprar "una consola propia, un par de micrófonos. Gestionamos dos de equipamiento y uno de producción". Al igual que Oré Tapé: "el primer FOMECA fue en 2019, fue FOMECA Equipamiento; ahí pudimos comprar una buena consola, compramos los equipos que tenemos ahora, que son buenos (...) se compraron buenos micrófonos"[193]. La mejora de la calidad de los equipos y tecnologías es sin dudas un factor de mejora de los proyectos radiofónicos comunitarios relevados. La referente de la emisora antes señalada subraya: "todo el tema de equipamiento creo que es lo más inaccesible para las radios comunitarias, que hoy están sobreviviendo (...) están funcionando, pero se rompe un equipo y es un problemón". En otros contextos geográficos, se dan

[191] Entrevista con dos referentes de la radio, realizada vía Meet.
[192] Entrevista con referente de la radio, realizada vía Meet.
[193] En este caso, también impulsada por la LSCA, acompañada por el impulso de las políticas públicas de desarrollo rural del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

situaciones similares pero con sus particularidades. FM La Leñera, de Potrerillos, Mendoza -que inició sus transmisiones en una escuela hace ya veinte años- señala[194]:

> “Siempre hemos priorizado que la señal se escuche bien. En una zona de montaña, no sé, cada cosita te corta la señal. Entonces dijimos: bueno, prioricemos que la señal llegue a más lugares, a poder mejorar la calidad, a que se escuche bien, cuando hacemos transmisiones o radios abiertas, que la calidad sea buena, que no tengas ganas de apagarlo, sino de escucharlo”.

Se pone en discusión allí un estereotipo marcado respecto de las radios comunitarias: la mala calidad de su señal y la precariedad tecnológica. La oferta de la radio debe ser atractiva y debe escucharse bien, según se considera en esta etapa virtuosa: “el ingreso de plata a la radio se empieza a demostrar por sí solo de que era necesario para que mejorara la calidad de la radio, y en general la calidad de vida de las personas que hacíamos la radio también”, completa. La radio comunitaria de Punta Indio señala en el mismo sentido: “el primer FOMECA que presentamos nos permitió tener una radio que nunca habíamos imaginado. Poder tener mejores computadoras, comprar la consola que era una consola de radio y no una consolita chiquita que apenas permitía hacer lo básico”. FM Sapukay, de Colón -Entre Ríos- con una historia de diez años, también aporta:

> “La consola que tenemos ahora es una consola de radio, es la primera consola de radio que pudimos comprar con el FOMECA, que presentaron las compañeras y los compañeros. Esa consola de radio que todavía no terminamos de descubrir cosas, pero (...) la vamos estudiando, aprendiendo”.

Podemos interpretar que e**l** equipamiento de calidad les va proponiendo

[194] Entrevista con referente de la radio, realizada vía Meet.

nuevos desafíos a las emisoras. Y va construyendo una referencia distinta en la propia comunidad. Agrega la misma radio:

> "Cuando la gente llega y ve esa consola y dice, *¡la pucha, que bien van ustedes, eh!* Como que le da otra imagen, por así decirlo, otra presentación con la gente que se acerca al lugar".

La misma organización señala un aspecto interesante, que es la posibilidad de combinar equipamiento de calidad con las exigencias del organismo regulador:

> "El segundo FOMECA Equipamiento es con el que compramos los equipos homologados, es decir, quitamos los viejos equipos de Reconquista[195] y ponemos los equipos homologados. Y también con eso hacemos la carpeta técnica, porque si bien teníamos la licencia, nos había quedado pendiente la carpeta técnica que hace un ingeniero del ENACOM, viene y controla los equipos, las instalaciones, todo eso había que *garparlo* y bueno, eso también lo hicimos con el otro Fomeca que era Fomeca de Gestión".

La superación del estereotipo de la precariedad, entonces, se constituye como un avance en la valoración que del medio realiza la propia comunidad.

b) Trabajo

Pensar la práctica radiofónica comunitaria como un trabajo es realmente una novedad. Como veremos en distintos momentos de este análisis, la posibilidad de contar con fondos para sustentar económicamente las tareas que realizan las personas dedicadas a la operación técnica, la producción, el móvil en vivo, la administración y la gestión, es una marca propia de esta etapa. Recordemos que la

[195] Se refiere a FM Reconquista, emisora comunitaria "madrina", que prestó equipos de transmisión en desuso para que Fm Sapukay pudiera iniciar su puesta en el aire, a partir de un vínculo personal atravesado también por la militancia territorial.

cuestión del manejo de dinero en las organizaciones sin fines de lucro, de las cuales las radios comunitarias son parte, no es menor. Un referente de Kermés -una de las emisoras que mayor desarrollo institucional alcanzó en este período- sostiene que "Hablar de dinero o de guita era medio prohibido y se volvió algo absolutamente natural". Y agrega: "convertimos a la radio en una fuente de laburo también, hay personas (...) no pocas, que tienen su principal ingreso de la radio, cosa que cuando nacimos ni siquiera era un objetivo". Este recurso promueve un mayor compromiso con la práctica radiofónica, que sin dejar de lado el sentido transformador, favorece una dedicación más permanente de quienes la llevan adelante. En La Leñera, en tanto, con un equipo con menos formación periodística pero un fuerte sentido de lo comunitario y popular, también se produjeron cambios en este sentido:

> "Ese mínimo ingreso ya demuestra cómo, al tener esa mínima posibilidad, uno empieza a poderle dedicar un montón de cosas más. En un momento como que también entró gente nueva a la radio. Y esto fue un cambio de energía absoluto entre posibilidades, cambio de actitudes, nuevas personas que se sumaron a esa visión de que la radio tenía que ser generadora también de plata para poder hacerla bien. Me parece que todo eso, toda la gente que se sumó coincidía con eso, que en otros momentos de la historia la radio no pasó y ahora sí".

Los testimonios recogidos no permiten inferir mecánicamente que, a partir de la aplicación del FOMECA, las radios comunitarias se convirtieron de un año a otro en fuentes de trabajo permanentes. Hay diversidad de experiencias. Pero sí lo que puede afirmarse es que hubo un efecto dinamizador de la dimensión laboral de las emisoras comunitarias a partir de la implementación del Programa, que se complementó -como veremos luego- con otras políticas públicas que financiaron al

sector. Villanos Radio -que es propiedad de una cooperativa proveedora de servicios públicos en Carlos Paz- compara su situación con otras de su región:

> “Hoy por hoy tenemos tres personas asalariadas en blanco, deben ser las únicas tres personas ligadas a un medio de comunicación en nuestra localidad en blanco. El resto -estoy hablando de un universo de más de 100 trabajadores y trabajadoras- están todos precarizados”.

En el caso de FM La Lechuza, también con diez años de trabajo, se da una valoración similar. Señala una de sus integrantes que:

> “Para que algunos compañeros, y algunas personas que le dedicamos medio tiempo, o en el caso de algunos compañeros todo el tiempo o tiempo completo a la radio, saber que se cuenta con ese ingreso, permite irnos profesionalizando cada vez más en la medida en que significan ingresos medianamente dignos”.

Y agrega que ese lugar específico “nos posibilita decir, *bueno, elegimos estar acá porque realmente es un buen lugar para estar,* donde uno puede proyectar mínimamente su vida”. Es decir que el sentido construido sobre el trabajo remunerado, no está escindido de un lugar particular donde se realiza la práctica radiofónica, que es la organización comunitaria. Sosteniendo esta idea, la comunicadora agrega: “No es gente que nos formamos o aprendemos a hacer algunas cosas y después nos vamos porque en otros lugares podríamos estar mejor económicamente”. FM Raco, en tanto -situada en la localidad rural del mismo nombre, con diez años de historia- va en la misma línea, y pone en relación dos aspectos: la posibilidad de contar con recursos para la producción propia, y que quienes la llevan adelante cotidianamente puedan contar con un piso económico, destacando la necesidad de “un mínimo acceso a una garantía de ingresos para los

compañeros, y la diversificación de las experiencias comunicacionales". Lo refuerza con mucha claridad el referente de Radio La Ranchada:

> "Cada uno de los compañeros y las compañeras prioriza el mango para sostener la comida, entonces por ahí es más complejo. Entonces al tener el financiamiento, a nosotros nos permitía garantizar, aunque sea un ingreso fijo, para darle regularidad, y nosotros llegamos incluso a tener no digo 24 horas de programación, pero llegamos a tener (…) estoy seguro que 13, 14, 15 horas de transmisión ininterrumpida, con producción propia. Teníamos equipos de producción con locutores, locutoras, operadores, operadoras, productores, productoras, movileros, movileras, en donde estábamos generando contenido durante 12, 13 horas (...) y sin el aporte de FOMECA hubiese sido imposible".

Resulta una obviedad decir que en los proyectos FOMECA que explícitamente financian honorarios para la producción de contenidos (programa diario, programa semanal, incluso líneas temáticas donde se producen microprogramas) la asignación de recursos implica la creación de una tarea rentada. La cuestión es su carácter permanente: en algunos casos, al finalizar el proyecto la tarea se cae; en otros, se sostiene con otros recursos; en otros, se sigue realizando de manera voluntaria, aunque sólo por un tiempo acotado. El gran desafío que relatan las radios es diversificar las fuentes de recursos para poder solventar esas tareas en forma extendida en el tiempo. Reiteramos lo dicho sobre la diversidad de experiencias: hay emisoras que pudieron lograrlo -especialmente las de mayor experiencia, aunque no solamente- y hay otras en las cuales, a pesar de los esfuerzos, no fue posible. En el caso de una radio que venía previamente trabajando con recursos propios, obtenidos de otras fuentes, el impacto fue importante cuando se ganó un subsidio FOMECA: "Pasamos de golpe y porrazo a tener el doble o el triple, no me acuerdo cuánto era, pero con estos ingresos ya los pudimos multiplicar. Y encima bancábamos otras cosas, como el manejo de las redes". Otro caso es el de Radio

Curva, ubicada en las sierras chicas de Córdoba, que venía trabajando de forma militante o voluntaria, y vio modificadas notablemente sus prácticas a partir del cobro de su primer subsidio. Así lo cuenta uno de sus miembros[196]:

> "Personalmente yo me sumé como operador en la radio. Y el primer tiempo no teníamos… o sea… no podíamos sostenernos. Y a partir del FOMECA empezamos a cobrar un honorario. Y eso fue un incentivo muy importante. Y en esto de los honorarios para mí fue algo clave, porque tanto yo en mi lugar como operador, como quienes iban a conducir, quienes estaban en la producción, era como un estímulo *muy groso*. Justo también, bueno, coincide con esto que estábamos comentando, que la radio ya tenía su propio estudio, en el 2014 ya tenía su propia sede, entonces, bueno, fue un momento próspero".

El mismo comunicador -cuya radio cuenta con algo más de diez años de experiencia- agrega que los recursos económicos son indispensables para poder sostener un proyecto a largo plazo:

> "En esa primera etapa quizá no estaba pensando tanto en mi trabajo. Pero después me fui dando cuenta junto con otros compañeros que para poder sostener un proyecto, más allá de lo que uno quisiera, era realmente una cuestión de necesidad: para yo llegar a la conclusión con el tiempo que es insostenible".

Encontramos así que en proyectos con una lógica de trabajo más autónoma, en la cual participan personas con origen en el mundo artístico, musical, cultural -no necesariamente del campo de la comunicación- también hay momentos de transición desde una práctica caracterizada por el entusiasmo militante, hacia otra que lo va complementando con un sentido de trabajo remunerado, de práctica laboral. Eso potencia su capacidad comunicativa y enriquece la oferta radiofónica en la comunidad, puede crecer en audiencia y mejorar su posicionamiento local.

[196] Entrevista realizada vía Meet con dos integrantes de la radio.

En el caso de Radio Futura de La Plata[197], con una trayectoria de más de treinta años, se cuenta que también lograron financiar tareas antes no remuneradas: “Antes de FOMECA solamente cobraban los operadores y el resto por publicidades de programas. Luego empiezan a cobrar también los responsables de programas diarios de la emisora. Y luego personas con otras responsabilidades en temas de gestión”. El “círculo virtuoso” -en los términos de Radio Kermés- que impulsó FOMECA generó que muchas personas de emisoras comunitarias comenzaran a ejercer la práctica comunicacional con tiempo rentado para la realización de diferentes tareas. “Trabajar en la comunicación comunitaria” -según lo denominó La Leñera- enriqueció no solamente la producción de contenidos, sino también que hizo de las emisoras lugares de participación activa y numerosa para abordar con mayor capacidad la agenda comunitaria y ciudadana: muchas radios se llenaron de gente. Sin embargo, no todo es “color de rosa”. Remarcamos que no en todos los casos se logró la ansiada sostenibilidad a pesar de los cambios en el enfoque de sus integrantes. Esta última radio mencionada señala:

> “Muchos compañeros laburan ya de otras cosas. Un compañero es ceramista y su laburo fuerte es ése. Otro compañero estudió cine y su laburo fuerte es en el cine. Es decir, cada cual tiene otra profesión. Y en mi caso, ya llevo muchos años dedicándole a la comunicación comunitaria y siempre ha sido gratuito en mi vida. Entonces, como que en un momento dije *bueno, cada vez que no laburo de esto, me tengo que ir a ser moza o a laburar a un restaurante,* o sea, hacer otro tipo de cosas que nada que ver con mi vida, porque en realidad hace mucho que me vine a vivir a la montaña y que dejé otro tipo de laburo. Yo también estudié cine, pero no me fortalecí en ese camino, me fortalecí en el camino de la comunicación comunitaria. Cada vez que hay un monto de plata se le dedica a la persona que en realidad quiere laburar de eso, y lo puede hacer y lo demuestra. Nos sinceremos, y digamos, *che, si quiero vivir de esto, estoy predispuesta a dedicarle, no sé, 8 horas a la radio, semanales, o 12, y a partir de ahí sería como un bolsito, bueno, juntemos todos los montos que hay por todos lados, y los distribuimos en las horas de laburo que cada cual hace en*

[197] Entrevista realizada vía Meet en julio de 2022.

la radio. Pero bueno, no llegamos a eso realmente. A tener un esquema, como una grilla, donde digan, bueno, tal persona trabaja tantas horas y cobra tanto".

Más allá de los matices, podemos decir que el programa FOMECA permitió a muchas emisoras considerar a la comunicación comunitaria como un espacio laboral.

c) Gestión

Como surgió en el relevamiento inicial, las mejoras en los procesos de gestión y administración de los proyectos radiofónicos han sido otro elemento clave en términos de resultados del Programa y su incidencia en las radios. Creció el número de emisoras a medida que el Programa avanzaba, creció la cantidad de personas dedicadas a tareas vinculadas al financiamiento, como así también sus capacidades de trabajo. Se avanzó en aspectos legales de muchas emisoras, y se consolidaron procesos que facilitaron mayores condiciones de sostenibilidad. Como afirma Kermés, con metáforas sugerentes: FOMECA "sirvió para generar músculo, para mostrar que se pueden generar recursos desde la radio", y a adquirir "una gimnasia" vinculada a la presentación de proyectos para obtener financiamiento. En términos similares lo ejemplifica otra emisora, Aire Libre: "como hay que hacer deporte, si no te vas a algún club o a algún lado y decís el martes a las ocho de la tarde tengo que estar en el gimnasio (...) nunca haces gimnasia en tu casa". Fortalecer *lo administrativo* -que implica desarrollar tareas que en los proyectos de comunicación pocas personas quieren hacer- se convirtió en una tarea central para los equipos que buscaron consolidar su crecimiento en esta etapa. Podríamos decir

que muchas radios lograron construir un “círculo virtuoso”, a partir de la obtención de recursos genuinos provenientes de una política pública, para alcanzar sus objetivos comunicacionales. Este circuito podría describirse de la siguiente manera: partimos de radios que cuentan con un proyecto medianamente claro (misión, objetivos, identidad, valores), que han dado pasos en la obtención de la legalidad -presentación a concursos para licencias, en algunos casos logrado y en otros en proceso-, que han iniciado su trabajo con fondos propios, u obtenidos de la propia comunidad, o fuentes cercanas- que al participar en FOMECA ven potenciadas sus capacidades de producción de contenidos; que logran administrarlos de modo ordenado, “eficiente”, que amplían de este modo sus equipos de trabajo en las distintas áreas, y aprenden a gestionar procesos comunicacionales; que a partir de este crecimiento logran mejorar la calidad de sus producciones, ampliar la grilla de programación, dar sentido a la información local y ser referencia en sus comunidades y territorios, lo que genera un posicionamiento más claro en sus audiencias, que se consolidan, crecen, y a partir de este crecimiento global se encuentran en mejores condiciones para dar continuidad al circuito, es decir, continuar obteniendo recursos para sostener lo ya logrado. Este proceso, palabras más palabras menos, es el que narran algunas de las emisoras cuando son consultadas por la incidencia del Programa FOMECA en sus proyectos. Pero hay una infinidad de matices en estos resultados: organizaciones que lo logran, otras a medias, otras no llegan. Las razones de cada una, los motivos por los cuales pudieron dar vida a este proceso, cada cual con sus propias singularidades y características, son datos que fuimos a buscar y hemos tratado de reconstruir en este trabajo.

Recordemos que desde el año 2014 se implementó una Línea exclusiva de Gestión, a partir de la demanda de las propias organizaciones y de la mirada de los referentes de la política pública sobre las falencias que encontraban en muchas emisoras para presentarse al Programa. Dentro de esta Línea se estableció una herramienta de autodiagnóstico que sirvió como base para la definición de objetivos según diversas áreas del proyecto. Señala la referente de FM La Lechuza de San Juan:

> "El FOMECA Gestión nos ayuda mucho a mantener todo lo que es la cuestión de lo administrativo al día, que abre a su vez puertas para seguir presentándonos a otros proyectos. Así es que, si bien ahora estamos desde hace un tiempito intentando diversificar las fuentes de financiamiento, el FOMECA ha sido clave para nosotros".

Y lo resalta otra emisora de la ciudad de La Plata, Radio Estación Sur[198]: "Sobre todo cuando apareció la línea de Gestión… yo creo que es un aporte fundamental FOMECA en la sostenibilidad". Aire Libre, en tanto, señala: "Tener dos personas dedicadas exclusivamente a la parte administrativa burocrática, de papelería y todo eso de la radio era impensable". Recordemos que, a partir de la Línea FOMECA Gestión, fue posible financiar directamente honorarios por estas tareas, durante un período de tiempo determinado. Pero a la vez, ese proceso no se redujo a la ejecución de tareas, sino a la formación del personal para dar continuidad a los procesos.

Hay una serie de casos de emisoras -las surgidas luego de 2009, ubicadas fuera de los grandes centros urbanos- que desde el principio contaron con la

[198] Entrevista realizada con su referente vía google Meet en julio de 2022.

posibilidad de obtener su licencia casi de inmediato[199], y debieron formalizar desde sus inicios distintos aspectos legales. En esto FOMECA fue clave, ya que aportó recursos para poder hacerlo más holgadamente. En varias radios que hoy tienen diez años de historia promedio -surgidas entre 2013 y 2015- confluyeron estos dos aspectos: licencia y FOMECA. Entonces su crecimiento y posicionamiento local fue mucho más rápido que aquellas con más años de historia, que habían tenido que hacer en otras épocas -entre fines de los años ochenta y los noventa- un esfuerzo militante o recurrir a otro tipo de financiamiento, como la cooperación internacional. FM Punta Indio es uno de estos casos: "se hicieron todos esos papeles, se pusieron los balances en día, eso se trabajó en FOMECA Gestión". El otorgamiento de una licencia implica una serie de responsabilidades y trámites administrativos a realizarse ante el ENACOM: pago de gravamen (impuesto a los servicios de comunicación audiovisual), realización de carpeta técnica con un ingeniero matriculado para lograr la habilitación definitiva de la emisora, impuestos de entidades gestoras de derechos como SADAIC[200], AADI-CAPIF,[201]implican obligaciones que, de no contar con un equipo responsable, serían imposibles de realizar. La Línea de Gestión facilitó la realización de esos trámites, e incorporó en la agenda interna de las radios la prioridad en su cumplimiento. Como veremos luego, no se puede tomar a FOMECA como un programa aislado sino integrado a la política pública de comunicación audiovisual de la etapa, en la cual participaron distintos organismos vinculados a la comunicación -como la Defensoría del Público- y otros con incumbencias más específicas pero que tomaron a la comunicación entre sus

[199] Ya sea a través del Art. 49 de la LSCA, que permite un trámite directo en zonas de escasa densidad poblacional y vulnerabilidad social, como a través de concursos abiertos, implementados especialmente a partir de 2018.
[200] Sociedad Argentina de Autores y Compositores.
[201] Asociación Argentina de Intérpretes, Cámara Argentina de Productores de Fonogramas.

estrategias prioritarias -INTA, áreas de Desarrollo Social, de Cultura, de Educación, de desarrollo cooperativo como el INAES- con distintos formatos de intervención, y que articularon con las organizaciones para fortalecer al sector. Señalamos esto aquí porque la dupla Licencia/FOMECA se dio en un escenario de confluencia entre estos distintos actores sociales. Especialmente en dos etapas: 2013-2015, y 2019-2023. Así lo testimonia la radio de Punta Indio:

> "El trámite de licencia, el acompañamiento que tuvimos entre las compañeras de FOMECA para esa cuestión específica (que no es un FOMECA, pero es ENACOM). Ese concurso para la licencia también fue acompañado por la técnica de FOMECA. Si no hubiese sido por ese acompañamiento, porque siempre hay una cosita donde uno termina trabado o trabada y tenés que preguntar a alguien. Las reuniones, los encuentros, la verdad que fueron claves para nosotros".

Licencia y FOMECA van de la mano también en el caso de FM Otros Nosotros, ya que a poco de iniciar sus transmisiones les otorgaron el permiso legal, con lo cual ingresaron plenamente a los concursos de fomento. Entonces: "La posibilidad de *tener una moneda* entusiasma a los compañeros para hacer programas propios y mejorar el aire". Y agrega: "poder lograr que mis compañeros no tengan que salir a vender excursiones, o levantar una pared como albañil, tener el tiempo que queremos, sentados organizando, o saliendo al aire". En la entrerriana Sapukay -también bastante nueva- el otorgamiento de la licencia les permitió presentarse con la categoría de Emisora, con todos los beneficios que eso conlleva: "eso es lo que hace a que nosotros podamos empezar a pedir los FOMECAs (...) en la primera etapa no podíamos presentarnos (...) porque no teníamos la parte legal de la asociación civil sin fines de lucro". Ese salto, entonces, se vuelve importante. Y en la bonaerense Oré Tapé: "una de las cosas que nos dijeron cuando nos dieron la

licencia es que había que cambiar el objeto de la asociación civil, había que agregar un objeto de comunicación. Entonces bueno, sí, se hicieron todos esos papeles"[202]. Entonces la autorización legal se convierte en una llave para abrir puertas a proyectos que potencien su sostenibilidad: "Y al tramitar la licencia, también estaba, bueno, che, háganse cargo de que los Fomeca son un fondo que nosotros tenemos que ir y apropiarnos, es nuestro, no podemos dejarlo pasar", completa. Se resalta aquí también el acompañamiento de parte del equipo de trabajo del programa FOMECA. Agrega La Leñera en el mismo sentido: "Todas estas explicaciones nos las iba dando Brenda[203]: *Ya tienen la licencia, a ustedes les conviene presentarse como emisora porque es mucho más monto y ya es de otra manera.* Digo, ese laburo desde el Estado con las personas que estamos en este caso haciendo radio comunitaria era fundamental". Un factor clave en la política pública, que abordaremos especialmente con testimonios diversos.

Algunas personas entrevistadas valoran también su rol como gestores de información sobre proyectos, no solamente de FOMECA sino de distintas áreas del Estado: "Se gestiona lo que se *manotea*, lo que se consigue. Si hay FOMECAs, FOMECAs. Lo que haya dando vuelta. Somos los pasadores y los conectores. Donde hay una posibilidad de presentar, se presenta. A veces no se gana, a veces sí", agrega. Y suma en este sentido otra emisora: "Es un radar que hay que tener abierto siempre".

En la circulación de información sobre posibilidades de financiamiento hay un

[202] El cambio de objeto se produce en las organizaciones que, al momento de su constitución, no tenían entre sus objetivos la explotación de servicios de comunicación audiovisual. Entonces el ENACOM les otorgaba la licencia, pero les daba un plazo de seis meses para modificar el estatuto. De esta manera, contaban con plena legalidad para transmitir en FM y para presentarse a las líneas de FOMECA de mayor volumen económico.

[203] Se refiere a Brenda Daney, trabajadora del programa y reconocida como una persona de vital importancia en la interlocución con las organizaciones.

lugar asignado a FARCO que es clave también: “El aporte de FARCO en temas de sostenibilidad es clave”: se habla de la información que circula en asambleas, el asesoramiento en reuniones regionales, grupos de whatsapp, e incluso en materiales de capacitación. Se sostiene que “fue una herramienta concreta, una herramienta real y verdadera para solucionar temas”; o “eso se empezó como también a repensar más, también, mucho de la mano de FARCO, de otras radios que nos dan una mano (...) existen pautas publicitarias, existen estas posibilidades”. Más adelante nos enfocaremos en este rol de la red como impulsora del fortalecimiento y sostenibilidad de las asociadas, que entendemos fue clave.

Algo importante para pensar en la idea de “círculo virtuoso” es que los recursos que se vuelcan a la producción de contenidos, cuando logran ser de calidad, posicionan de otra manera a los medios en sus localidades, y esto genera que haya anunciantes que vean con interés aportar recursos publicitarios. Pero sin ese impulso inicial, de mejora en la oferta radiofónica, probablemente sería difícil lograrlo. Lo cuenta Oré Tapé: “Para el tema de las publicidades, después de mucho *chapotear* conseguimos que haya una persona vendiendo (...) Eso sirvió un montón porque creció la cantidad de publicidades: vendiendo, haciendo todo el tema de RRPP, armando el speech y después otra compañera que arma la publicidad”. Como también La Leñera: “se ha logrado el entendimiento de la utilidad de un medio de comunicación comunitario en un pueblo (...) por ser los únicos, por ser un lugar turístico también (...) hay gente con mucha plata que colabora, que puede bancar y lo hace entendiendo la importancia de ese medio”. En el caso de Kermés, posicionarse con contenidos de calidad los impulsó a ofrecer publicidad con más empuje desde la radio, y también en sus redes sociales, invirtiendo en Facebook, por

ejemplo, para lograr más seguidores y así crecer en audiencia.

Y no siempre se da esta posibilidad de transmisión interna de saberes, y tampoco en todos los casos relevados se dieron procesos de avance significativo. O, como el caso de una radio platense, no siempre el trabajo grupal implica mejor organización: “Hay un grupo de gestión y tiene esa tarea como otras, que somos cinco personas. Nos ponemos a ver, cómo va este, como va el otro. No hemos podido regularizar las tareas administrativas cotidianas”. Entonces, una de las dificultades que surgen en el desarrollo de la gestión y la administración de proyectos es la recarga de funciones en una sola persona. Si bien hay, como se señaló en la etapa exploratoria, grupos de personas que se dedican a presentar y rendir proyectos, la existencia de una figura central a la que otras personas acompañan eventualmente suele ser un patrón común. Y esto suele generar desgaste en los equipos de trabajo: “Hay una compañera, yo me siento al lado, que es la que ha sacado siempre los FOMECA” señalan desde Córdoba: “Es como que ella intenta que los compañeros se involucren, o que sepan, al menos, que se está gestionando o que salió, o que hay que rendir”. Cuando se da esta figura -que en muchos casos trae experiencia de otros ámbitos, como el privado, el estatal, u otra institución no gubernamental-, generalmente el resto del equipo “se relaja”, ya que prefiere desarrollar tareas periodísticas o comunicacionales. Es por esto que suele reconocerse como una tarea “pesada”, algo ingrata y también en alguna medida invisible. De hecho, muchas veces no existe en el espacio físico original de la emisora una “oficina” dedicada a las tareas administrativas, y se hacen esas tareas en las casas de los responsables. Sapukay da cuenta de esto: “Son un montón de cosas que hacen dos personas (...) Así que es un montón de laburo, casi que diario.

Ahora tenemos que buscar tal boleta (...) es un trabajo como de todo el tiempo" y agrega: "Es una de las áreas que hace que se mantengan, por ejemplo, las cuestiones en relación al sostenimiento económico y de material para la radio". Desde Estación Sur, con casi veinte años de experiencia, señalan la importancia de haber tenido desde sus inicios personas dedicadas a la gestión:

> "Rápidamente desarrollamos una capacidad para hacer los proyectos con un equipo de gestión de la radio que siempre fue muy bueno, aunque muy complejo porque lo encaramos gente que siempre estuvimos un montón de cosas más además de la radio. Y sí, por supuesto, nos fue transformando, mejorando, sobre todo en contraposición a esa primera etapa tan sacrificada".

En la gestión de proyectos en relación con el Estado también se produce el desgaste de roles. El efecto virtuoso se da cuando se logran delegar y descentralizar tareas. Cuenta una de las emisoras, que tiene entre sus fundadoras a una persona con formación académica y además es experimentada en la gestión de políticas públicas estatales:

> "A nivel de armado de proyectos, muchos los armo yo. Con algunos compañeros ya también empecé a delegar y a que se formen acompañando en algunos FOMECAs, y los últimos los armaron ellos directamente (...) Son dos compañeros más cancheros en el armado de proyectos para conseguir financiamiento en diferentes rubros."

Encontramos en las prácticas relevadas que convive la lógica autogestiva y de autofinanciamiento con los avances en materia de gestión:

> "Para nosotros es fundamental ser sustentables en nuestros gastos. Es decir, la radio tiene que bancarse sola los gastos cotidianos. Y eso lo hacemos. Pero lo cotidiano, lo de todos los días, la luz, Internet, los impuestos, todo eso sale de la construcción colectiva entre las finanzas, el pago de los socios, la recaudación de las publicidades, el pago de los programas. Todo eso, las busecas que hacemos para juntar unos mangos, antes hacíamos pollos asados. Eso nos

> permite ser sustentables. Y eso nos enorgullece, porque nos da vida. Después, cómo seguimos con el voluntariado y los programas, es otro cantar. Pero bueno, hemos nacido con el macrismo. Pensá que nacimos en el 2015. No nacimos con la fácil, nacimos ya con la difícil".

La organización dentro de la organización, por así decirlo, es un criterio que las radios van asumiendo cuando el financiamiento va dando sus frutos en el transcurso de la práctica comunicacional y se convierte en una dimensión estratégica. Lo dice La Lechuza: "Se hace como más patente una discusión que es anterior, que es la de *ponerle fichas* dentro de las organizaciones a la cuestión de la gestión y de estar al día en todo lo administrativo para poder presentarlo". Y agrega el anclaje local como indispensable en este camino: "Si un medio de comunicación está intentando hacer una construcción comunitaria y territorial, bueno, la idea es que sean las personas del lugar las que se vayan formando en eso. Eso implica más tiempo, por lo tanto más recursos y creo que el FOMECA ha servido para eso". En el caso de la serrana Curva, "El Fomeca de gestión nos permitió consolidar un grupo, que éramos aproximadamente ocho personas, donde nos juntábamos semanalmente para pensar proyectos de la radio". Mientras que desde Punta Indio señalan que "el de gestión estuvo muy bueno porque nos permitió trabajar un poco del proyecto político comunicacional, un poco de la asesoría legal, contable (...) todos estos compromisos que uno toma lo mismo que la licencia y demás de la radio, hacen que salgan otros disparadores de los grupos: los compromisos, cómo los asumimos". Y agrega que "no solamente es recibir el dinero para comprar el equipamiento o el dinero para las gestiones sino (...) el tema de la política comunicacional".

Lo que puede interpretarse, a modo de síntesis, es que la participación en los

concursos FOMECA dinamizó la gestión de las emisoras: se crearon o fortalecieron equipos, se obtuvieron recursos y se dedicó mucho tiempo a “la gestión”. Se incluyó esta dimensión de los proyectos comunicacionales como necesaria para sostenerlos en el tiempo, y se priorizó contar con personas, espacios y recursos para las distintas tareas que eso implica. Una de ellas, la de rendiciones, señalada como una de las más complejas.

d) Profesionalización

¿Qué implica realizar una tarea de modo profesional en el campo de la comunicación? Hablamos de una práctica que se desarrolla a partir de un conjunto de saberes y competencias básicas, ajustadas a los objetivos esperados por el medio, es realizada de forma más o menos regular, y se ejerce a cambio de una remuneración. El profesionalismo se vincula con la capacitación -lograda a partir de la formación en instituciones reconocidas socialmente para tal fin- pero sobre todo con la experiencia: se aprende a trabajar en una radio a través de la práctica, junto con personas de mayor trayectoria, en un proceso cotidiano y permanente. Podemos notar que, en una cantidad considerable de casos relevados, el programa FOMECA colaboró en la profesionalización de muchas personas dedicadas a la comunicación radiofónica comunitaria. Encontramos en nuestro relevamiento emisoras que consideran mayoritariamente que la idea de profesionalismo se relaciona con la posibilidad de dedicar un tiempo considerable al trabajo en la radio**,** y que esta política pública lo ha posibilitado durante un período de tiempo determinado -variable según el caso-. En FM La Lechuza, por ejemplo, la relación entre el aumento

de la dedicación horaria implica no tener que depender de otras fuentes de ingresos para sostenerse, y de ese modo “ir profesionalizándose cada vez más”, acompañando este camino con estrategias de capacitación. En similar sentido opinan desde FM Raco: "El FOMECA es la posibilidad que te da el tener cierto acceso, digamos, a soluciones económicas, que en realidad mucho más que soluciones económicas terminan transformándose en facilidades políticas”. Esto, según su referente, significa la posibilidad de “organizarte, de poder gestionar mejor, también de ponerte en nuevos desafíos y nuevas responsabilidades a la hora de gestionar con mejor calidad, de poder empezar a hacerte la pregunta por la calidad de lo que hacés” y “de qué manera vamos dando camino o llevando adelante un camino hacia la profesionalización”. Es decir que profesionalismo implica hacer mejor lo que ya se hace, y es un camino que se transita, no un punto de llegada. Un proceso. Y ese trayecto hacia la calidad profesional no se reduce al contexto interno de la radio, sino que se extiende hacia el territorio donde se despliegan sus acciones comunicacionales: “transformándonos más que en un medio que reivindica su derecho a la palabra, en un medio que va encontrando una legitimidad en la comunidad en cuanto al trabajo que hace todos los días y un reconocimiento de esa comunidad al trabajo que hace”. Mientras más la comunidad reconozca, más base de apoyo tendrá la propuesta para sostenerse en el tiempo. Es lo que denominábamos en el marco teórico “coherencia y correspondencia”, según el enfoque de la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER). Coherencia con los propios objetivos, con la propia identidad de la organización y la radio, y relación correspondiente con el entorno social y comunitario: sintonía. Reforzando estos sentidos, en la experiencia de Radio

Barriletes, de Paraná, existe una relación directa entre el financiamiento de FOMECA y la posibilidad de construir un equipo tal como la radio requiere, con personas trabajando en forma cotidiana y con recursos económicos que lo sustenten. “La radio es una opción dentro de otras en la ciudad de Paraná; se valora que el trabajo es más profesional”, señala su referente. Y acota que FOMECA “A nosotros nos habilita la posibilidad de crecimiento y de trabajo, como dejar de ser marginales o amateur en la comunicación (...) Nos permite sostener un equipo de trabajo”. Y agrega:

> “Cuando me convocaron a mí eran tres personas (...) con pocas horas asignadas por la organización (...) Y hoy en día tenemos dos turnos de operación de cuatro horas de lunes a viernes, tenemos un conductor, una productora, una asistente de producción destinada a redes, una movilera. Y bueno, eso es importante”.

Consultados respecto de qué pasaría si el financiamiento se recortara, señala:

> “Gran parte de ese equipo hoy ya es como un terreno ganado para la radio. Si no hay más FOMECA, hay parte de eso que sigue. Si bien no podemos sostener económicamente ese equipo amplio y esos días de emisión sin FOMECAS, hemos avanzado (...) el informativo en vez de cinco días tendría tres y no tendría movilera, tal vez. Pero hay algo ahí ganado”.

Para la radio Ore Tapé, de Benito Juárez, “la formación también es fundamental para darle profesionalismo, calidad a lo que estás haciendo en la radio (...) que no sea una radio poco profesional… que sea comunitaria no quiere decir que tiene que ser no profesional”. Y esto se vincula con la formación desarrollada conjuntamente con organismos nacionales de referencia en el tema como el Ministerio de Trabajo, que durante varios años financió cursos de formación

profesional que fueron gestionados por radios comunitarias, entre ellas la aquí mencionada, a partir de un convenio con el INTA[204]. En otras emisoras -como mencionamos en varios momentos de esta tesis- estos cursos se dieron a partir de un convenio con la propia red FARCO, firmado en el año 2010 y vigente hasta 2015, lo que permitió avanzar en un conjunto de socias en el camino de la formación laboral y la profesionalización. En el caso de FOMECA, vale recordar que en su tercera etapa de gestión (2019 a 2023) se implementó la línea sobre Formación que, como señalamos, tuvo excelente recepción entre las emisoras y permitió generar nuevas capacidades en los colectivos de trabajo y también en la comunidad. Según hemos relevado en profundidad en una investigación anterior, la formación profesional en materia de comunicación radiofónica tuvo un fuerte impulso en esta etapa (2010-2015), ubicando al sector sin fines de lucro de la comunicación -junto con entidades gremiales y otros actores de las denominadas "industrias culturales"- como un sujeto no solamente a capacitar, sino también generador de estrategias formativas. En ese contexto, se concebía a la formación profesional como aquella "que tiene por finalidad principal el preparar a las personas para el trabajo" (Jaimes, 2016, p.189). Allí "el objetivo clave de la *formación profesional* será el desarrollo de *capacidades* que permitan cubrir distintos roles dentro de un área laboral". Según el propio Ministerio (MTESS, s/f, p.8), el énfasis "no está dado en la adquisición de destrezas que hagan posible la ejecución de una tarea típica, sino en la preparación que debe tener el trabajador para desempeñarse en un sistema productivo cambiante" (ibid.). Si bien retomamos este aspecto en el apartado de Conclusiones, podemos decir que la confluencia de políticas públicas generó un desarrollo

[204] Cabe recordar que esta emisora compró su primer equipamiento con un Proyecto Especial de dicho organismo, dedicado a la promoción rural.

conceptual en este sentido, en el cual las organizaciones comunitarias de la comunicación hicieron un aporte específico: la combinación de la formación profesional con el perfil autogestivo de las emisoras. El ámbito laboral no se ordena como una empresa privada donde predomina el vínculo patrón-empleado, sino desde una perspectiva de horizontalidad y construcción colectiva, donde toda decisión respecto de la distribución de recursos, asignación de tareas y evaluación del desempeño de las mismas, se materializa en ámbitos legítimos de participación interna.

En otras dos experiencias encontramos reflexiones en el camino hacia la profesionalización. En Radio Futura, por ejemplo, consideran que la posibilidad de capacitación de su equipo a través de la Línea específica de FOMECA les posibilitó:

> "Una suerte de de mayor tranquilidad para pensar el ordenamiento general de cómo hacemos aire y las cosas que cada cual necesitaba, o sea, nos dimos el lujo de hacer una capacitación, de pagarle a gente para que pueda ir a aprender alguna cosa puntual, que era importante que lo haga."

En La Leñera acuerdan en que "el servicio tiene que ser más profesional", aunque en su caso los resultados respecto de armar un equipo de trabajo permanente fueron dispares. Avanzaron en definiciones colectivas para profesionalizar su práctica comunitaria, pero señalan que aún les queda un camino por recorrer en ese sentido.

e) Proyección

Uno de los valores que las radios reconocen del Programa FOMECA es la posibilidad de haber permitido pensar los proyectos de comunicación comunitaria a

largo plazo. Hablamos de superar una lógica de supervivencia y poder ir más allá del día a día: construir sostenibilidad. En el caso de Radio Kermés, “tener un recurso asegurado” -por la continuidad de la convocatoria a líneas de financiamiento- facilitó una planificación de gastos a realizar en el proyecto con una perspectiva mensual y anualizada. “Tener una mirada de planificación”, según comenta, les permitió, entre otros documentos institucionales, construir su propio Proyecto Político Comunicacional, en el cual plasmaron colectivamente sus principales valores, elementos constitutivos de identidad y objetivos a corto, mediano y largo plazo[205]. “Contar con recursos te permite proyectar” señalan, y la posibilidad de ampliar el horizonte de acciones sin dudas es un valor que se plasma en el tipo de práctica que se realiza cotidianamente. De hecho, en ese transcurso la organización creó su propia cooperativa de trabajo, en paralelo a la asociación civil original. Así, se ampliaron a otros rubros creando, según su relato, “fuentes de trabajo permanentes: producción, operación técnica y musicalización, streaming, cobertura fotográfica y audiovisual, cronistas de exteriores, redacción web”. Como ya dijimos, esta organización es una de las que más avanzó en el período estudiado, logrando producción periodística propia a través de la radio, la realización de diversas producciones audiovisuales -algunas de las cuales se financiaron a través de FOMECA y otras a partir de fondos del gobierno de su provincia, La Pampa-. En Futura también se dio una “anualización de gastos”, posibilitando la proyección de acciones de mejora edilicia que fueron muy relevantes: “Desde mediados de 2014 al verano del 2020, o del 2021, nunca frenamos de estar en obra” comentan, y agregan que “Eso fue por planificación nuestra, pero porque pudimos ir manteniendo la

[205] La producción del PPC se realizó en el marco de un Proyecto de fortalecimiento cooperativo financiado por INAES, durante 2022 y 2023, a partir de talleres de capacitación y asesoramiento coordinados con FARCO.

entrada de dinero vía FOMECA (...) El edificio básicamente lo hicimos todo". Refuerza así nuestra afirmación de que el Programa cambió significativamente un aspecto central de las instituciones de comunicación comunitaria, como es el equipamiento, cuya línea de financiamiento fue la más convocada y siempre se complementó con la posibilidad de mejoras edilicias. "Lo que sucede en términos de anécdota, es que la gente que viene a la radio y que no viene hace diez años no entiende todavía por dónde hay que entrar (...) el gran cambio que hizo FOMECA fue colaborar con la modificación estructural y tecnológica de la radio". Y esto se produjo a partir de la posibilidad de proyectar: "desde 2013, 2014 siempre planificamos todo, lo escribimos".

En otros casos, como el de Punta Indio, la organización comprendió la necesidad y asumió la posibilidad de proyectar con un horizonte más amplio a medida que el proyecto fue creciendo:

> "Los FOMECA fueron una especie de aprendizaje con relación a la propia organización porque del 2011 al 2014 lo nuestro fue un intento muy romántico, si se quiere, como habrá pasado casi en todos lados, de la radio hecha a pura militancia, pura voluntad, y hasta el momento en el que vimos que compañeros y compañeras tenían un desgaste y una relación compleja con quienes nos queríamos tanto y teníamos ideas tan en común y que producía un desgaste muchas veces muy doloroso (...) nos permitió ese aprendizaje, no sólo crecer colectivamente, sino aprender a planificar".

La complementariedad entre espíritu militante y práctica laboral, o entre el voluntariado y las tareas rentadas, generó en varias emisoras la necesidad de construir estrategias más sólidas, que superaran el día a día, y, como señaló otra emisora de Córdoba, para que "no *nos lleve puesto* la cotidianidad". Porque en definitiva, se trata de personas que dedican mucho tiempo y energía a proyectos que

retribuyen más satisfacciones políticas que económicas: “elegimos estar acá porque realmente es un buen lugar para estar, donde uno puede, no sé, proyectar mínimamente su vida”, como señaló una integrante de La Lechuza. Y en esa proyección personal, se fundamenta la posibilidad de la ampliación de los horizontes colectivos.

f) Relación con la organización madre

Las radios comunitarias, como ya hemos señalado, son gestionadas por entidades sin fines de lucro. En algunos casos, la actividad principal de esa organización es la radio. En otros, la radio es una actividad más, y el vínculo entre ambas instancias puede generar algún nivel de tensión o conflictividad. Lo que hemos encontrado escuchando a sus integrantes es que, en al menos dos casos, la participación en FOMECA aportó recursos significativos no sólo para la radio sino para diversas áreas de la organización, generando mayor reconocimiento y legitimidad a sus prácticas. Es el caso de Villanos Radio, que es parte de la COOPI, una cooperativa de servicios públicos de considerable escala y trayectoria social en Villa Carlos Paz, Córdoba[206]. Cuentan sus integrantes que, a partir de contar con recursos del FOMECA, fueron logrando hacerse más visibles y posicionarse mejor internamente. Generaron lo que ellos denominan “músculo” en la generación de proyectos, lo que redundó en mejoras económicas. Se fortalecieron administrativamente, construyendo nuevas capacidades que sumaron al proyecto en

[206] Cabe señalar que la cooperativa atravesó recientemente momentos muy complejos al retirar el municipio la concesión del servicio de agua. Esto también generó, como es lógico, dificultades para la gestión de la emisora.

general, que atravesaba una crisis importante. Así, la participación en FOMECA les dio “chapa hacia adentro”, logrando influenciar a otras áreas. Otro caso relevante es el de la radio Oré Tapé, vinculada al desarrollo rural y a la economía popular, que es caracterizada como una unidad productiva más dentro de un esquema organizativo más amplio:

> “En la organización funcionan otras unidades productivas, entonces se complementan bastante: hay un comercio de economía popular, hay una huerta comunitaria, el centro de formación (...) hay una deshidratadora, se está haciendo una panadería, como que hay varias unidades productivas y bueno, el corazón de todo eso es la radio”.

Cuenta su referente que “En su momento, cuando se empezó a organizar, la radio mantenía a toda la organización. Cuando empezaron con un equipo más fijo, cuando se empezaron a poner las publicidades, la radio mantenía todo: gastos de luz de toda la organización, seguros, todo”. Señala que en la actualidad se comparten: “los gastos generales, de mantenimiento del edificio (...) dos vehículos, camionetas, y a la radio le queda un resto para pago de honorarios, arreglo de equipos y demás”. Por otro lado, cuando una línea como Gestión permite solventar económicamente balances a cargo de un profesional contable, poner al día trámites y aspectos administrativos varios, los recursos que genera la radio redundan en beneficios para toda la organización.

Si bien en muchos casos la relación entre la emisora y su organización madre no presenta mayores dificultades -ya que se crean al mismo tiempo y con objetivos netamente comunicacionales/radiofónicos- creemos importante marcar este punto como eje de indagación, ya que está presente en las radios entrevistadas y en el sector en general.

g) Vinculación con otras políticas públicas

Como hemos sostenido en distintos momentos de este trabajo, el Programa FOMECA no fue una política aislada de otras que, desde distintos dispositivos del Estado nacional -preponderantemente, aunque también de parte de algunos gobiernos provinciales y municipales- se diseñaron para fomentar el desarrollo del sector de medios sin fines de lucro. Por lo tanto, decimos que un factor clave para el desarrollo y fortalecimiento de los medios comunitarios entre 2013 y 2023 fue la confluencia de políticas públicas destinadas al sector. En la etapa previa, encontramos antecedentes de financiamiento en otras áreas gubernamentales nacionales:

-Ministerio de Desarrollo Social (Programa Contalo Vos, Programa Manos a la Obra, Programa Familias, Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad, Comisión Nacional de Microcrédito, Potenciar Trabajo);

-Ministerio de Educación (además de las emisoras escolares vinculadas al sector, particularmente el Proyecto Todas las Voces Todos que hemos mencionado anteriormente);

-Ministerio de Agricultura e INTA (para el desarrollo de acciones de capacitación a organizaciones, sumadas a la creación, instalación y puesta en funcionamiento de emisoras rurales, cuyo surgimiento fue casi simultáneo con FOMECA),

-Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (que -como hemos dicho- financió la creación de Centros de Formación Profesional, el dictado

de cursos, programas de entrenamiento laboral con jóvenes y personas desocupadas, acciones de fortalecimiento de la calidad de la gestión de instituciones de capacitación, y sentó a la mesa al sector de la comunicación comunitaria junto con otros relevantes del sector de las industrias culturales);

-Cultura -a través de programas como Puntos de Cultura, Territorio de Saberes-; la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (sosteniendo estos espacios en muchos de los cuales se instalaron radios comunitarias, y se facilitaron acciones de fomento);

-Secretaría de Medios y Agencia Télam (a partir de la distribución de recursos a través de la publicidad oficial)[207].

Nombrarlos a todos -y aún a riesgo de omitir alguno- implica reconocer la gran cantidad de ámbitos públicos que, durante un período de tiempo, abrieron sus puertas a los medios comunitarios, especialmente luego de la sanción de la LSCA. Espacios que se habilitaron a partir de la propia lucha del sector, y de la participación de personas que, con origen en éste, abrieron el camino "desde adentro". Lo que interesa aquí es dimensionar qué relevancia le dan los propios medios a esta dinámica en el relevamiento que logramos realizar, en particular a aquellas que se destacaron en el plano de la sostenibilidad económica.

Se destaca aquí -por los comentarios que surgen en el relato de las radios- la relevancia de una política destinada a solventar acciones de trabajadores y trabajadoras de la economía popular, primero denominada *Salario Social*

[207] El tema de "la pauta" -como se denomina habitualmente a la publicidad oficial del Estado- ha sido un tema complejo y que tuvo varias etapas en lo que respecta a la participación de medios comunitarios a lo largo de la historia. Tan compleja -y necesaria- que requeriría estudios profundos y rigurosos al respecto, que exceden a esta investigación.

Complementario, y luego *Potenciar Trabajo*. A partir de 2017, este Programa fue relevante porque permitió garantizar la mitad de un salario mínimo para cada persona inscripta en el mismo. Al ser las emisoras comunitarias consideradas parte de las prácticas de la economía popular, se incorporaron trabajadores y trabajadoras de la comunicación a realizar tareas diarias en las radios, como contraprestación del Programa. La radio de Punta Indio destaca ese aporte: "Se empezó a organizar mejor cuando pudimos conseguir algunos *Potenciar* a la radio, entonces ahí ya teníamos gente fija, que laburaba ahí, y gente que ponía más cabeza", es decir, personas que se fueron sumando al equipo estable del medio. Agrega que "eso fue fundamental para el armado de un equipo estable (...) poniendo cabeza 100% ahí, para que la radio crezca." En el caso de La Leñera, el efecto fue similar:

> "No sé si en el 2019 o en el 2020, se recibió el primer *Potenciar***.** En este caso lo recibo yo, que era la que estaba más firme por años. Y soy la que viene planteando un poco esto de, *che, yo quiero vivir de la radio, no quiero salir a hacer otra cosa*. Entonces, ese mínimo ingreso ya demuestra cómo, al tener esa mínima posibilidad, uno empieza a poderle dedicar un montón de cosas más. (...) voy a tramitar la licencia, voy a tramitar cosas que ni las habíamos pensado nunca. Pero dar ese ingreso y esa posibilidad de tiempo y energía a algo, hacía que las cosas pudieran empezar a generar un eslabón. Una cosita fue llevando a la otra, pudimos lograr obtener, no sé si dos o tres Potenciar más, que también fueron a parar a compañeros, que les pasó lo mismo que a mí, que pudieron ponerle un montón de tiempo más, entonces ya mejoró la grilla de programación, y mejoró (...) las redes sociales, o sea, como que ya empezaban a funcionar bien, y más prolongadas en el tiempo las cosas, que era algo que nunca se podía mantener".

En algunos casos, la participación en el *Potenciar Trabajo* sirvió para tener una referencia para el pago de honorarios. En La Ranchada cuentan que "el salario social complementario era un poco el que definía. A su vez, también el salario social formaba parte del aporte al salario mínimo, entonces era eso lo que se tomaba, se tomaba esa base para luego redistribuir de alguna forma lo que ingresaba". Es decir

que además de un recurso específico, sirvió como referencia para el resto de las acciones. En otra experiencia bonaerense, la experiencia ha sido similar: “Un tema que no tiene tanto que ver con FOMECA, pero sí tiene que ver con el sostenimiento, es la cuestión del *Potenciar Trabajo* (...) que hoy en día sigue siendo efectivo. Permitió tener personas, un horario, una función, y así todo, sabiendo que la radio pudo acercar los dos mangos (...) Fue un alivio, en ese sentido”. Al igual que en otras situaciones, no podemos afirmar que todas las experiencias fueron positivas. Encontramos situaciones muy diversas respecto de la implementación de este Programa, que, más allá de sus luces y sombras, significó un aporte económico muy importante desde el Estado nacional hacia los movimientos sociales, y en particular hacia las radios comunitarias.

Un interrogante que nos planteamos es: ¿cuál es el rol del Estado en el financiamiento de las radios comunitarias y cuál debería ser el alcance de su intervención? Hay quienes piensan que debe ser un aporte similar al de las bibliotecas populares, donde se garantizan sueldos de algunos integrantes del personal en forma mensual. Opina un referente de La Plata:

> “El concepto de fondo es que el Estado tiene una línea para financiar una institución que es relevante para la comunidad. Tal vez una idea de Fomento que financie medios podría implicar que esos medios deban cumplir ciertos requisitos, por ejemplo, no cobrar espacios, por ejemplo, garantizar determinada cantidad de presencia de instituciones en su programación, por ejemplo exigir que se garantice que en la programación se exprese determinado piso de diversidad, podría ser una vuelta para pensar en algún momento.

Desde Villanos Radio opinan en igual sentido:

> “Creo que en algún momento los apoyos estatales como por ejemplo pauta publicitaria y FOMECAs deberían unificarse. Pienso en que no es justo que nos

> den plata y nos obliguen a invertir millones de horas de trabajo en rendiciones mientras a los privados simplemente les dan pauta y listo. En algún momento deberíamos volver a dar un gran debate con el Estado acerca del sostenimiento de los medios de comunicación en general. También obviamente en ese debate deberemos hacernos cargo desde nuestro sector, de asumir la responsabilidad que significa recibir esos fondos y actuar más profesionalmente".

La vinculación con las diversas políticas públicas -locales, provinciales, nacionales- constituye entonces una dimensión central de la sostenibilidad social de las emisoras comunitarias. Los modos de vinculación son diversos: en los proyectos que recién comienzan -tengamos en cuenta que hay emisoras que nacen *a partir de* programas estatales específicos- suele ser mayor la dependencia de los recursos económicos, como así también su necesidad de capacitación y asesoramiento. En aquellos que logran desarrollarse y crecer con mayor autonomía, su vinculación se mantiene pero a partir de definiciones estratégicas en las cuales el Estado es un aliado para alcanzar un horizonte que es diseñado por los propios actores sociales. Incluso -como caso a destacar- son integrantes de estos proyectos quienes asesoran a las políticas públicas, socializan conocimientos construidos en las prácticas, y establecen acuerdos de trabajo conjunto. El Programa que estamos analizando aquí claramente es uno de ellos.

5.3.2 Sostenibilidad organizativa

La pregunta respecto de esta dimensión de los proyectos político comunicativos de las radios comunitarias es en qué medida el FOMECA colaboró en la mejora de sus procesos de trabajo. Además de lo ya dicho en el apartado anterior -sostenibilidad económica- podemos señalar que la existencia del Programa ayudó a

las radios a ordenar los circuitos internos: la gestión de proyectos, el mantenimiento al día de “los papeles” y toda la base burocrática organizacional, junto con con la producción de contenidos realizados con periodicidad. Una percepción compartida por varias emisoras es que a partir de participar en FOMECA los proyectos crecieron a partir de darle mayor prioridad a “la gestión”. En el relato de La Lechuza de San Juan, reconocer esto fue clave para poder organizarse y crecer: “Se hace como más patente una discusión que es anterior, que es la de ponerle ficha dentro de las organizaciones a la cuestión de la gestión y de estar al día en todo lo administrativo para poder presentarlo”. También es así en el caso de Barriletes, de Paraná: “El FOMECA habilitó la posibilidad de pensar en la gestión dentro de una radio comunitaria”. Y en el caso de Radio Kermés, que sostiene que “Tenés un recurso prácticamente asegurado que te obliga a estar ordenado internamente, a ser eficiente y transparente”. Subrayan que “FOMECA te ordena”, ya que para participar con regularidad en las convocatorias es necesario tener la documentación institucional al día -balance contable, actas de la institución en regla, cuenta bancaria activa, registro FOMECA actualizado, licencia de radio y habilitación técnica -ambos trámites dependientes del ENACOM- en orden, como soporte burocrático fundamental. Las emisoras que se plantean crecer saben que ese esfuerzo administrativo genera desgaste, pero redunda en los fondos necesarios para desarrollar y sostener el proyecto. Según la radio pampeana, participar en FOMECA “es una forma organizada de crecimiento” que favorece la profesionalización del trabajo y se complementa con una organización democrática: “Nos sirvió también para apoyar la horizontalidad” -realizan asambleas periódicas abiertas a todas las personas que tienen algún rol en la radio donde “se toma la dimensión de la

importancia del programa"- y sostienen que eso "permitió el crecimiento del proyecto". Lograron así recursos para pagar tareas externas -como la de un profesional contable- y se fortalecieron también internamente "creando lazos más sólidos". Es para resaltar un dato importante: las tareas vinculadas a la gestión de proyectos en Kermés se realizan de modo militante, es decir, no son rentadas, por propia definición. Con lo cual se confirma un dato que hemos ya señalado: que la transformación de las prácticas de las radios comunitarias en proyectos sostenibles económicamente no modifican el espíritu político que les dio origen. Lejos de alterarse su proyecto político a partir del logro de financiamiento, éste se potencia y amplía a dimensiones nuevas.

En otros casos como el de Villanos Radio, contar con recursos les permitió superar la lógica de la supervivencia diaria y ordenarse en función de una gestión más planificada. Sus miembros relatan que "sirvió para fortalecer la gestión en términos de plantearse objetivos" ya que muchas veces "lo cotidiano *nos lleva puestos*". Cuando hablamos del día a día, hay que tener en cuenta que el ritmo periodístico puede ser vertiginoso: dar cobertura a los hechos locales a partir de información de calidad, sostener móviles en vivo, gestionar la participación de columnistas e invitados, requiere de una práctica ajustada a la que en paralelo se desarrolla en términos organizativos y de gestión de los recursos para que el engranaje funcione: "Mucha actividad diaria, que a veces te dificulta mirar un poquito más lejos", sostienen. Y agregan que la dinámica de gestión de proyectos va generando procesos continuos que es necesario seguir de forma ordenada: "Los FOMECA nos ordenan en los objetivos que nos proponemos como radio, el hecho de tener que presentar un proyecto, de tener que desarrollarlo en un determinado plazo,

de tener que rendirlo, te ordena en esos objetivos que nos proponemos, eso sí, y te permite dar pasos". Estos procesos se dan especialmente cuando las convocatorias realizadas por el Programa a sus distintas Líneas lograron un nivel de periodicidad, es decir, que de un año a otro las organizaciones ya preveían que se iba a financiar *Programa Diario*, o *Gestión*, y de alguna manera contaban con esos recursos para imaginar el mediano plazo. Si bien los fondos son concursables, las capacidades construidas en materia de gestión por muchas emisoras fueron otorgando cierta tranquilidad a la hora de presentar proyectos sólidos en su diseño para asegurar su aprobación. En el caso de La Ranchada, destacan la posibilidad de darle fuerza a la estructura organizacional, dedicada a diversos temas: "trabajar en el fortalecimiento administrativo y de la estructura general de la mutual" como prioridad, especialmente en la diversificación de producciones comunicacionales:

> "Había financiamiento para informativos, para programas semanales, para programas diarios, para programas de temáticas específicas, para trabajar en campañas vinculadas con derechos humanos, con pueblos originarios, estaba muy interesante la propuesta porque abordaba un abanico de temáticas, de sectores, de problemáticas muy amplios, que en definitiva eran los que nosotros veníamos trabajando y que de alguna manera sin haber contado con ese financiamiento se nos hubiese hecho mucho más difícil y mucho más puesta arriba sostener la regularidad que pudimos sostener".

Y agregan:

> "Ya a partir de esa experiencia fuimos ganando, digamos, que te digo que no en las últimas, en las últimas las llevábamos de taquito, pero ya teníamos como un bagaje de la experiencia previa y los roles un poco más definidos. El hecho, digamos, de que se haya puesto en juego tanto dinero durante tantos años, digo, porque años anteriores no teníamos acceso a ese tipo de financiamiento como política de Estado, nos permitió a nosotros ganar la cancha suficiente como para poder resolver, por ahí un Fomeca en una semana o en 15 días".

En síntesis, las radios en las que se notó mayor desarrollo organizativo a

partir de FOMECA fue en aquellas que lograron construir equipo -o consolidarlo- y darle continuidad en el tiempo. A su vez, complementar las capacidades comunicacionales con aquellas vinculadas a la gestión y administración. Como comentamos en análisis anteriores, no siempre estos procesos llegaron a buen puerto. Hay radios que, a pesar de lograr avances administrativos, construir equipo, contar con licencia, y ganar concursos FOMECA, no logran desarrollar una propuesta periodística diaria donde se manifieste la línea editorial del medio. Una radio bonaerense relata, con cierto pesar: “Eso aún hasta el día de hoy lo intentamos sostener en ese momento con algunos programas que pudimos hacer (...) pero todavía no pudimos consolidar eso (...) que tenga una mini estructura (...) como para sostenerlo en el tiempo”. En al menos dos casos más se dieron situaciones similares, que se vincularon además con que estas emisoras no lograron obtener financiamiento en la línea de *Programa Diario*. O que pudieron realizar una producción de ese tipo, que *se cayó* cuando el proyecto terminó. Pero lo que sí podemos encontrar es un impulso desde la política pública a dimensionar la gestión y la sostenibilidad como un aspecto estratégico de las organizaciones de la comunicación sin fines de lucro, alentada -como hemos visto- por las propias entidades representativas del sector. Esto pudo materializarse a través de la recuperación de procesos de investigación y construcción de conocimientos -diagnósticos y propuestas estratégicas de escala nacional y latinoamericana- que alimentaron el diseño de la política.

5.3.3 Sostenibilidad social

El interrogante aquí es en qué medida la participación en el Programa FOMECA fortaleció las relaciones de las radios con otros actores sociales, apuntalando así su propio desarrollo comunicacional. Esta dimensión, central y prioritaria en tanto los medios sin fines de lucro se construyen en el seno de las comunidades, aparece con mucha claridad en la gran mayoría de los relatos de las organizaciones que hemos relevado. El diálogo permanente con los actores del territorio, la construcción de espacios políticos conjuntos, el cambio en los vínculos a partir del crecimiento de sus proyectos comunicacionales, los cambios que generan los espacios de formación, el sostén institucional a partir del comodato de espacios, la fluida vinculación con grupos culturales, los trueques de bienes y servicios que fortalecen la dimensión económica, la creación de redes de medios a nivel regional con las cuales incidir políticamente, son los rasgos centrales de esta dimensión de los proyectos políticos comunicativos de las emisoras comunitarias.

En la Lechuza sostienen que FOMECA “aportó en el desarrollo territorial”, ya que se sumaron personas a la radio que no tenían formación previa en comunicación o periodismo. La dimensión comunitaria es importante también en FM Raco: “Una cosa es decir yo tengo derecho a decir mi voz y otra cosa es yo tengo una comunidad que reconoce mi voz y tengo una comunidad que reconoce el trabajo que hacemos para poder desarrollar esa voz y esa palabra”, señalan. Este reconocimiento del entorno es el que hace posible el sostén de los proyectos en el tiempo: cuando hay recursos, genera propuestas que la comunidad aprovecha, y en tiempos de crisis, ésta ayuda a que el proyecto no se caiga. “Favoreció el vínculo con otras organizaciones”, cuentan desde Radio Kermés, y señalan especialmente la articulación con espacios territoriales, con los cuales iniciaron incluso espacios de

formación. En el caso de Punta Indio, encontraron en profesionales de la comunidad la posibilidad de contar con asesoramiento gratuito:

> "La radio siguió dando pasos, de estar en la delegación municipal durante tres años pasamos a un terreno propio y ese terreno necesita regularizar la situación de temas que tienen que ver con la tierra, y bueno en ese sentido encontramos mucha empatía. (...) Por ahí nosotros decimos: *tenemos que contratar a un abogado que nos haga tal trámite*... después el abogado dijo *les voy a cobrar esto, no les voy a cobrar el salario*. Ese tipo de gestos que nos hizo ver un poco que como colectivo y como proyecto la radio en nuestro territorio tenía muchas más raíces, había generado mucha más empatía de lo que uno a veces cree y que piensa".

A nivel organizacional, la misma emisora agrega que cuentan con relaciones con distintas organizaciones, sociales, de derechos humanos, de cuidado ambiental: "hay una vinculación con una variedad colectiva también de experiencias generacionales; la verdad que eso sí le da como una vida social a la radio".

Varias radios señalan buenas relaciones con el mundo cooperativo. En el caso de Kermés, situada en una provincia donde este sector es muy fuerte -a partir de cooperativas de servicios públicos en muchos pueblos y ciudades, que proveen electricidad, internet, entre otros rubros- primero la relación era asimétrica: ellos tenían mucho más para pedir que para ofrecer. A medida que el proyecto creció y se consolidó, la relación pasó a ser más equilibrada: la posibilidad de las cooperativas de ser parte de su programación y su agenda periodística significó poder potenciar y fortalecer al sector: "pasó de casi un favor a una radio precaria a una relación más simétrica", comentan. En otros casos las radios ofrecen la torre de su antena para otras FMs, o para empresas que proveen internet, a cambio del servicio: "Nosotros tenemos un convenio con la cooperativa eléctrica para la retransmisión de internet de nuestra torre, y eso nos generó que dejamos de pagar la luz (...) y la internet.

Estamos bendecidos". A esto apunta la sostenibilidad social: a generar recursos sin que necesariamente medie el dinero, sino el intercambio de bienes y servicios que beneficien a las partes. En otras emisoras se comparte el aula de capacitación o el estudio de radio para el uso de la Universidad de Río Negro -como es el caso de Radio Encuentro, en Viedma- y a partir de ese intercambio las y los estudiantes pueden realizar programas en vivo. Otro caso similar -entre muchos- es el de FM la Hormiga:

> "Trabajamos con el área de Extensión y Territorio de la Universidad Nacional de Rosario y eso nos permitió abrir un abanico así, muy grande. Después construimos una red de organizaciones alrededor de la radio que potencia todo eso, entonces los FOMECAs posteriores (...) también tuvieron en cuenta que todos esos nuevos actores sociales que se involucraron en distintas cuestiones, a través de programas, a través de cuestiones de contenido".

Otro aspecto que genera lazos sociales tiene que ver con el mundo de la cultura. En el caso de Sapukay, participan en el *Movimiento Cultura Viva Comunitaria*, que promueve la articulación de organizaciones culturales a nivel nacional y latinoamericano, y se vincula directamente con los Puntos de Cultura, propuesta que, como ya hemos comentado, atraviesa muchos proyectos de emisoras comunitarias. En el caso de Radio Estación Sur, la articulación con espacios culturales -la organización misma surgió como espacio cultural vinculado con la radio- les permitió asentarse en un espacio -el Centro Cultural Favero- en el cual pudieron desplegar ampliamente su proyecto comunicacional. Desde sus inicios habían participado de la creación de una red de centros culturales en la ciudad de La Plata: "Eso es un ejemplo de cómo la sostenibilidad social termina redundando en la económica. Porque si no hubiéramos generado esa red y construido esa confianza no hubiéramos encontrado obviamente una organización que te albergue en su

sede". Al llegar al Favero consolidaron su propuesta: "Ya había una relación de confianza construida que permitió que incluso hubo que construir un espacio para la radio, dentro de la sede. Lo hicimos y todavía estamos ahí, y eso generó un alivio importante en cuanto al mantenimiento cotidiano del espacio". Son variados los casos donde las radios se asientan en espacios culturales, de organizaciones cooperativas, incluso municipales, en forma de comodato -formalmente conveniado- o a partir de acuerdos políticos en función de relaciones previas. Eso genera no tener que preocuparse por el pago de un alquiler, que en situaciones económicas complejas implica un monto de dinero complejo de reunir.

La pertenencia a movimientos sociales también suele facilitar el sostén económico de los proyectos de comunicación comunitaria, ya que permite acceder a recursos por esa vía. Desde lo comunicacional, genera también una agenda periodística centrada en lo social y territorial. En el caso de La Ranchada, su pertenencia a la Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP) -organización nacional que cobró mucha fuerza en los últimos años- "nos permitió no sólo nutrir vínculos, sino también nos ayudaba mucho en la agenda de cobertura". Su línea editorial vinculada con distintas problemáticas de sectores marginados que habitan en la periferia de Córdoba se enmarca allí:

> "La idea de La Ranchada siempre fue trabajar con organizaciones más que con particulares. Entonces, si teníamos el programa *La vida y la libertad*, trabajamos con organizaciones vinculadas con privados y privadas de la libertad. En el programa de la Comunidad Boliviana trabajamos con el Consulado de Bolivia en Córdoba, trabajamos con organizaciones o comunidades (...) que están asentadas en distintos barrios de Córdoba. Si llevamos adelante el programa de Niñez, (...) con organizaciones que vienen trabajando con ese sector".

Agenda y trama social, entonces, son dos aspectos que se vinculan, y la

posibilidad de generar proyectos para financiarlos permite fortalecer esas alianzas. En el caso de La Ranchada, además, al ser una entidad de Formación Profesional, el vínculo con personas interesadas en capacitarse es permanente, y muchas de ellas provienen de organizaciones sociales. Esto se ha dado con mucha fuerza en distintas emisoras que han desarrollado proyectos de la *Línea Formación*, que les ha permitido iniciar o consolidar vínculos con actores sociales que pasan a considerar a las radios comunitarias organizaciones portadoras de saberes, conocimientos y experiencias que son válidas para el desarrollo de nuevos proyectos: hay muchos casos de nuevas emisoras que se *cocinan* en estos ámbitos. En Oré Tapé, de Benito Juárez -que también cuenta con un CFP- aportan que:

> "Uno de los FOMECA fue el de Formación y ahí se hicieron unos cuantos cursos que mejoraron tanto la locución, estar enfrente de una radio y armar un programa. Y ahí quedaron muchos compañeros haciendo su programa después de ese curso. Otro curso de edición, de contenidos y más lo técnico (...) Y después se hizo operación técnica también de radio. Ahí también ya quedaron varios compañeros formados en la operación".

Otra dimensión importante de la sostenibilidad social es la articulación de radios a nivel regional. Córdoba es una provincia que cuenta con un desarrollo importante en este sentido. La zona de Cuyo también, donde existe el Colectivo de Medios Comunitarios de Cuyo -el COMECUCO, con radios y televisoras de Mendoza y San Juan- y la recientemente creada Red Entrerriana de Radios Comunitarias (RERCO). Varias emisoras señalan estos espacios como potenciadores de sus propios proyectos. En el caso de Entre Ríos, gestionaron pauta en conjunto con el gobierno provincial; y mantienen una fluida relación con la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). En el caso de Cuyo, se vinculan hace tiempo entre sí, han realizado talleres FOMECA en conjunto, y generan producciones periodísticas

regionales. Recientemente crearon su propia web de noticias[208]. El caso de Córdoba es realmente significativo: en 2024 lograron que el gobierno provincial creara un programa similar al FOMECA para medios cooperativos y comunitarios asentados allí.

Otro aspecto importante es el territorial, local, de cercanía. Esta es una práctica habitual en los medios comunitarios, que acompañan procesos barriales, políticos y comunitarios locales con temáticas y problemáticas propias (día de las infancias, festivales culturales y musicales juveniles, reclamos por la tierra y la vivienda, entre otros), como así también cuando se organizan en forma coordinada con campañas regionales (defensa de bienes comunes como el agua, lucha contra la megaminería contaminante) o nacionales (Día de la Memoria, la Verdad y la Justicia, Noche de los Lápices, Ni una Menos, Aborto Legal). El Programa facilitó la compra de equipamiento para la realización de radios abiertas en el espacio público, con lo cual se potenciaron estas iniciativas locales con tecnologías de calidad, dando respuesta a necesidades de visibilización y presencia pública. Así lo cuenta Villanos: "sumarnos a los FOMECA nos permitió desarrollar proyectos que los teníamos ahí como en carpeta, lo de poder facilitar desarrollo de radios abiertas en articulación con otras instituciones, por contar con el equipamiento y simplificar la tarea, es un montón"; de este modo, la organización se constituye como un actor social que además cuenta con recursos valiosos que se ponen a disposición de un entramado mucho mayor:

> "La última gran inversión que hicimos con el último FOMECA Equipamiento fue comprar un enlace que nos permite facilitar muchísimo el desarrollo de radios abiertas, radios abiertas en plazas, radios abiertas en escuelas, que en lugar de

[208] https://comecuco.org/

> tener que estar haciendo la conexión vía teléfono, la hacemos por internet, y eso, si bien es un FOMECA Equipamiento, te sirve para profundizar el trabajo comunitario de radio en el territorio (...) Ahí articulamos con escuelas, con la Feria del libro de Villa Santa Cruz del Lago, con el municipio de San Antonio, pero es sacando la radio a la calle, no solo eso, sino articulando con las organizaciones del territorio (...) creo que eso le ha dado a Villanos un salto cualitativo en términos de producción con otros y con otras. Con otras instituciones, vincularla mucho más, ya no es la gente viniendo al estudio, sino la radio saliendo a cada espacio, a cada comunidad, vinculándonos con instituciones".

¿Podría hacer eso la radio sin FOMECA? Probablemente sí. Pero no con los mismos recursos y calidad de equipamiento que permite el volumen de financiamiento de una política pública.

También fue relevante esta dinámica para Radio Curva:

> "Para mí en cuanto a grupo humano fue muy importante (...) nos dio un poco de capacidad en ese momento de gestionar cosas que eran por fuera de FOMECA, otros proyectos. Lo de las radios abiertas se continuó (...) se compraron unos equipos de radio abierta y también hacíamos eventos, música en vivo, como que también esa línea que a la Radio Curva siempre le ha interesado, que es la parte también cultural y de intercambio con los artistas locales. Es difícil la cuestión de pulmón y la militancia en un espacio que requiere mucho trabajo y son cosas constantes, además de una radio que está 24 horas. Entonces quizás no es como otras militancias que uno no tiene que estar tan ahí en el día a día atento, pero sí pudimos pensar y darnos el momento y poner en práctica ese esquema gracias a ese FOMECA".

En La Leñera también valoran este financiamiento, que les permite cuidar la calidad de lo que se produce: "cuando hacemos transmisiones o radios abiertas, que la calidad sea buena, que la gente no tenga ganas de apagarlo, sino de escucharlo". En muchos casos se dio también que, cuando las radios ya estaban equipadas para su transmisión diaria -recordemos que Equipamiento fue la Línea con mayor continuidad, al abrirse casi año a año- no dejaron de presentarse sino que volcaron estas tecnologías a apuntalar procesos locales en sus comunidades de pertenencia.

Encontramos aquí que la sostenibilidad social no solamente es una dimensión central de las prácticas de las radios comunitarias y populares: es constitutiva de éstas desde su propia definición. En este trabajo podemos reconocer que FOMECA potenció articulaciones sociales y políticas a nivel local y regional, y a la vez permitió fortalecer espacios organizativos de las propias emisoras entre sí y con otros actores sociales[209]. Y esto se vincula con otra dimensión de nuestro análisis, que es la incidencia. ¿Lograron las radios generar y/o acompañar transformaciones políticas y sociales a partir de su participación en el Programa?

5.3.4 Incidencia

Podemos afirmar que ésta es una de las áreas en las cuales las emisoras demuestran mayor impacto. Son numerosos los casos en los cuales sostienen haber avanzado en cuestiones sociales, políticas, culturales, a partir de fortalecer sus proyectos, articular con otros actores y visibilizar temas en la agenda pública. FM Aire Libre -como hemos ya dicho, un proyecto pionero en este movimiento- relata este proceso: "Aire Libre estaba instalada como organización y como algo muy noble en Rosario, pero no con la importancia que tiene un medio de comunicación, porque no producíamos programas que tuvieran alguna visibilidad pública. Eso a lo largo de los años lo fuimos logrando". Sostienen que los aportes recibidos para la producción de contenidos fueron clave en este camino:

> "Ya se toma como cultura de producción que hay siempre un movilero en los barrios, yendo a toda las instituciones y a todas las organizaciones y haciéndole nota al vecino, y un movilero en la parte institucional: en el Concejo,

[209] Incluso a través de una Línea Específica denominada "FOMECA Redes" de 2015, que quedó a mitad de camino a partir del cambio de gestión.

con los funcionarios, en las movilizaciones cuando va algún político".

La radio mantiene su perfil comunitario y vecinal, lo refuerza con un enfoque de carácter político, y se involucra en los asuntos públicos y ciudadanos. Hablamos de una emisora situada en la periferia del oeste de la ciudad, territorio con diversas problemáticas sociales, pero que a su vez genera una interlocución con actores que superan ampliamente su escala geográfica. La Ranchada, otra radio histórica, ya había señalado la importancia de estar presente con su móvil en la calle, y su criterio de "descentralización" yendo a los lugares donde suceden los hechos y donde vecinos, vecinas y organizaciones reclaman localmente:

> "Siempre es complejo para los sectores populares, porque como viven en la periferia tienen que movilizarse (...) entonces la lógica de la programación de La Ranchada tiene que ver con una lógica de descentralización (...) si querés una nota, tenés que difundir algo que pasa en tu organización, que pasa algo en el barrio, no hace falta que vengas hasta el estudio de la radio".

Cabe recordar que FOMECA financió el equipamiento de una camioneta móvil -obtenida a partir de un financiamiento mediante una mutual provincial- con la cual pueden hacer transmisiones en vivo enlazando con la base de la emisora. Y así logran estar en espacios estratégicos:

> "Hay puntos neurálgicos de Córdoba para sectores populares que tienen que ver con los Centros de Participación Comunal, que son distintas estructuras descentralizadas que busca la Municipalidad para poder ofrecer servicios, y agregan instancias de actividades culturales, actividades con feriantes y demás. Gracias a eso nosotros podíamos instalarnos con el estudio móvil en cada CPC, estaba la lógica de recorrer un CPC por semana y entonces los vecinos no tenían que movilizarse hasta el centro. (...) Si no hubiese estado ese financiamiento, si no hubiese estado esa camioneta, no podríamos haber hecho carne, no podríamos haber consolidado la descentralización y el poder llevar La Ranchada a los barrios como la hacemos hoy en día".

Queda bastante claro que lo que logra el financiamiento de FOMECA es potenciar estrategias que ya estaban presentes previamente en las organizaciones, pero no lograban desplegarse a raíz de la escasez de recursos**.** La relación con el municipio -actor político más cercano en el escenario local- siempre es clave en una organización social y comunitaria, y en una radio no es la excepción. Ya sea por una vinculación tensa o por afinidad política, estas relaciones siempre dan lugar para el análisis. En el caso de Otros Nosotros, emisora situada en Miramar de Ansenuza, en Córdoba, esto fue clave. Durante una gestión municipal fueron obligados a dejar un espacio físico donde funcionaban, y a la siguiente lograron una vinculación estratégica con otro intendente del mismo signo político. Y en esto fue clave FOMECA, porque se posicionaron -a partir de explicitar su vinculación con el Ente Nacional de Comunicaciones, del cual depende el Programa- desde un lugar de poder con las nuevas autoridades. Su capacidad de gestionar proyectos también hizo que esta mirada desde lo político se modificara, ya que se constituyeron como un actor de peso:

> “Nos han salido bien los FOMECA y otras cosas que hemos hecho, nos va bien con esto (...) creo que la próxima sería de alguna manera conseguir ayuda y tener nuestro propio lugar. Sobre todo porque por esto de tener una biblioteca y tener una radio como que le da otro título, otra impronta... Es más, hoy tenemos muy buena relación con el gobierno municipal”.

A la hora de gestionar fondos provinciales, la experiencia previa les da una “chapa”, un prestigio, un antecedente, que es significativo para el gobierno municipal. Comentan que el propio jefe comunal “se entera de que Agencia Córdoba Cultura larga un proyecto para la biblioteca y me causó gracia porque se encargó el intendente... Era un domingo a la siesta (...) y nos pasó a cada uno de nosotros el

proyecto". Agrega que "nosotros ya habíamos pensado presentarnos (...) Pero es otra cosa. El tipo nos ayudó con la serie de libros que hace unos días hicimos acá en Miramar, que la llevamos a cabo nosotros". Este tipo de vinculaciones, siempre complejas, se dan habitualmente en las radios locales: se discute sobre los acercamientos y las distancias, aunque generalmente se valora el reconocimiento y la legitimidad hacia el proyecto. En La Leñera de Mendoza comentan que esta interacción es clave:

> "Tratamos de tener un buen vínculo con la Municipalidad, tener buen vínculo con Irrigación, con Vialidad, porque las personas que trabajan en esas instituciones son vecinos y vecinas nuestras también. A la hora de que suceda algo en una comunidad tan chica, las instituciones son casi un vecino más, tienen que estar a la par de cualquier vecino, entonces trabajamos muy en conjunto con esas instituciones. Somos la primera herramienta de comunicación que tienen a la hora de transmitir lo que sea, es un lugar en el que hay muchas contingencias climáticas, entonces es necesario que la radio esté en condiciones y siento que hoy esas instituciones colaboran, ayudan de la manera que sea".

En el caso de Ore Tapé, la relación distante con el gobierno municipal tiene un costado favorable: "la radio es la única que no recibe financiamiento del municipio. Así que tiene una independencia total y las otras no. Cambiás de canal y más o menos todos dicen lo mismo". Ese posicionamiento la distingue dentro de la oferta radiofónica local, y permite instalar temas que otros medios no proponen, en especial aquellos que tienen que ver con los barrios más pobres:

> "Se intenta visibilizar algunas cuestiones más de barrios que en otros lugares no. Se habla bastante de política local, se invita a venir después de las sesiones del Concejo Deliberante, se invitan a los concejales para que vayan a contar sobre los proyectos que presentaron, que generalmente los únicos que no van son los del oficialismo porque lo tienen prohibido".

Sostener una agenda local relevante para la comunidad es clave para la legitimidad de los proyectos radiofónicos comunitarios: aquellos temas de interés general que la mayoría de los medios de comunicación abordan, pero también los que son propios de las organizaciones y movimientos sociales, los temas conflictivos donde se enfrentan intereses y se contraponen visiones de la realidad local. En Punta Indio consideran que abordar esos temas les ha generado reconocimiento en su zona:

> "Acercar el tema de la economía popular, la soberanía alimentaria, poder vincular productores locales, poder pensar contenidos en ese sentido, de poner todas las cuestiones que tienen que ver con el arraigo de la comunidad rural en relación a lo que producen era un tema que no tenía discusión. (...) La verdad que se habló mucho, se trabajó bastante en ese sentido desde la comunicación para darle valor también a la identidad y a la producción local de alimentos. Los tamberos, los tipos que hacen quesos, nadie sabe que es una economía que está en movimiento y que hay que contarlo. (...) También el trabajo con las mujeres rurales".

En el caso de Ore Tapé también es muy fuerte el tema de la economía social. Como así también la agenda de género: "hay un segmento bastante importante con el tema de género dentro del programa de la mañana, que también está tomando bastante posición con ese tema y creo que es la única radio que habla de temáticas de género". Es algo muy habitual en la mayoría de las emisoras comunitarias consultadas: en FM Chapaleofú, de Rauch -en la provincia de Buenos Aires- fueron la primera radio en cubrir el fútbol femenino. Y en La Lechuza de San Juan cuentan: "un caso concreto que nos pasó a nosotros es que, por ejemplo, ahora llevamos seis, siete programas, un programa que se llama Mujeres Inquietas, donde se han sumado la mayoría de las compañeras de la obra popular, que son vecinas, que se

acercaron después del terremoto"[210]. Y agrega que "para que ese programa pudiese ser, y todas nos animásemos a hablar y a hacer y a armar el programa y a enfrentar el micrófono, hizo falta antes una formación que lo hicimos a través de las escuelas populares de género". En el caso de Punta Indio, se reconoce también el impacto hacia adentro de la organización: "el colectivo de mujeres que integra la radio está integrado en su totalidad con feministas, militantes de colectivas de mujeres, (...) que han hecho sus programas en nuestra radio, han dado muchos debates hacia adentro del colectivo y de cara a la sociedad, los *Ni una menos*, como hombres también hemos aprendido muchísimo, es muy fuerte, más hacia adentro de la radio que en el aire"[211].

Hay un punto clave que las radios señalan en común: su reconocimiento social aumenta a partir de su fortalecimiento institucional. Cuanto mejor equipados están, cuanta más presencia logran estando en la calle, entrevistando personas de relevancia en la comunidad -ya sean voces de organizaciones sociales o del poder político- sumando y manteniendo temas en la agenda de conversación pública, mejor se posicionan y legitiman su práctica comunicacional, y eso aumenta su capacidad para provocar cambios en sus comunidades, es decir, lograr la buscada incidencia. Radio Kermes vivió ese proceso en los años analizados aquí, y evalúan esa incidencia lograda como producto del fortalecimiento de la organización y del proyecto, que tiene un acento fuerte en lo periodístico: "hemos logrado visibilidad

[210] Se refiere al terremoto que sacudió la provincia en enero del año 2021, en el cual la radio y su organización madre, Retamo, se posicionaron como una organización muy fuerte en su territorio, la localidad de Pocito, a unos 15 km de la capital sanjuanina.

[211] La agenda de género tiene un lugar relevante en la mayoría de las radios consultadas, y también en FARCO como organización. Desde hace tiempo mujeres y disidencias de distintas radios vienen trabajando en visibilizar los temas propios de esta agenda, relevando datos y realizando propuestas específicas. Puede verse una destas iniciativas en https://www.farco.org.ar/comenzo-el-taller-de-comunicacion-con-perspectiva-de-genero-de-farco/

por los productos que podemos hacer, que son productos que se pueden hacer en gran parte por el FOMECA. Y eso nos permite que haya plata, equipamiento para hacerlo y lograr tener más incidencia en la localidad". A partir de este "círculo virtuoso" lograron incursionar en el lenguaje audiovisual, a través de programas televisivos emitidos en toda la provincia de La Pampa desde el canal provincial. Así lo cuentan: "el hecho de estar en el Canal 3 ahora con estos dos programas nos permite una llegada a toda la provincia. Y además para hacerlo, FOMECA tuvo mucho que ver", comentan, porque "el concurso que hace Canal 3 es muy parecido. Tenemos la gimnasia del FOMECA, y claro, ya *lo tenés re elaborado*". El impacto provincial también se da a través de la radio en época de elecciones, ya que realizan habitualmente transmisiones en vivo en colaboración con distintas emisoras -comunitarias y no comunitarias- de toda la provincia, dando amplia cobertura a los procesos electorales, y funcionan además como radio cabecera de estas emisiones en red[212]. Agregamos otro elemento entonces que hace al crecimiento en el reconocimiento social de estos medios: las producciones de calidad. La dimensión periodística, los avances en materia de programación, las mejoras en contenidos, pueden analizarse con mayor detalle en la siguiente dimensión.

5.3.5 Construcción de sentidos

Como hemos dicho, las radios populares y comunitarias son proyectos político comunicacionales que despliegan prácticas mediante las cuales construyen

[212] El crecimiento de Kermés se manifestó también en la realización de la Asamblea de FARCO de 2023 en Santa Rosa, en la cual fueron anfitriones. Fue la primera Asamblea de las radios comunitarias realizada en esta provincia.

dialógica e intersubjetivamente sentidos sobre los hechos de la realidad social local, regional, nacional, continental y global. Estas estrategias son territoriales: se nutren de la vida cultural de sus comunidades, y tienen como meta incidir en el modo en que las audiencias construyen modos de comprender la realidad vivida. Como lo hemos señalado en el desarrollo de nuestra perspectiva teórica, las emisoras participan -junto a otros actores sociales, con los cuales establecen alianzas- en una pugna simbólica a nivel local, donde disputan esas representaciones con otros proyectos comunicacionales. ¿Cómo consideran las emisoras el aporte de FOMECA en este plano?

En Radio Barriletes consideran que han logrado recorrer un camino en ese sentido: “Dejar de ser un lugar donde -que también es- un lugar donde por ahí gente pasa y hace un programa un rato y se va… o viene y dice algo y sigue su camino. Y pensar en disputar sentido con lo que hacemos. Estamos disputando sentido en un concierto de medios de comunicación”. Un proyecto débil, escaso de recursos económicos, con pocas personas en condiciones de volcar día a día sus capacidades periodísticas, comunicacionales, de gestión, de vinculación social, tendrán en esa tarea un desafío sin resolver. Uno que tiene objetivos claros, una dinámica de producción y gestión integral, y que encuentra los recursos económicos para hacerlo en articulación con su comunidad y las políticas públicas específicas, estará en condiciones de lograrlo. Encontramos dos planos de esta reflexión: por un lado, el que permite ver la construcción de representaciones sobre temas clave -algo a lo que ya nos referimos en la dimensión incidencia- en relación con la comunidad y las audiencias: especialmente las cuestiones que afectan derechos sociales y que atraviesan la vida cotidiana de los sectores populares, excluidos de la agenda del

sistema mediático hegemónico. Un segundo nivel lo encontramos cuando analizamos la transformación de las rutinas periodísticas de las emisoras, que se vieron potenciadas -según el relato mayoritario, aunque no total- a partir del incentivo económico del Programa FOMECA. En ambos casos, consideramos que el aumento de la circulación de las prácticas radiofónicas comunitarias en sus comunidades en cantidad y calidad posibilita la transformación de las representaciones sociales sobre esos temas en su radio de influencia.

Encontramos un ejemplo en la radio de Punta Indio: “La identidad es que sepamos dónde estamos… Estamos en un lugar rural. Y capaz que escuchás por la radio que es una reserva mundial de biosfera y vos no lo sabías, lo escuchaste en la radio. Y la gente repetía en la verdulería que era una reserva mundial de biosfera, declarada por la UNESCO”. Y agrega:

> “En cuanto a la identidad, la cuestión del buen vivir, los pueblos originarios (...) que tiene que ver con cómo está conformada la comunidad actual, lo que tiene que ver con el debate sobre el buen vivir, los derechos de la naturaleza, los derechos de la madre tierra, los derechos de los pueblos indígenas, campesinos, comenzamos a trabajar también fuertemente inclusive con referentes que hemos invitado de los pueblos originarios, hay una comunidad mapuche que se conformó también a partir de cierto impulso que dio la radio, y no son cuestiones menores, las personas tomando su idea individual y personal de lo que estaba pasando no tenía una resonancia en ningún lado, y tal vez la radio expuso eso de manera positiva”.

Como venimos señalando, la posibilidad de construir sentidos que disputen la agenda mediática local sólo es posible a partir de una presencia diaria en el aire. Y el principal dato que surge cuando relevamos información sobre las prácticas comunicativas de información de las emisoras vinculadas a FOMECA, es que lograron continuidad. La posibilidad de sostener una programación rica en

contenidos, de poder producir un programa diario de tipo informativo, con un enfoque editorial propio, es un logro que muchas emisoras celebran. En el caso de Radio Kermés este proceso "permitió lanzar y sostener una programación diaria y semanal" especialmente a partir de la línea Programa Diario. Incluso, sumando una tira propia "en el horario de la siesta", logrando presencia en un momento del día en el que otras emisoras locales solamente pasan música[213]. Además lograron fortalecer la producción de contenidos web -centrales en la circulación del sentido en estos tiempos- y también a través de plataformas digitales. Incluso -como ya hemos señalado en el apartado anterior- expandirse a otros soportes, como el audiovisual: "La programación de la radio se incrementó, incluso con proyectos que a lo mejor no tienen nada que ver con FOMECA, pero que aparecieron gracias a la banca de FOMECA por otra ventana"[214]. Yendo a una mirada más integral del proyecto, sus integrantes sostienen que "FOMECA ayudó a pensar seriamente la relación entre la producción de los contenidos y el financiamiento".

En el caso de Villanos, de Villa Carlos Paz, afirman que "el FOMECA Producción (...) lo que nos permitió es continuidad en el desarrollo de la producción periodística diaria". Al lograr sostener una emisión todos los días, abrieron el juego a corresponsales en otras localidades cercanas, fortaleciendo una mirada regional, logrando "potenciarlo con el desarrollo de corresponsales en distintas localidades (...) Eso le da como un salto cualitativo a la producción periodística que hacemos en la mañana. El hecho de poder calzar eso que queremos hacer, contar con el financiamiento para poder hacerlo y llevarlo adelante, bueno, te diversifica la

[213] Se refiere al programa radial "La siesta que no fue".
[214] Otra de las producciones audiovisuales realizadas por Kermés fue "Se picó", un programa de entrevistas políticas mediada por la tradicional "picada", degustación previa al almuerzo o la cena.

producción". En Aire Libre lograron impulsar la organización y capacitación interna para la tira periodística diaria: "A partir de los FOMECA, todos los años se hizo un programa de producción propia en la radio. Todos los años"; lo mismo se comenta en el caso de Radio Barriletes. Aquí podemos retomar lo planteado en el apartado de sostenibilidad, cuando señalamos el aporte en materia de planificación, de ampliar el horizonte más allá del día a día y llevarlo hacia el largo plazo. La continuidad de las líneas de FOMECA año a año, permite a las radios sostener en el tiempo sus producciones y, a la vez, ir capacitando personas que adquieren experiencia en la práctica cotidiana. Refuerza esto la experiencia de La Ranchada: "en términos de acceso a la programación, teníamos al principio (...) programas informativos con nuestra mirada, con nuestra cobertura, con nuestra agenda". Y agregan: "La Ranchada no era un medio de comunicación objetivo que no se la jugaba, que no participaba, sino que era un actor político más". En Sapukay, lograron incorporar un programa diario de 9 a 12 de la mañana, sostenido principalmente por jóvenes.

Constatamos que se logró avanzar en distintas líneas temáticas**,** por ejemplo vinculadas a las infancias. Señalan desde La Leñera que "hicimos micro programas con chicos, que salen en el aire de la radio, grabamos cositas más cortitas, sabiendo que después nos pudieron servir para hacer siglas y spots con las voces de las niñeces de acá" y sumaron trabajo a nivel educativo: "Con la niñez y la adolescencia que laburamos en las escuelas, para mí eso estuvo buenísimo". La de Infancias es una línea que fue abordada por muchas emisoras, que financiaron spots y microprogramas nuevos, o lograron aportar recursos a programas que ya se venían realizando.

Respecto de esta dimensión, podemos decir que FOMECA ha generado avances significativos en relación a la producción de contenidos, al sostén de equipos periodísticos, y especialmente al hecho de poder generar en forma diaria desde las radios información relevante para sus audiencias. Lo que no es posible evidenciar con las herramientas que aplicamos en esta investigación, son las transformaciones en la construcción de sentidos. Para ese fin, debería avanzarse en sondeos de audiencias, estudios cuantitativos y cualitativos con públicos locales, grupos focales, para poder reconocer con mayor detalle la huella simbólica de las emisoras en sus escenarios de intervención[215].

5.3.6 Estética

En este trabajo hemos detectado que la dimensión estética es la menos mencionada por las radios a la hora de evaluar su fortalecimiento a partir del Programa FOMECA. No fue un tema que haya surgido espontáneamente -como la posibilidad de equiparse, de mejorar su programación o sus capacidades de gestión- e incluso muchas radios al ser consultadas así lo consideraron. En los contados casos que sí hubo un aporte en ese sentido, se destaca la intención de poder dar la disputa de audiencia a nivel local con una buena calidad sonora. Así, Villanos Radio afirma: “Queremos sonar bien”. Su referente hace alusión a la figura de un triángulo para avanzar en la conquista de los públicos: “sonar bien, tener buenos contenidos, tener los recursos para hacerlo”. Esto se da debido a la competencia que hay en su

[215] Sugerimos recurrir a los trabajos en esta línea mencionados en el apartado de Antecedentes, en los que se comunican resultados de este tipo de estudios. Uno de los más recientes resulta de mucha relevancia: nos referimos al aplicado en la zona de Sierras Chicas de Córdoba, a cargo del equipo de María Cristina Mata, incluido en Jaimes y Villamayor (2021), con financiamiento de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación.

territorio: si el sonido no es bueno, si las referencias artísticas de la radio no son de calidad, habrá más posibilidades que las audiencias migren hacia otras propuestas cambiando el dial. En el caso de La Ranchada sí se considera un resultado positivo: señalan como valor construido en FOMECA lo realizado en relación a procesos de formación en comunicación popular "desde locución, desde operación técnica, pensando la cuestión más estética y artística". Allí entonces aparece como dato relevante. En Oré Tapé comentan que si bien se ha avanzado, no fue por una relación directa con la implementación de proyectos de fomento, sino que "se va renovando medio con la vorágine diaria y las necesidades". Es decir, sin planificación.

No tenemos elementos suficientes para analizar por qué la dimensión estética resulta la menos significativa en cuanto al aporte realizado por el Programa en el fortalecimiento de las emisoras. Es cierto que en diez años no ha existido una línea específica de desarrollo en este sentido -una eventual Línea FOMECA *Estética o Artística*-, sin embargo, encontramos algún nivel de abordaje en las acciones de Formación. Entendemos que puede ser un desafío clave -para la política pública pero especialmente para las organizaciones- incorporar esta variable, ya que a partir de ella las radios -en tanto proyectos político comunicacionales que buscan incidir en sus audiencias y comunidades- pueden construir una representación identitaria fundamental para posicionarse y ser elegidas como consumo cotidiano en el marco de una oferta de propuestas cada vez más diversificada.

5.3.7 Caracterización del rol del Estado por parte de las radios comunitarias

El eje de análisis al que nos referimos aquí es sustancial: uno de los principales de esta tesis. Como hemos señalado, en sus inicios -años ochenta y noventa- los medios de organizaciones sin fines de lucro se enfrentaron al Estado -hablamos específicamente del gobierno nacional- dado que no estaban incluidos en la normativa vigente, heredada de la dictadura militar. Con el tiempo esa relación fue cambiando, y se pasó de la confrontación al reconocimiento, plasmado en la inclusión del sector en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su posterior aplicación. La caracterización que hacen del Estado los propios medios también fue cambiando. De ser un enemigo que los perseguía, pasó a ser un aliado para enfrentar a los grupos concentrados. De no lograr entrar a sus oficinas -las del COMFER- a ocupar sitios de relevancia en la nueva institucionalidad democrática *post* Ley 26.522 -por ejemplo, en la presidencia del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual-. De buscar financiamiento en la propia comunidad de pertenencia, en agencias de cooperación internacional o a través de sus propios miembros, a trabajar cotidianamente en el diseño de políticas públicas *desde adentro*.

En los relatos de integrantes de las radios comunitarias asociadas a FARCO, encontramos algunas dimensiones relevantes en relación a este punto, a saber:

-la relación entre FOMECA y el marco legal necesario para transmitir y poder presentarse a concursos para obtener subsidios, y el proceso que esto demandó para construir proyectos sostenibles;

-el rol de FOMECA como facilitador de procesos de capacitación y acompañamiento mediante un vínculo cercano con su equipo de trabajo;

-la relación con una diversidad de políticas públicas que va mucho más allá de los organismos de aplicación de la comunicación (COMFER, AFSCA, ENACOM);

-el avance en el tipo de demandas al Estado, que llega a generar condiciones para obtener pauta publicitaria oficial en muchos medios sobre el final de la etapa analizada (2013-2023);

-la consideración de FOMECA como una política pública, entendida en términos de derecho humano a la comunicación, en el cual el Estado debe ser garante del equilibrio entre el sector social de la comunicación y el privado comercial, a partir de la distribución de recursos;

-y, atravesando estos ejes, también la transición de algunos proyectos de comunicación comunitaria desde un posicionamiento de lejanía y distancia a otro donde se entiende al actor estatal como un aliado indispensable para el desarrollo de sus proyectos a nivel local.

Respecto del marco legal, hemos señalado en diversos momentos de este trabajo que para las emisoras sin fines de lucro conseguir un lugar relevante en el sistema mediático argentino fue un proceso de lucha que les demandó muchos años. Recién en el año 2006, como se ha dicho aquí, obtuvieron un primer reconocimiento a través de la Resolución 753 del *viejo* COMFER, lo cual les permitiría el acceso a diversas fuentes de financiamiento. *A posteriori* de este hito en materia legal de carácter colectivo, cada organización fue desplegando sus propias acciones para obtener la tan preciada licencia: realizando una solicitud de llamado a concurso para su área geográfica en el organismo de aplicación; participando en la normalización de los viejos permisos precarios y provisorios (PPP); proponiendo y

participando en un empadronamiento de emisoras con localización en grandes centros urbanos; solicitando la apertura de expedientes para adjudicación directa de licencias mediante el Art. 49 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -para zonas de escasa densidad poblacional y alta vulnerabilidad social-, o participando en los concursos simplificados de licencias que el Ente Nacional de Comunicaciones impulsó entre 2018 y 2022. La relación de FOMECA con este abanico de posibilidades fue directa: su participación plena -líneas de Gestión y de Equipamiento- sólo fue posible si contaban con la legalidad requerida. En el caso de no tener ningún tipo de permiso legal, su participación se vio obstaculizada, salvo por una vía de solución alternativa: la inscripción como productora de contenidos en el organismo regulador -primero AFSCA, luego ENACOM-. Esto les dio derecho a participar en las líneas de Contenidos, aunque no en las de Equipamiento ni en las de Gestión. Lo que hemos podido comprobar en este estudio es que la necesidad de participar en FOMECA, para obtener financiamiento y mayor sostenibilidad a sus proyectos político comunicacionales, impulsó a las emisoras a avanzar en materia de legalidad, para contar con mayor solidez en lo político, lo administrativo y lo institucional. Y que a la vez, para mantenerlos activos, permitiera a sus integrantes dedicarles más tiempo y trabajo, apostando a la permanencia del medio en el tiempo y una relevancia cada vez mayor a nivel local.

Esta dinámica se dio en varios medios relevados aquí. En el caso de Radio Kermes, que había iniciado sus emisiones a través de internet, ganar el concurso en Santa Rosa -La Pampa- con un puntaje superior al resto de las ofertas en el año 2015, le permitió ocupar un lugar en el espectro radioeléctrico *con todas las de la ley*. Según sus integrantes, “participar por la licencia de la radio nos obligó también a

entender un montón de lógicas nuevas, de contactos, y de tomar pericia de temas que por ahí no manejábamos tanto". Por otro lado, señalan que lograron "tomar noción también de cuáles eran las pretensiones de los organismos oficiales dedicados al área", es decir, conocer los pormenores de la gestión de proyectos a nivel estatal. Cabe recordar que 2015 -año electoral clave para Argentina- fue de mucha inversión de FOMECA, con lo cual pudieron comenzar a participar y desarrollar su proyecto con mayor contundencia a partir de la Línea de Equipamiento. De allí que, en sus propias palabras, consideren que "FOMECA fue un *golazo*". No está de más señalar que, si bien pertenecen a áreas y trabajan allí personas diferentes, tanto el FOMECA como los concursos de licencias se gestionan en el mismo organismo de aplicación: el ENACOM. Esta complementariedad entre licencias y FOMECA ha sido una plataforma de impulso realmente significativa para las emisoras sin fines de lucro. "Desde ahí no paramos nunca, de participar yo creo que en todo o en casi todo lo que se nos permitió, participamos", agregan desde la radio pampeana. Es bastante similar el caso de la radio de Punta Indio, que ingresó en 2015 al Empadronamiento y logró condiciones para participar en los FOMECA y de ese modo pudo equiparse: "así fue el primer FOMECA que presentamos, que nos permitió tener una radio que nunca habíamos imaginado". De una radio armada con recursos que cada participante fue aportando en forma voluntaria, con recursos técnicos mínimos, lograron presupuestar y comprar lo necesario para lograr una emisora con buen alcance, equipos profesionales y una presencia diferente en su localidad. Si hablamos de relación con el Estado, cabe señalar aquí que -como en no muchos casos- la relación con el organismo de aplicación a nivel territorial fue

óptima[216].

> "Ahí surgió un contacto con AFSCA, de un vecino también que se acerca a la radio (...) y dice *miren chicos, si quieren les dejo un teléfono, comuníquense, hay una delegación de AFSCA en La Plata, y los van a recibir para ver en qué condición están, porque no hay muchas radios con las características de lo que ustedes están haciendo*".

Esta vinculación no fue automática: "Al principio había una desesperanza en ese sentido, y nos costó muchísimo que todos comprendan la importancia de tener una asociación civil, y estar con todo organizado". Debates que se dan en muchas organizaciones: "¿Y por qué tenemos que estar en la órbita de AFSCA? ¿Y por qué la Ley de Medios tiene que dar a nosotros la garantía para nosotros transmitir?" se preguntaban internamente. Proceso que decantó en la participación plena en FOMECA a partir de este asesoramiento, que al día de hoy se considera como un aporte sustancial para el despegue del medio. Unos años más tarde, la emisora continuó transmitiendo y decidió presentarse a concurso de licencias. Y destacan allí también el acompañamiento por parte del Estado y su organismo regulador -esta vez ya en su institucionalidad como ENACOM-:

> "El trámite de licencia, el acompañamiento que tuvimos entre las compañeras de FOMECA para esa cuestión específica, que no es un FOMECA, pero es ENACOM, y ese concurso para la licencia también fue acompañado por la técnica de FOMECA. Si no hubiese sido por ese acompañamiento -porque siempre hay una cosita donde uno termina trabado o trabada y tenés que preguntar a alguien- (...) las reuniones, los encuentros, la verdad que fueron claves para nosotros"

Un caso muy similar es el de FM Sapukay, que en 2022 obtuvo su licencia y comenzó a participar plenamente en el Programa: "eso es lo que hace que nosotros

[216] Otro caso donde se menciona una relación positiva con una delegación zonal del AFSCA es el de FM Reconquista. Pero los casos no abundan.

podamos empezar a pedir los FOMECAS". Acotan que "en la primera etapa no podíamos presentarnos en los FOMECAS porque no teníamos la parte legal de la asociación civil sin fines de lucro", lo cual restringía sus posibilidades de acceso a financiamiento, y también a la legalidad. La radio, al aire desde 2015, fue dando los pasos internos en el Programa: "En el 2018 hicimos todo lo de los papeles y lo primero que hicimos fue registrarnos como productora" para poder participar en las líneas de contenidos temáticos. Una vez obtenida la licencia, pudieron dar un salto de calidad mayor:

> "El segundo FOMECA (...) es con el que compramos los equipos homologados, es decir, quitamos los viejos equipos de Reconquista y ponemos los equipos homologados. Y también con eso hacemos la carpeta técnica, porque si bien teníamos la licencia, nos había quedado pendiente (...) es un ingeniero del ENACOM, viene y controla los equipos, las instalaciones, todo eso había que *garparlo* y bueno, eso también lo hicimos con el otro FOMECA que era FOMECA de Gestión (...) que nos ayuda a hacer toda la parte de la carpeta técnica ante el ENACOM"

En el caso de La Leñera de Mendoza se produjo un movimiento similar, tomando en cuenta que es una emisora de dos décadas de existencia. Luego de muchos años de transitar el camino de la comunicación comunitaria, decidieron dar pasos en dirección a darle más estructura a su práctica radiofónica, y en 2022 obtuvieron su licencia de radio. En ese camino, reconocen con mucha claridad el acompañamiento desde el ENACOM, especialmente desde el área de FOMECA. Haciendo mención a una integrante del equipo[217], mencionan que "si le preguntábamos, nos respondía, nos explicaba cómo hacer los trámites, algunos hasta nos lo hacía ella, y toda esa buena onda hacía que las cosas salieran, obviamente". Y ahí se da -podríamos decir que con mucha fuerza en el período

[217] Se refiere a Brenda Daney.

2019-2023- la complementariedad Licencia/FOMECA: "*Ya tienen la licencia, a ustedes les conviene presentarse como emisora porque es mucho más monto y ya es de otra manera*", comentan desde la radio mendocina, aludiendo a las conversaciones con el equipo del Programa. En este proceso, como puede verse, los bordes de las políticas públicas se redefinen. Al igual que comentaba Segura (2015) para el caso de las radios rurales y el INTA, las relaciones que se establecen entre Estado y organizaciones van mucho más allá de lo que implica la formalidad de una política pública. Estos vínculos también se construyen a partir de convicciones militantes, de proyectos de país, de objetivos de transformación. Especialmente cuando se piensa que el Estado es mucho más que una organización política que despliega acciones de modo centralizado según una lógica estrictamente partidaria, homogénea, y cuenta en su seno con prácticas que encuentran espacios para acompañar procesos territoriales que permiten transformaciones en el plano de lo local: más o menos alineadas con las políticas, aprovechando sobre todo las vetas por donde canalizar iniciativas de cambio desde una perspectiva colectiva y democratizadora. Es posible decir que FOMECA logró objetivos concretos y se desplegó territorialmente porque hubo personas que, desde una perspectiva política de transformación, tomaron la iniciativa y construyeron espacios de capacitación, acompañamiento, visitas, talleres, que fortalecieron los lazos humanos y organizacionales, y facilitaron la implementación de las políticas de comunicación para el sector sin fines de lucro. Que las humanizaron, las acercaron a las comunidades y facilitaron procesos que, por sus rasgos burocráticos, con una pesada carga administrativa, de rendición, de subsanación, quedan para muchos fuera del alcance de su práctica cotidiana. Vale decir: las políticas públicas son

instrumentos, pero toman la forma concreta de quienes las asumen como propias y las implementan en el día a día. Con un enfoque singular, también, de lo que implica ser un trabajador o trabajadora del Estado.

Volviendo al tema legal, es interesante observar el significado que tiene una licencia. En las radios históricas, como se ha dicho aquí, su valor implica el reconocimiento a un proceso intenso de luchas y movilizaciones, y obtenerla es un corolario a ese derrotero: no está de más recordar que una de las banderas más levantadas por el sector fue la reserva del 33% del espectro de frecuencias radioeléctricas que plantea la Ley 26.522 en cada localidad. En las que tienen menos años, aparecen otras aristas. En el caso de una radio de las sierras cordobesas: "Yo cada vez que me quiero ir pienso, tenemos la licencia, la comunidad que nos reconoce. Pareciera que no se puede, y más de una vez queremos largar la toalla (...) queremos que esto se convierta en un espacio genuino de laburo." Se asocia al compromiso con el proyecto pero también con la posibilidad de desarrollarse profesionalmente y obtener ingresos por una práctica comunicacional que se pueda realizar dignamente. En otro caso -a la inversa aunque en el mismo sentido- financiarse a través de FOMECA permitió dedicar más tiempo a desarrollar el marco legal del proyecto:

> "Ese mínimo ingreso ya demuestra cómo, al tener esa mínima posibilidad, uno empieza a poder dedicarle a un montón de cosas más. Entonces yo en ese rol de recibir esa plata, podía dedicarle mucho más tiempo a decir *bueno, voy a tramitar la licencia, voy a tramitar cosas* que ni las habíamos pensado nunca. Pero dar ese ingreso y esa posibilidad de tiempo y energía a algo, hacía que las cosas pudieran empezar a generar un eslabón".

Lo refuerza la radio de Punta Indio, al hacer referencia a las obligaciones que

las emisoras comienzan a tener una vez que obtienen la legalidad -pago de gravamen, presentación de balances, pagos a entidades gestoras de derechos:

> “Todos estos compromisos que uno toma, lo mismo que la licencia y demás de la radio, hacen que salgan otros disparadores de los grupos: los compromisos, cómo los asumimos… pensar que no solamente es recibir el dinero para comprar el equipamiento o el dinero para las gestiones sino hacer varias reuniones por el tema de la política comunicacional”.

En otra de las radios cordobesas analizadas, Otros Nosotros, sus inicios de transmisión prácticamente coinciden con el otorgamiento de la licencia -algo impensado en la etapa previa a 2009-. Participar en FOMECA plenamente, facilitó entonces que el equipo de trabajo pudiera realizar sus tareas con una remuneración y cierta base de sostén económico cotidiano, al menos durante el período de ejecución del proyecto. También sucedió en el caso de las emisoras que ingresaron a la legalidad mediante el Artículo 49, como es el caso de Oré Tapé, de Benito Juárez. La obtención de una licencia colocó a las emisoras en un pie de igualdad jurídica con las competidoras locales del sector privado comercial, e incluso permitió superarlas a nivel de equipamiento y tecnologías. En síntesis, la complementariedad Licencia/FOMECA constituyó un factor sumamente relevante para el despegue de muchas emisoras comunitarias y su consecuente fortalecimiento.

El contexto histórico en que se dio el proceso antes comentado no fue azaroso. La relación de las organizaciones y sus emisoras con un amplio abanico de políticas públicas y organismos de Estado fue también un elemento dinamizador fundamental en su proceso de fortalecimiento. Encontramos emisoras que participaron en políticas culturales, laborales, de empleo, rurales, de desarrollo

social, de microcrédito, de apoyo a la economía social, entre muchas otras. Y no solamente se vincularon “para conseguir plata”, sino para desplegar acciones en conjunto y profundizar el sentido comunitario de estas iniciativas gubernamentales: las políticas ganaron territorialidad, y las organizaciones apoyo para sus proyectos.

Uno de los organismos clave en este escenario es la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual[218], que desplegó en todo el territorio nacional acciones de vinculación con medios comunitarios y populares. Lo hizo a través de espacios de capacitación, formación, acompañamiento y asesoramiento, como así también de investigación y producción de guías y orientación para periodistas en diversos temas. Son muchas las emisoras que mencionaron a este organismo como clave en su desarrollo. Uno de sus roles es recibir denuncias cuando las audiencias ven afectado su derecho a la comunicación. A partir del análisis de la situación, interviene emitiendo opinión a través de dictámenes que en muchos casos sirven como apoyo institucional: es el caso de Otros Nosotros, cuando su sede fue clausurada por parte del municipio. Si bien las decisiones de la Defensoría no son vinculantes, generaron un marco de apoyo político significativo.

[218] La Defensoría del Público cuenta con Capítulo propio en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y sus funciones son detalladas en los artículos 19 y 20. La principal es “Recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión y demás servicios regulados por la presente teniendo legitimación judicial y extrajudicial para actuar de oficio, por sí y/o en representación de terceros, ante toda clase de autoridad administrativa o judicial”, lo cual le permite intervenir en caso de vulneración de derechos de las audiencias, generalmente asociadas a mensajes discriminatorios, sexistas, racistas o violentos que se manifiestan en el sistema mediático. Sus reclamos y denuncias son registrados y en muchos casos han logrado relevancia pública, especialmente a partir de mensajes que han afectado derechos de personas o colectivos. Su relación con la sociedad está claramente especificada en el texto de la normativa, que plantea que la Defensoría debe “Convocar a las organizaciones intermedias públicas o privadas, centros de estudios e investigación u otras entidades de bien público en general, para crear un ámbito participativo de debate permanente sobre el desarrollo y funcionamiento de los medios de comunicación”. Su espacio fundamental de conversación pública son las Audiencias -que tienen carácter regional y federal- y dentro de su área de Formación y Capacitación se han llevado adelante una gran cantidad de actividades relacionadas con los medios comunitarios y de pueblos originarios.

Su rol de asesoramiento en las gestiones frente al ENACOM también es parte de sus tareas: allí entra la orientación para buscar recursos, como por ejemplo presentarse a FOMECA. Según esa misma radio: “Ahí es cuando la gente de la Defensoría empieza a decirnos, bueno, fíjense, existe el FOMECA (...) y nos empezó a guiar”. Similar situación se dio con Sapukay: “la Defensoría del Público nos decía, si ustedes no tienen los papeles en orden, no van a poder gestionar los FOMECA ”. Y agregan: “el acompañamiento de la Defensoría del Público, que no es menor, siempre se ha acercado desde los comienzos de la Sapukay en formación, más que nada en esto de la mirada de las radios comunitarias, toda la parte de pensar este proyecto político comunicacional, ver las fortalezas de la organización, ver las debilidades”. Cabe destacar que la Defensoría siempre trabajó en forma articulada con el organismo de aplicación -AFSCA en sus inicios, ENACOM después- a partir del trabajo cotidiano y también en la realización de talleres de acompañamiento y asesoramiento específicos en distintas zonas geográficas del país. Estos espacios estuvieron dirigidos a medios de pueblos originarios y del sector sin fines de lucro, tuvieron carácter presencial en muchos casos, y también se dieron a través de plataformas virtuales, especialmente durante la pandemia, aunque luego continuaron. El trabajo conjunto entre ambos organismos significó una valoración positiva del rol del Estado, que fue señalada en diversos relatos relevados. Cabe destacar también, la creación de una Mesa de trabajo interinstitucional donde se sumaron el INTA y FARCO, que acompañó la capacitación y orientación para la presentación en distintas Líneas de FOMECA como así también orientó en la presentación de concursos de licencia y en los trámites mediante el Art. 49[219]. Este

[219] Véase para mayor detalle el aporte de Daney y Janeiro (2023).

espacio se constituyó como un ámbito permanente de consulta para muchas emisoras, especialmente las más nuevas, durante la etapa 2019-2023, aunque contaba con antecedentes previos.

Otra área gubernamental con la cual muchas emisoras relatan haber trabajado es la cultural. La existencia del Programa Puntos de Cultura, dedicado a financiar proyectos locales de arte y cultura comunitaria[220], incluyó a la comunicación como uno de sus ejes centrales. Si bien el monto de dinero a obtener en forma de subsidio es significativamente menor que un proyecto FOMECA, a muchas radios les permitió conectarse con organizaciones de base cultural en todo el país. Incluso hay organizaciones que mencionan este Programa como el primero que les otorgó algún tipo de financiamiento, con el cual compraron sus primeros micrófonos. A su vez, asumieron su identidad como "punto de cultura" con lo cual generaron una base para desarrollar proyectos culturales con otras organizaciones locales. Integrantes de Sapukay cuentan: "éramos Puntos de Cultura, así que trabajábamos con la gente del Ministerio de Cultura de Nación (...) entrábamos en varios proyectos, algunos propios y otros (...) un proyecto en red con otras organizaciones que nos permitió hacer la construcción de la cocina y el baño para la radio del fondo". Emisoras más nuevas como FM Chapaleofú, que son parte de organizaciones con fuerte peso en lo cultural -sostienen salas de teatro independiente y actividades de formación artística- cuentan entre sus líneas más fuertes la presentación a organismos culturales, no solo nacionales sino también provinciales -Buenos Aires, en este caso-. Esa dinámica de presentación les fue dando también la *gimnasia* necesaria para estar atentos a las distintas

[220] Eliminado en 2024 por el gobierno de Javier Milei.

convocatorias a proyectos y así poder financiarse a través de fondos públicos. Desde allí señalan desde qué perspectiva lo asumen:

> "Venimos con todo un proceso por la historia de nuestro centro cultural de entender y valorar el rol del Estado dentro de nuestros espacios. Y de entender que también es un derecho que tenemos que nuestras organizaciones libres del pueblo estén también acompañadas por el Estado".

En el caso de FM Reconquista, la participación en el Programa Puntos de Cultura es reconocida también desde su rol de entidad capacitadora y sede de acciones culturales -por ejemplo una orquesta juvenil y una sala de ensayo para bandas musicales de su región-. Consideran que desde Puntos de Cultura hubo una "valoración del espacio como promotor de una política pública" ya que "se reconocía el derecho de las radios comunitarias de acceder a un proyecto y a dinero del Estado para hacer cosas de la comunicación comunitaria (...) nos pareció siempre una decisión, un cariño profundo ese reconocimiento". Las organizaciones de comunicación y cultura comunitaria gestionando fondos públicos, lograron mayor legitimidad y además pudieron volcar esa experiencia -en el caso de Reconquista de más de treinta años- para el desarrollo de nuevas iniciativas[221].

Otro organismo estatal que fue relevante en el marco diverso de políticas públicas que apoyaron el fortalecimiento del sector sin fines de lucro de la comunicación es el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad de la Nación. En otro trabajo (Jaimes, 2020) hemos analizado en profundidad la configuración de un determinado perfil profesional del/la comunicador/a popular en un estudio de caso:

[221] Como en el caso del Programa Territorio de Saberes, del Ministerio de Cultura de Nación, donde se valoró el trabajo de esta organización en diversos cursos y espacios de capacitación a nivel nacional y se la incluyó explícitamente como "buena práctica" y modelo a seguir.

Radio Encuentro de Viedma, Río Negro. Como marco más amplio, podemos retomar aquí la experiencia histórica de creación de trece centros de formación profesional -CFPs- en diez provincias, que a partir del año 2010 -firma de convenio mediante entre FARCO y la Secretaría de Empleo de la Nación- impulsaron estrategias de capacitación laboral. Desde 2011 se crearon cursos vinculados a operación técnica, nuevas tecnologías, producción radiofónica, creatividad y artística, con lo cual estas trece emisoras[222] se posicionaron como entidades formadoras en sus localidades. Hasta el año 2015 contaron con financiamiento para desplegar acciones de formación profesional, generaron acciones de entrenamiento laboral para jóvenes -al modo de pasantías- e incluso dos emisoras socias de la red -la mencionada Encuentro y La Ranchada de Córdoba- obtuvieron certificaciones de normas IRAM por la calidad de sus prestaciones educativas. A nivel político, FARCO se posicionó dentro de las políticas de formación a nivel nacional a partir del desarrollo de normas de competencia laboral, y pudo intervenir en discusiones con sindicatos, cámaras empresarias y el propio Estado respecto de las industrias culturales de la comunicación -radio, televisión, artes escénicas, música, cine, fotografía, entre otras-. En el relevamiento realizado para esta tesis, encontramos que estas vinculaciones le dieron un sustento importante en materia de relaciones con la comunidad: por ser actores certificados en materia de formación laboral, sus cursos entregaron diplomas que permitieron a sus asistentes mejorar sus currículums y fortalecer así sus trayectorias laborales en el campo de la comunicación y la radio. También permitieron a estas emisoras conseguir financiamiento, equiparse, adecuar

[222] Radio Encuentro (Viedma, Río Negro), FM Pocahullo (San Martín de los Andes, Neuquén), Radio La Mosquitera (Mendoza) FM La Nueva (Formosa), FM San Pedro (Santiago del Estero), FM La Voz del Cerro (San Salvador de Jujuy), Radio Estación Sur (La Plata, Buenos Aires), FM Reconquista (José León Suárez, Buenos Aires), Radio Gráfica (CABA), Radio Frecuencia Zero (CABA), Fm Aire Libre (Rosario, Santa Fe), Radio Sur (Córdoba), Radio La Ranchada (Córdoba).

espacios físicos para utilizarlos como aulas de capacitación y así expandir la oferta de actividades que proponen a la comunidad[223]. En el caso de La Ranchada, valoraron también la posibilidad de contar con capacitadores propios y con recursos asegurados: “a nosotros nos permitía sostener a algunos compañeros y compañeras, porque se conseguía financiamiento para poder abonarle por su transmisión, digamos, de conocimiento, por su educación, por su rol de capacitador o de capacitadora”. Encontramos aquí otra tarea que usualmente se realizaba de manera voluntaria o militante, la formación de nuevos comunicadores y comunicadoras, ya que esas personas después de la formación pueden nutrir al propio equipo de la emisora. Con estos proyectos, esas horas de capacitación contaban con una remuneración[224]. Si pensamos estas acciones en el mismo escenario de financiamiento a programas diarios y semanales, producciones temáticas, relaciones con organizaciones sociales que desarrollan proyectos de economía popular, las identificaremos entonces como prácticas que aportaron saberes para que esos ámbitos mejoren a su vez sus posibilidades de intervención; ya sea generando ingresos para sus participantes, o mejorando sus capacidades. Otro caso significativo es el de Oré Tapé, que no llegó a constituirse como CFP a través de FARCO sino a través del ya mencionado convenio con INTA. De hecho, su surgimiento como radio tiene que ver con los cursos que sobre ese tema comenzaron a implementarse en la organización, que abordaron también temáticas propias del mundo rural. Según relata su referente:

[223] En el año 2021, Encuentro se sumó a las radios conveniadas entre INTA y el MTESS y reanudó sus cursos de formación, vinculándolos al contexto rural.

[224] Cabe destacar que en el caso de La Ranchada, cuando se cortaron los fondos en 2015 durante el gobierno de Mauricio Macri, continuó financiando sus políticas de formación profesional a través del gobierno de la provincia de Córdoba.

> “Primero surge a partir de una capacitación que hicimos con lo que eran los centros de formación del Ministerio de Trabajo, un curso de comunicación comunitaria, y a partir de ahí quedó como un grupo muy interesado en hacer radio. Empezó siendo radio abierta, en las plazas, en las ferias, y acá en la localidad. Y después eso, cuando salió la línea del proyecto especial de Pro Huerta para la comunicación rural, presentamos y ahí se pudo incorporar la antena y los primeros equipos para transmitir al aire”.

Como venimos sosteniendo en este trabajo, en la etapa posterior a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual los medios comunitarios encontraron en las políticas públicas un fuerte sostén para sus prácticas comunicativas. Así, FOMECA se constituyó como una iniciativa -la más voluminosa en términos de recursos- entramada con un amplio mapa de recursos estatales que se propusieron contribuir a una mayor democratización comunicacional en Argentina. Como venimos señalando en este apartado, en este nuevo escenario uno de los factores novedosos es la transformación en el sentido del “trabajo” en las organizaciones sociales dedicadas a la comunicación comunitaria. No solamente a través de estrategias de capacitación como venimos señalando, sino a través de distintos programas que fueron relevantes en materia de sostenibilidad económica. Como ya hemos señalado, uno de ellos fue el Programa *Potenciar Trabajo,* mencionado en numerosas oportunidades por las radios en sus relatos. Esta política pública del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación surgió primero con el nombre de “Salario Social Complementario”, durante el gobierno de Mauricio Macri, como consecuencia de una serie de acciones de movilización llevadas adelante por distintos movimientos sociales -Barrios de Pie, el Movimiento Evita, la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), entre los más importantes- durante el gobierno de Mauricio Macri. En el marco de un proceso político y social de mucha

presencia en el espacio público -manifestaciones callejeras, cortes de vías de circulación- aquel gobierno se vio obligado a reconocer a un actor clave: las y los trabajadores de la economía popular[225]. En ese contexto, organizaciones de diverso tipo lograron el reconocimiento económico de un monto igual a medio salario mínimo vital y móvil para cada trabajador/a de una unidad productiva: desde una cooperativa de cartoneros y recicladores, pasando por un grupo de mujeres que gestionan un merendero o comedor, a una radio comunitaria. Así, a partir de 2017, un número importante de integrantes de medios asociados a FARCO -operadores técnicos, conductores de programas, encargados de redes sociales, creadores de contenidos web, entre otros roles- se incluyeron en este Programa y comenzaron a obtener una remuneración por esas tareas. Según información provista por la misma red, en el momento de mayor participación en el Programa hubo más de trescientas personas vinculadas a radios comunitarias.

Como se ha dicho anteriormente, un elemento central que nos interesa señalar en este apartado tiene que ver con la concepción que aparece en los integrantes de las radios respecto del rol del Estado, desde un enfoque político y conceptual. En términos generales, podemos decir que el FOMECA, en tanto política pública, se constituyó como una acción del Estado con participación de los propios actores sociales en la búsqueda de mayor equilibrio en la distribución de los recursos en el sistema mediático, que promovió así un ejercicio del derecho a la comunicación para garantizar el pluralismo y la diversidad de voces. Se considera

[225] Según Caisson, Nicoletti y Estrella (2022), en realidad su origen es anterior: ya en el año 2009 -bajo el gobierno de Cristina Fernández- se había creado el Programa Ingreso Social con Trabajo, que estuvo bajo la dirección de Emilio Pérsico, dirigente social perteneciente al Movimiento Evita, y tuvo vigencia hasta 2015. Durante el gobierno de Macri, diversas políticas de emergencia social se unificaron y en ese marco las organizaciones de la comunicación popular se integraron como organizaciones socioproductivas (Segura *et. al*, 2017, en texto de autores citados, pág. 30)

que, sin este aporte del Estado, la disputa de sentidos en el espacio público sería absolutamente desigual, y que a partir de los fondos que el ENACOM distribuye a través de los concursos, es posible garantizar proyectos sostenibles desde lo económico, lo social y lo organizativo, para construir sentidos y lograr incidencia desde nuevas estéticas populares y comunitarias. Este enfoque, que podemos denominar autogestivo con apoyo estatal, es el que creemos que se ha consolidado en la etapa 2013-2023. Veamos cómo aparecen estas representaciones en los discursos de las radios.

En Reconquista, emisora histórica, consideran que “El FOMECA es el ejercicio permanente del derecho que nos asiste desde la Ley de Medios”. En similar sentido, desde Villanos sostienen que “la comunicación es un derecho, y como tal, tiene que tener la protección del Estado. Yo creo que la política pública de los fondos de fomento es necesario que se sostenga, que se le dé continuidad, ya que hay una ley que lo contempla”. Se asocian aquí dos elementos clave: el marco normativo -la LSCA- con un derecho fundamental reconocido por el propio Estado. Leyes que garantizan derechos, también, como marca de época. Y agregan:

> “La población tiene derecho a informarse. Yo creo que después de haber transitado una pandemia es central que se entienda que es necesario que la población cuente con información oportuna, actual, y bueno, ese es nuestro rol, es nuestra premisa de trabajo, entonces desde ahí es necesario contar con esa cobertura de parte del Estado, porque estamos hablando de un derecho”.

En ese sentido también va se expresa FM Raco, de Tucumán:

> “Estas posibilidades de apoyo que da el Estado, que lo entiendan como parte de una política pública, que esto no es una cosa aislada, que no es simplemente una ayuda económica que se puede dar como se da desde una

> institución caritativa, sino que tiene que ver justamente con la posibilidad de desarrollar políticas comunicacionales democratizantes (...) hacemos un esfuerzo bastante grande por explicar ese principio tan bello de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual del 33% de licencias para organizaciones sin fines de lucro. Nosotros nos consideramos hijos del debate por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, somos hijos de esa idea, de esa pretensión social que hay por tener una comunicación democrática inclusiva, participativa, que permite favorecer la expresión, y en ese sentido, la diversidad expresiva, digamos, y en ese sentido pensamos que el Fomeca no es ni más ni menos que una política coherente con esa búsqueda".

La garantía del derecho humano a la comunicación estaría entonces, según esta mirada, en el corazón de las políticas de fomento a los medios comunitarios**.** Desde Aire Libre sostienen que "El Estado tiene que financiar la producción de mensajes que aporten al ejercicio de derechos y a la mejora de la calidad de vida". En la línea de la responsabilidad estatal se expresan también desde Sapukay: "con respecto al Estado, es responsable del derecho a la comunicación. No se puede hacer el *pelotudo* y mirar para el otro lado. El Estado es responsable de garantizar este derecho", sostienen de manera enfática. Respecto del concepto de "equilibrar" el sistema de medios, -la "competencia en el mercado" dicho en términos comerciales o empresariales-, subrayan desde Aire Libre: "El Estado equilibra". Según su punto de vista, a una radio sin fines de lucro "tengo que darle recursos para que pueda estar en las mismas condiciones técnicas de producir contenido de calidad como una empresa". Según esta perspectiva, el objeto social -no lucrativo- de una organización social es el factor determinante de la política de fomento. Organización social que aporta a la promoción de derechos, organización que merece ser financiada para desarrollar proyectos en ese sentido: "Lo que tiene que hacer tiene mucha más responsabilidad social que una empresa privada. Mucha más responsabilidad en la sociedad, frente a la sociedad, que una empresa privada.

Entonces, por eso necesita fomento". Respecto del rol del Estado, agregan: "El Estado supuestamente tiene intereses para el bien común. Entonces, ¿quién pone plata en los lugares donde hay intereses para el bien común? El Estado tiene que ser uno de los principales financiadores". Y también desde la entrerriana Barriletes: "Nosotros consideramos políticamente que el impuesto de FOMECA es la plata del pueblo, ¿no? Que está administrada por un Estado. Entonces está bien que vuelva a nosotros. Y a nosotras que somos parte de ese pueblo. Que paga esos impuestos con su trabajo. Y no que se vaya a los monopolios". También desde Oré Tapé:

> "Para mí tiene que estar apoyando estas expresiones claramente no hegemónicas de la comunicación. El rol del Estado en todos los sentidos tiene que ir para ese lado, de estar apoyando las expresiones no hegemónicas o más vulnerables o más desfavorecidas, que no tienen capacidad de competitividad en el mercado, que no hubiesen surgido de otra manera en la realidad, no estaría funcionando esta radio como tantas otras regionales, incluso si no fuera por la mano de INTA y de la ENACOM, trabajando en conjunto, sea por la mano del Estado, porque no es rentable, ninguna empresa te va a financiar una radio comunitaria o va a ayudar a cuestiones que no sean rentables".

Un punto crítico que es incluido en la relación con el Estado por parte de las emisoras tiene que ver con la pauta publicitaria oficial. Así como el fomento desde ENACOM es señalado como un derecho, las radios consideran que la distribución de la pauta también debe ser equilibrada y justa entre todos los tipos de medios, como una forma de garantizar pluralismo y diversidad. A diferencia del FOMECA, la pauta no cuenta con ningún tipo de regulación, lo cual deja su manejo al arbitrio de los gobiernos de turno. Así como sucede en FOMECA, cuando las radios cuentan con licencia su participación se facilita mucho. Cuando no la tienen, se han buscado alternativas para poder llegar a estos recursos, ya sea a través de la vía política de la negociación, o bien buscando instrumentos legales para poder alcanzarlos. Pero sin

duda este tema constituye un aspecto central en la relación entre los medios comunitarios y el Estado en términos de derecho a la comunicación. Señalan desde Raco:

> “Pensar el ingreso como un derecho tiene que formar parte de toda la experiencia de comunicación comunitaria y popular y que muchas veces justamente lo que decimos que sea el poder contar con un piso garantizado ayuda a pensar otras cosas, otras ventanillas a tocar y demás. Nosotros, justamente hablando del Fomeca, después terminamos hablando también de la pauta y de lo arbitrario e irracional que es”.

En igual sentido van los Villanos:

> “Yo sumaría lo del reparto de la pauta oficial, que es otra de las herramientas de financiamiento, porque digo, a ningún medio hegemónico se le pide que presenten proyectos, que vendan todo con facturas, es como que les llega la guita por pauta y no tienen que releer nada, lo cual te quita tareas de encima. Bueno, creo que esa misma herramienta, que es la pauta oficial, también la tenemos, que nos pertenece también como medios comunitarios y cooperativos, porque estamos garantizando un derecho humano”.

En materia de pauta oficial, podemos agregar que las radios gestionan por sus propios medios -y con diversos resultados- en sus municipios y provincias. Existen casos también -podemos mencionar el de Entre Ríos, Córdoba, o Buenos Aires- en los cuales las radios se agrupan y negocian colectivamente el acceso a estos recursos públicos. Las condiciones legales y administrativas deben estar en orden: en varios casos, la necesidad de poder entrar a la pauta generó que pusieran en condiciones todos los trámites administrativos correspondientes. En otros casos, hay que decir que no lograron desarrollar esas gestiones. Es importante señalar también que en el marco de FARCO, se produjeron avances en materia de acceso a la publicidad oficial nacional. Sobre el final del período estudiado (2023) unas

cincuenta radios socias de la red contaban con número de proveedor de la Agencia Télam -encargada de la gestión por parte del gobierno nacional- y se encontraban recibiendo asignación de pauta. Si bien este número corresponde a menos de la mitad de las asociadas, consideramos que es de un volumen importante.

5.3.8 Problemas y dificultades detectadas

Vamos a referirnos ahora a lo que las emisoras consideran los principales obstáculos identificados en la participación en el Programa. Podemos definir cuatro aspectos, de distinta relevancia, que se encuentran a su vez relacionados entre sí: los problemas vinculados a la lógica burocrática, de presentaciones y rendiciones; los problemas relacionados con la inflación y la pérdida del valor del dinero adjudicado; los que se presentan cuando las emisoras no han logrado acceder a la cobertura legal correspondiente; y aquellos relacionados con la relación con el organismo y sus delegaciones provinciales -o la falta de ella-. Son de distinto orden y magnitud, aparecen con distinto nivel de recurrencia, con lo cual los abordamos a partir de lo que consideramos un orden de importancia.

La primera de ellas, vinculada a la lógica burocrática, es la más común en los relatos de las emisoras. Mantener la personería jurídica de la entidad -asociación civil, mutual, cooperativa, fundación- al día, los balances contables, las cuentas bancarias, los trámites en AFIP, los distintos impuestos y gravámenes, resultan “costos ocultos” -como señalaba Iglesias (2016) complejos de asumir. Se suman además a la necesidad de tener vigente el Registro FOMECA, el Registro de Productoras -si fuera el caso- necesarios para poder presentarse a las distintas

convocatorias. Es cierto que el propio Programa financió con líneas propias acciones de capacitación y recursos varios para abordar estos temas -como señalaba Adrián Lebendiker, impulsor de la Línea de Gestión-, pero no en todos los casos se logró crear los roles, construir los saberes y armar los equipos de trabajo para poder asumirlos. En los casos donde sí se logró, los proyectos crecieron y lograron mejores niveles de sostenibilidad. El "volumen de trámite administrativo", según aparece nombrado en las conversaciones con las emisoras, el hecho de "estar al día con muchos registros como el de Productoras y el FOMECA" surgen como obstáculos especialmente en las organizaciones de menor trayectoria. El tema de las rendiciones, que implica presentación de planillas excel, facturas de proveedores, chequeo de las mismas en AFIP, pueden resultar inaccesibles en determinados casos: "Hay cosas que no todos entendemos de esos lenguajes, o que te llevan un tiempo y quizás ahí debería haber como una pata más fuerte que acompañe ese proceso de rendición. O del otro lado, lo que es la presentación". En la diversidad de casos relevados, hay un factor común en algunos proyectos respecto de la necesidad de apoyo permanente de parte del organismo. Situación que no se da en organizaciones más experimentadas, que incluso cumplen el rol de acompañar a otras. En este proceso, el riesgo es generar dependencia ya sea del organismo o de radios que cumplan el rol de "madrinas" sin que la propia organización desarrolle procesos de gestión más autónoma. Entre las debilidades planteadas se suma en algunos casos que "Faltan compañeros capacitados para elaborar proyectos", lo que requiere de espacios de formación y capacitación permanentes. Y a la vez las emisoras que han hecho ese recorrido valoran la capacidad de autogestión desarrollada: "Tener los conocimientos necesarios para la

presentación de papeles para poder cumplir, pero una vez que te formas en eso ya es muy simple poder acceder". Esto mismo comentaba una trabajadora de FOMECA respecto de algunos casos de emisoras que entre 2021 y 2023 obtuvieron la licencia y comenzaron inmediatamente a presentarse a FOMECA como emisoras: destinando recursos para una persona o más que gestionen proyectos, la sostenibilidad de la emisora mejora notoriamente, y lograr entrar en ese "círculo virtuoso" de mejor programación, tareas rentadas, reconocimiento en la comunidad, acceder a publicidad, y mejorar su capacidad de incidencia.

Vinculado con lo anterior, un problema frecuentemente señalado para aquellas localidades con escasa conectividad a internet es el manejo de la Plataforma de Trámite a Distancia (TAD). Si bien ya hemos señalado que, luego de un proceso inicial de conocimiento, aprendizaje y experimentación, en términos generales ha facilitado la gestión y administración de los proyectos, como la firma de convenios posterior a su aprobación -que se realiza con firma on line-, y la recepción de notas sobre rendiciones o subsanaciones, éste sigue presentando dificultades en su accesibilidad. Encontramos diversos relatos donde se señala que ciertos mecanismos administrativos del Programa se plantean como si en todo el país existiera el mismo nivel de conectividad a internet, como si su acceso ya fuera universal. La realidad de la distribución geográfica de los bienes y servicios culturales y tecnológicos, en cambio, se presenta en las experiencias relevadas como notoriamente desigual, y esto impacta en las formas de responder a los requerimientos que se realizan desde la Ciudad de Buenos Aires de un modo eficaz. Por otro lado, la impersonalidad de intercambio vía TAD atenta contra el tipo de relaciones que las personas vinculadas a organizaciones comunitarias suelen tener

incorporadas como parte de su cultura institucional, caracterizada por la cercanía y el vínculo humano. Es por esto que dentro del Programa FOMECA sus propias trabajadoras -especialmente a partir de la post pandemia- recomendaron realizar viajes por las distintas provincias para conocer con más detalles las lógicas de trabajo, para tener encuentros cara a cara con los participantes de la política y así desarrollar otro tipo de estrategias de vinculación.

Podríamos preguntarnos si el nivel de exigencia burocrática no resulta coherente con los montos de dinero asignados en los concursos, y con la necesidad de contar con capacidades para gestionarlos acordes con estándares de manejo de los fondos públicos. Aquí nos encontramos con la dificultad de establecer criterios homogéneos: son muy distintas las realidades de organizaciones de larga trayectoria de las que recién inician; aunque -según lo relevado y comentado en este trabajo- existen también aquí contradicciones: hay entidades con décadas de existencia que no logran aún hoy organizarse para gestionar un subsidio, y otras de creación reciente que lo hacen de modo eficiente desde el primer momento. Podemos decir que desde el Estado podrían establecerse unos pisos mínimos para la gestión de este tipo de proyectos, y que desde las propias redes de organizaciones y la autoridad de aplicación podrían establecerse mecanismos de apoyo para aquellas que presentan mayores debilidades. Señala una de las radios consultadas en nuestro relevamiento: “Podría existir un calendario anual con fechas estimativas para una mejor organización de los interesados. Que se brinde capacitación en una época del año que no coincida con el tiempo de presentación. Mientras se elabora el proyecto, son necesarias tutorías y asistencia que acompañen el proceso”, mostrando aquí una clara demanda de acompañamiento

permanente.

En el orden de lo burocrático, nos encontramos también con el proceso de rendiciones, que la gran mayoría de las emisoras señalan como problemático. En algunos casos, debido a la inexperiencia en la gestión de proyectos anteriores, que se puede resolver en base al acompañamiento ya señalado, sea de otras emisoras o del propio organismo. En organizaciones de mayor experiencia, encontramos también señalamientos en lo relativo a ciertas demandas del área solicitando información o cumplimiento de aspectos que se consideran no del todo relevantes. Hay que decir aquí que dentro de la Dirección de Fomento están disociadas las áreas de rendición de la que gestiona FOMECA propiamente dicho, con lo cual los enfoques de trabajo varían y no siempre se tiene en cuenta la lógica comunitaria y social mencionada anteriormente.

Otro problema que aparece con mucha frecuencia se vincula con la dinámica inflacionaria propia de la Argentina de los últimos tiempos, especialmente en el período post pandemia. Por ejemplo: “te terminás acostumbrando a hacer una especie de contabilidad paralela. Donde sabés que ganaste un millón hoy y a la hora de la práctica eso va a representar un 40% menos, 30% menos de lo que ganaste” señala una radio de las más experimentadas. Se trata de una dificultad que aparece en la mayoría de los relatos. Otra comenta: “El gran problema que hemos detectado en todos estos años, y que en realidad no es responsabilidad directa de FOMECA, es el modo en que se desvalorizan los fondos por los que se concursan. Eso obliga a cambiar estrategias en el camino”. De las emisoras surgen también propuestas, por ejemplo incluir alguna claúsula para revertir los efectos que produce la inestabilidad económica del país. Ya que cuando llegan los fondos debemos reconfigurar el

proyecto, y muchos items quedan sin resolver por la merma en la ejecución de los valores monetarios". Esto implica también sugerencias de mayor agilidad en el circuito interno del organismo, y en la división de la entrega de los subsidios en varios desembolsos. Otra de las consultadas señala: "Consideramos que se puede trabajar de forma más eficiente el circuito de presentación, aprobación, ejecución y rendición dado que entre la presentación y el desembolso se generaron siempre brechas de hasta dos años, situación que hizo un desajuste entre los presupuestos por causa de la inflación, lo cual impactó en las ejecuciones y por ende en los ciclos de rendición". *Agilidad* es una palabra que podría sintetizar uno de los elementos clave que sugieren las radios para mejorar el funcionamiento del Programa.

Un tercer tipo de problema se presenta cuando las emisoras no cuentan con cobertura legal para poder presentarse a los concursos. Es cierto que, desde los comienzos, si la radio no tiene licencia cuenta con la opción de presentarse como Productora. Esto requiere de algunos trámites extra -realizar un doble Registro: el de FOMECA y el específico de Productora- que pueden implicar cierto desgaste si no existe experiencia y conocimiento previos. Este último tiene además un costo económico que algunas no han podido afrontar. Debemos tener en cuenta también que, si bien esto ha sido un *bypass* -según lo denominó un coordinador de la primera etapa del Programa- no son las mismas Líneas -y los montos en dinero- a los que se puede acceder. Por otro lado, la imposibilidad de obtener la licencia -como hemos señalado en varias oportunidades, una de las luchas históricas del sector comunitario- se presenta como una deuda pendiente que debería resolverse con urgencia. El impedimento muchas veces tiene que ver con la localización de las emisoras en "zonas de conflicto" que el propio organismo excluye en los llamados a

concurso, con lo cual no quedan opciones para obtener la ansiada legalidad[226]. Recordamos que fue un tema de agenda muy presente a partir de 2021, cuando se creó un espacio -la Mesa de Regularización- conformada por trabajadores y trabajadoras de FOMECA, de la Defensoría del Público, de FARCO y del INTA, con resultados positivos.

Desde el punto de vista institucional, un tema problemático lo ha constituido la relación con las Delegaciones del ENACOM . Ya sea por la falta de conocimiento sobre FOMECA que las radios manifiestan que existía en muchas de ellas, como por la poca voluntad de acompañamiento. En las gestiones institucionales analizadas aquí, sin embargo, podemos señalar momentos diferentes. Entre 2013 y 2015 -durante la gestión de Martín Sabbatella- la Dirección Nacional de Delegaciones -a cargo de Gustavo Hurtado- trabajó en forma articulada con la Dirección de Proyectos Especiales, como parte de la *organicidad* que remarcamos como rasgo de la política pública en esta etapa en la entonces Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Se produjeron por esos años muchas acciones de capacitación en territorio en forma conjunta entre ambas áreas, en todo el país. Se capacitó a las delegaciones y se designó personal para ocuparse del tema. A su vez, el hecho de tener que presentar los trámites de FOMECA -o cualquier otro- en formato papel, generó un vínculo natural. En cambio, en la primera etapa del gobierno macrista -hasta 2017- esa dinámica se desactivó. Recién a fines de ese año se reactivaron las nuevas Líneas, y se llegó a generar un encuentro nacional con un referente por delegación para ocuparse del tema. En 2019, por ejemplo, se abrió la posibilidad de realizar algunos talleres territoriales -especialmente para

[226] Sucede especialmente en las grandes ciudades y sus alrededores: Buenos Aires, La Plata, Rosario, Córdoba, Neuquén -y su vecina Cipolletti-, como las más relevantes.

acompañar a las comunidades de pueblos originarios-. En esa gestión, la implementación de la plataforma TAD generó que las organizaciones ya no tuvieran que acercarse a las Delegaciones para presentar los proyectos, entonces el vínculo comenzó a fluir más directamente con las oficinas en Buenos Aires. En la etapa 2019-2023, el impulso por trabajar más directamente con las distintas provincias y sus organizaciones -no tanto con las Delegaciones- surgió desde las propias trabajadoras de la Subdirección de Fomento, con el aval de las autoridades del área, que en algunas instancias puntuales se sumaron a los talleres y espacios de acompañamiento. Pero no se podría afirmar que el ENACOM como tal -de forma orgánica- haya tomado la decisión de apuntalar nacionalmente el apoyo a las organizaciones destinatarias de la política pública en esta última etapa. Entonces nos encontramos con delegaciones que no contaban con personal idóneo para realizar este tipo de tareas. Como señaló un integrante del Programa FOMECA en forma autocrítica:

> “En territorio faltó ahí también una fuerte articulación con las delegaciones, porque (...) salvo excepciones, desde la centralidad de Buenos Aires, no estaban vistas como parte del esquema, sino como (...) apéndices, donde las entidades dejaban los productos, en algunos casos, como pasó todo a centralizarse por TAD, en muchos casos no entendían algunas cuestiones administrativas específicas de Fomeca”.

Otra integrante lo confirma:

> “Se enfrió muchísimo el vínculo entre las delegaciones y las organizaciones a partir del TAD. Porque antes de eso el vínculo era fuerte y la gente acudía a la delegación y el compañero encargado de FOMECA tenía en claro un montón de cosas. A partir del TAD (...) perdimos todo, perdimos contacto, perdimos laburo territorial (...) Muy pocos delegados lo tuvieron en cuenta”

Nos encontramos así con un problema importante, que es un déficit de

territorialidad del ENACOM para desarrollar vínculos estratégicos con las organizaciones participantes del Programa, lo que generó como efecto una pérdida de la capacidad de articulación de la política pública con sus principales sujetos de comunicación. La existencia de la Plataforma TAD sin duda facilitó muchos trámites, pero tuvo como contracara la pérdida de lazos sociales y comunicacionales que le otorgaban mayor integralidad a las acciones para generar procesos de democratización y ejercicio de derechos[227].

5.3.9 Aportes para futuras convocatorias

En las diversas instancias de conversación con las radios les hemos consultado qué aportes realizarían al Programa FOMECA para futuras convocatorias. Las hemos ordenado a partir de las siguientes categorías:

a. Financiera
b. Administrativa
c. Temática
d. Rol de la política pública en relación con las organizaciones destinatarias

Respecto de la dimensión financiera, se destaca la necesidad de acelerar los tiempos de pago de los distintos desembolsos. Especialmente, se menciona

[227] No casualmente, este proceso culminó con el cierre de todas las Delegaciones provinciales de ENACOM en abril de 2024, a partir de una Resolución de Juan Martín Ozores, interventor del organismo en la gestión de Javier Milei, utilizando el argumento de los Trámites a Distancia para intentar demostrar su inutilidad.

nuevamente la dinámica inflacionaria y el deterioro progresivo del valor del dinero para realizar compras de bienes o realizar aportes económicos a los integrantes de los proyectos. Se sugiere también simplificar los mecanismos de rendición y subsanación. La dimensión administrativa, muy vinculada a la anterior, incluye otros aspectos, como la necesidad de tener en cuenta las distintas características de las instituciones sin fines de lucro (la diferencia entre ser una cooperativa, una fundación, una asociación civil, una mutual, etc.) y lo que esto implica en términos formales y contables. También se propone atender a las emisoras sin licencia.

En lo temático varias emisoras consultadas valoraron la línea de Formación y propusieron que se vuelva a convocar. También encontramos casos en los que se propone dar continuidad a todo lo referido a Gestión. Respecto de las líneas de producción de contenidos específicos, que se han dedicado a cuestiones como *Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo, Ley de Mil Días, Cupo Trans, Malvinas,* entre otros, se plantea mayor flexibilidad temática a elección de cada emisora en función de sus intereses particulares. Otras líneas que se sugiere reconvocar son la de Redes -que se abrió en 2015- que favorecía la articulación a nivel provincial, regional y nacional- y la de Emergencias -ante problemas graves con equipos de transmisión debido a tormentas eléctricas, por ejemplo-.

En cuanto al rol que se espera de la política pública, se destacan las necesidades de un mayor acompañamiento, asesoramiento y capacitación, especialmente en aquellas emisoras que participan hace menos tiempo en las convocatorias del Programa. Respecto de las delegaciones de ENACOM, se propone una mayor presencia en las convocatorias, la capacitación de sus integrantes, y se alerta sobre el cierre de las mismas. El federalismo es otro elemento importante: en

particular se solicita a la hora de comprar equipamiento que se tengan en cuenta las distancias geográficas con proveedores y las diferencias entre radios cercanas a centros urbanos y aquellas más lejanas. Se agrega también la importancia de los encuentros entre participantes de FOMECA, la circulación de producciones realizadas y la promoción para el intercambio de contenidos y enriquecimiento de las programaciones -en la línea del Programa Benteveo-. Por último, y no menor, se manifiesta la necesidad de ejecución plena de los fondos -que como ya se ha señalado, equivale al diez por ciento de lo recaudado por el ENACOM-, porcentaje al que nunca se llegó en los diez años analizados.

Por último, consultamos qué suponen que pasaría en sus emisoras si el programa se discontinuara: en la totalidad de los casos -y como era de esperarse- se considera de forma negativa. Encontramos muchos comentarios que hacen referencia a la reducción de los ingresos (sostenibilidad económica), y como consecuencia de la propuesta comunicacional (construcción de sentidos): “tendríamos que reducir la propuesta un cincuenta por ciento”; “sería un golpe muy fuerte a la sostenibilidad de las radios”; “Va a ser un golpe duro para el desarrollo y mantenimiento de nuestros proyectos” (es significativa la repetición de la palabra “golpe”). Otras agregan que “Sería un impacto importante, sobre todo en lo referente al sostenimiento económico del equipo humano que llevamos adelante la radio” y que la situación se volvería “Deficitaria en todo sentido.” Es decir que el recorte implicaría una merma en la posibilidad de fomentar el pluralismo y la diversidad de voces a nivel local. También se considera que implicaría un freno al crecimiento de los últimos años: “Influiría de manera notable en la planificación de mediano y largo plazo del medio. Mirar más allá de la coyuntura”. Como hemos señalado, aparecen

indicios del Programa como factor de crecimiento de los medios comunitarios y no solamente como recurso para afrontar el día a día.

En cuanto a la Sostenibilidad organizativa (interna) el impacto sería notable: “Obligaría a una reformulación absoluta del funcionamiento de nuestra radio / organización”; “Sería una situación compleja porque no permitiría poder proyectar crecimientos en determinadas áreas o producción de contenidos a futuro; por otra parte, la estructura de gestión y administración se vería resentida”; “Se reduce la calidad de las producciones debido al desfinanciamiento para la incorporación del personal de tareas”. Y es en este punto donde vuelve a aparecer el dato clave de las tareas rentadas que mencionamos anteriormente: el Programa permitió pensarse en términos laborales a partir de cubrir tareas remuneradas. Y retomamos un interrogante que recorre todo el trabajo: ¿se debe considerar al FOMECA una política de financiamiento permanente para las radios o un impulso inicial para favorecer la construcción de proyectos sostenibles mediante recursos más diversificados? ¿Cuáles serían esos recursos?

Hasta aquí desarrollamos un extenso análisis de las transformaciones producidas en las radios socias de FARCO a partir de la implementación del Programa FOMECA, a partir de las dimensiones de análisis construidas para este estudio: la sostenibilidad, la incidencia, la construcción de sentidos y la estética, considerando también la configuración de un modo de relación entre el Estado y las organizaciones del sector. Encontramos una valoración general positiva respecto de la política pública, que favoreció su crecimiento, especialmente en materia de gestión y sostenibilidad (interna, económica y social); registramos también avances en lo referido a la construcción de sentidos, especialmente en la posibilidad de

ampliar y diversificar la oferta de contenidos e incluir temas en la agenda pública local, logrando así mayor capacidad de incidencia, especialmente en su presencia territorial y los lazos con otros actores sociales con los cuales han potenciado sus alianzas. Se han mencionado también avances sustantivos en las posibilidades de equipamiento de las emisoras y su actualización tecnológica. Identificamos resultados menos significativos en materia de desarrollo artístico y estético, y también queda pendiente contar con datos que permitan conocer si sus niveles de audiencia a nivel local mejoraron a partir de los cambios sustanciales logrados en sus proyectos político comunicativos.

Respecto del vínculo con el Estado, encontramos que FOMECA también facilitó el acceso a la legalidad de muchas emisoras, lo cual abrió la puerta a recursos de gran volumen para sus proyectos. Este proceso fue posible a partir de la interacción entre distintas áreas del Estado -comprometidas con la democratización de la comunicación- y la propia red FARCO. Así, la participación activa de las organizaciones y la interacción fluida con determinadas políticas públicas y sus integrantes significó un elemento potenciador de las prácticas de comunicación popular y comunitaria analizadas. Daremos más detalles de este proceso en el apartado que sigue.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES

6.1 Principales hallazgos

Llegamos al final de este trabajo. Nos propusimos desde su gestación la tarea de producir conocimiento sobre la forma en que una política pública de comunicación -el Programa FOMECA- logró impulsar transformaciones en las prácticas radiofónicas de los medios del sector sin fines de lucro, en especial en las emisoras socias de la red FARCO, la más importante de Argentina por su cantidad de afiliadas e historia.

Como primer punto relevante, es importante volver a destacar que esta política fue creada luego de muchos años de resistencias, luchas y pujas de poder al interior del campo de la comunicación y los medios de Argentina, en un marco de relaciones complejas del sector con el propio Estado y sus organismos de aplicación. Su semilla había sido sembrada en el año 2004 a partir de los *21 Puntos por una Radiodifusión Democrática* -que construyó el *piso* de diversidad y pluralismo necesario en una normativa de comunicación- y se plasmó efectivamente en el art. 97 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009. En medio de la disputa judicial con los grupos multimediáticos de Argentina, no se decidió impulsar esta política en forma inmediata, sino recién en el año 2013. Desde sus inicios, los medios del sector comunitario -a través de sus redes y entidades representativas- participaron activamente en la definición de sus criterios, modalidades, temas y ejes de financiamiento. Así, su capacidad de incidencia -demostrada en la lucha por la LSCA, articulada con otros sectores del campo de la comunicación democrática en

Argentina agrupados en la *Coalición*- continuó en el ámbito de la gestión estatal. Esto se dio en dos planos complementarios: uno, con personas que se integraron a trabajar cotidianamente como parte de los equipos de AFSCA y ENACOM; pero sobre todo mediante la interlocución permanente entre las y los responsables de FOMECA -tanto a nivel político como técnico- y las y los representantes del sector comunitario. En este sentido, la acción del Programa representó una continuidad con las luchas de años anteriores, plasmadas en una política sustantiva desde el ámbito gubernamental. Cabe destacar que este proceso fue posible en un marco más amplio de desarrollo de políticas estatales en distintas áreas -mencionadas reiteradamente en este trabajo-, que fueron permeables a este tipo de conocimientos surgidos de las prácticas sociales, y contaron con trabajadoras y trabajadores que encararon este desafío como una práctica política transformadora, motivados por los valores de la comunicación popular y comunitaria.

Complementariamente a lo dicho, debemos resaltar que esta dinámica de participación activa y de diálogo entre el Estado y las organizaciones no fue homogénea: inició con un nivel de confianza y trabajo conjunto importante entre 2013 y 2015; siguió con muchas dificultades, sospechas y discusiones entre 2016 y 2019; y volvió a lograr una interacción permanente -aunque de menor intensidad y capacidad de incidencia en la toma de decisiones- entre 2020 y 2023. Las organizaciones consideraron desde sus inicios al Programa como propio, aunque reconocieron con claridad el rol del Estado y su responsabilidad en la ejecución. Demandaron en cada etapa la asignación total del diez por ciento (10%) correspondiente al gravamen a los servicios de comunicación audiovisual en

materia de subsidios, y se manifestaron públicamente cuando ese porcentaje fue insuficiente.

Como parte de una continuidad histórica, las organizaciones de la comunicación popular y comunitaria lograron incorporar elementos conceptuales que habían sido construidos en procesos previos en nuestro país y en América latina, especialmente aquellos vinculados a la *gestión* y la *sostenibilidad* de los medios comunitarios; a su vez, el Programa creó metodologías y enfoques particulares[228]. El sector también contribuyó con sus saberes y experiencias en los criterios para equipar tecnológicamente a las emisoras, en los enfoques y modalidades para llevar adelante procesos de formación, en cómo hacer más accesibles los concursos de licencias o los trámites a distancia (TAD), temas que fueron fuente de consulta permanente y de apoyo incluso para el personal de AFSCA y ENACOM desde el propio sector, invirtiendo una lógica bastante habitual entre las políticas públicas y sus beneficiarios/destinatarios de “bajar información”, desde una metáfora de comunicación -y dominación- lineal, totalmente obsoleta. Así, los saberes construidos en décadas de trabajo fueron incorporados en distintas ocasiones en los reglamentos y formularios de las distintas convocatorias, también en aquellas vinculadas a la producción de contenidos radiofónicos, con definiciones claramente asociadas a las prácticas históricas de los medios comunitarios.

Esto generó una apropiación importante de la política por parte de FARCO en tanto entidad articuladora de emisoras comunitarias. La pertenencia a la red, a partir de los saberes y conocimientos acumulados, generó que se desplegaran mecanismos cotidianos de asesoría, de acompañamiento, de consulta, de apoyo,

[228] Especialmente en la Línea Gestión durante su primera etapa.

que resultaron indispensables para los medios y organizaciones con menor experiencia. Los intercambios entre pares fueron claves en el aumento de la cantidad de beneficiarios del Programa, y en el crecimiento que es posible detectar en las series históricas, generando una verdadera *transferencia entre pares*. Esto provocó un desarrollo cualitativo del sector de los medios comunitarios como no se había observado antes del período 2013-2023.

La política pública también registró vaivenes desde el punto de vista interno: inició con mucha voluntad política y un reducido personal para hacerse cargo de las tareas a realizar, con escasa capacitación y conocimiento de los temas a abordar, que desarrolló aprendizajes en forma acelerada y en poco tiempo logró resultados significativos. Con el primer cambio de gobierno -y en consonancia con la orientación política general de esa etapa- ese equipo fue diezmado, el Programa puesto bajo la lupa y auditado bajo sospechas de malversación: éstas no fueron comprobadas, aunque demoraron el reinicio de las convocatorias. Moderadamente el equipo se fue rearmando con personas provenientes de diversas áreas del organismo de aplicación, y se fortaleció con la llegada de un nuevo gobierno. En esta última etapa, el personal demostró un crecimiento en su capacidad de gestión, y desplegó acciones de vinculación territorial que ampliaron su conocimiento del sector y mejoraron así su eficacia interna.

Respecto de nuestro interrogante central -las transformaciones que produjo la implementación del Programa en los proyectos político comunicativos de las emisoras asociadas a FARCO-, podemos concluir que la dimensión de la *sostenibilidad* de los medios fue la que más se fortaleció. No solo porque las organizaciones recibieron fondos para solventar los gastos permanentes que

requiere una radio para mantenerse al aire, sino por la generación de condiciones materiales para dinamizar los equipos de trabajo, capacitarse, ganar experiencia de gestión, sumar nuevas personas a los equipos, profesionalizar sus tareas, y entender que la comunicación comunitaria y popular puede complementar militancia y trabajo rentado. La existencia de FOMECA efectivamente fue durante sus etapas de mayor desarrollo un *colchón* de recursos para estos proyectos, que en muchos casos pudieron planificar más allá del corto plazo -superando el esquema de supervivencia del contexto de ilegalidad- pero lo más interesante fue la generación de escenarios de posibilidad de mejora, de evolución desde lo precario hacia lo virtuoso, de transición entre unos pisos mínimos de existencia de una emisora al aire pasando música y con programación eventual, a uno más alto de producción de contenidos propios en forma diaria y cobro -al menos por tiempos acotados- de salarios por parte de las y los comunicadores que los llevaron adelante. Claramente no concluimos que los más de setecientos beneficiarios que tuvo el Programa en sus diez años de historia hayan alcanzado este estadío, como así tampoco los noventa que respondieron nuestra Consulta, o los catorce que logramos entrevistar en profundidad. Pero sí encontramos en la gran mayoría de las experiencias consultadas una evaluación positiva de la implementación de la política, que aportó elementos clave para poder existir y proyectarse en el tiempo como medios de comunicación comunitaria sostenibles. En este sentido, uno de los avances que se registra es la modificación en la percepción -propia y del entorno- de este tipo de medios *desde la precariedad hacia la calidad*: poder comprenderse a sí mismos y en sus comunidades como proyectos político comunicativos con capacidad tecnológica, producción de contenidos y condiciones para incidir en la agenda

pública. No entendemos este cambio de percepción como un punto de llegada sino como un proceso, que presenta diversidad de situaciones y experiencias, pero que sin dudas ha demostrado que cuando se vincula el espíritu de autogestión de los medios con el apoyo estatal sostenido, pueden generarse proyectos de comunicación comunitaria que perduren en el tiempo y sean relevantes para las audiencias y comunidades donde se insertan socialmente. En esta línea consideramos clave la incorporación de la dimensión de la *profesionalización de las prácticas radiofónicas comunitarias*: no hay razón por la cual seguir asociándolas naturalmente con lo *amateur*, o con los primeros pasos que se dan para luego llegar a lo que se entiende como las *grandes ligas* de los medios de comunicación comerciales. Siguiendo con la lógica de lo que podríamos denominar *modelo de comunicación autogestiva con apoyo estatal*, consideramos que las prácticas que se desarrollan a partir de saberes y competencias consolidadas en el tiempo, reconocidas y validadas por el propio sector y por organismos oficiales -el propio ENACOM, junto a otros como el de Trabajo, Educación, entidades de formación terciaria o universitaria- ya adquirieron un valor y una legitimidad para poder situarse en otro nivel. En esta clave es fundamental no abonar la autopercepción como medios marginales y periféricos dentro del espectro mediático, sino en condiciones de igualdad para ocupar un lugar relevante en las audiencias locales, para poder disputar así las agendas, los enfoques, las miradas construidas desde medios y plataformas sobre la realidad, especialmente aquellas que afectan a los sectores más vulnerables y sus derechos.

Si nuestras preguntas iniciales se referían a la modificación de las prácticas radiofónicas comunitarias y populares a partir de la implementación de esta política,

podemos concluir que ésta se produjo de forma sustancial, y que el mayor provecho fue para las organizaciones que contaban previamente con proyectos claros, definidos, y que en muchos casos habían logrado sobrevivir en escenarios adversos; en definitiva, *que contaban con una mirada estratégica*. Esa trayectoria previa generó que la habilitación de recursos se insertara en equipos de trabajo que estaban mediana o altamente consolidados, que -por fin- lograron contar con recursos para desarrollar sus prácticas apostando a mayores desafíos. En este sentido, podemos aportar que *solamente cuando una organización tiene visión estratégica puede capitalizar todo lo que ofrece una política pública*.

Si lo anterior no sucede, cabe pensar que una de las tareas centrales de una entidad articuladora como FARCO será acompañar el desarrollo de ese tipo de mirada de corto, mediano y largo plazo; el reconocimiento de los actores del entorno; la mirada histórica sobre el desarrollo de las políticas para el sector; la distinción del lugar que ocupa ese proyecto en su comunidad, su sentido, su relevancia, su correspondencia. Esta necesidad de contar con una mirada estratégica puede ser planteada también desde la política pública, como se ha hecho -por ejemplo- desde una línea como la de Gestión. Esto podría contribuir a reducir las relaciones de dependencia con el propio Estado, apuntando a diversificar recursos, y así contar con capacidades propias para financiarse y crecer.

En los casos de medios más nuevos, comprobamos que la existencia de FOMECA -y la apertura de posibilidades de obtener su licencia de FM- provocó un impulso más acelerado por estar en el *éter*, dadas las condiciones favorables para desarrollar sus proyectos con mayores recursos y disponibilidad de adquirir tecnologías que les permitieran competir con otros medios de sus localidades

-especialmente del sector privado comercial-. Esto también se produjo por una articulación dinámica entre las organizaciones y el Estado: la existencia de un ámbito como la Mesa de Regularización -conformada por FARCO, INTA, ENACOM y la Defensoría del Público- favoreció el ingreso a la legalidad y al fomento a numerosas entidades.

¿Cuánto mejoraron las infraestructuras tecnológicas de estos proyectos que intentan responder a las demandas comunicacionales de los sectores populares, las organizaciones y movimientos sociales que luchan por cambios en favor de las mayorías? Este fue otro de los interrogantes que nos hicimos en el inicio del trabajo, y es otro aspecto clave en términos de fortalecimiento del sector. Si pudiéramos tener una imagen fotográfica del *antes y después* de muchos estudios de radio, cabinas de operación, plantas transmisoras, notaríamos que los cambios resultaron por demás significativos. En ese sentido, el volumen de inversión ya descripto aquí se tradujo en herramientas concretas para mejorar la calidad de las emisiones.

También nos preguntamos sobre las mejoras en la capacidad comunicativa, de producción de contenidos periodísticos, de nuevas narrativas y nuevas estéticas. Aquí los resultados debemos decir que son dispares. Muchas radios comunitarias ganaron terreno en el campo de la producción de contenidos, pudieron sostener tiras diarias periodísticas y capacitar nuevo personal. Encontramos también situaciones en las que, al cortarse el financiamiento, costó mucho esfuerzo darle continuidad con otro tipo de recursos, en forma voluntaria o militante. Allí es menor la cantidad de experiencias que lograron sostener este tipo de producciones más costosas mensualmente. Desde el punto de vista de la estética, no hemos registrado avances sustanciales en la mejora de sus procesos de desarrollo como sector. Los relatos

registrados no dan cuenta de una renovación en el plano sonoro o artístico, salvo en contadas ocasiones; tema que como desafío puede ser una línea de intervención a implementar. Otro aspecto no resuelto es el de la visibilización e intercambio de las producciones realizadas: parece evidente la falencia de una estrategia de banco de contenidos sonoros y audiovisuales que enriquezca las grillas de programación de los distintos medios, con enfoque regional, de diversidad cultural y pluralismo, en línea con el espíritu del Programa y la norma que le ha dado sustento. El intento a partir del Programa Benteveo resulta un proceso *a mitad de camin*o, que aparece también como desafío para futuras gestiones, aprovechando también las condiciones del escenario digital y de plataformas que vivimos en la actualidad.

Desde el punto de vista de los estudios sobre políticas de comunicación en Argentina, entendemos a partir de lo relevado en este trabajo que las condiciones de *acceso y participación* -conceptos históricos para evaluar el alcance de una política nacional de comunicación, en los términos clásicos de nuestro campo- lograron plasmarse sólidamente, con los matices ya señalados. En términos de *acceso*, los números demuestran que en tiempos de gestiones favorables al ejercicio de la comunicación como derecho (2013-2015 y 2020-2023) el crecimiento fue sostenido y las posibilidades de solicitar financiamiento estuvieron siempre presentes; cuando éstas presentaban obstáculos, se generaron estrategias de acompañamiento desde el Programa para sortearlos y fortalecerse en el plano administrativo y burocrático. Las dificultades de *acceso* surgieron a partir de la implementación de los *trámites a distancia* y los *registros*, en la etapa favorable a la concentración mediática y donde primó la sospecha sobre el manejo de fondos (2016-2019), lo que generó un *bache* importante (como puede verse en el nivel *cero* de ejecución presupuestaria del año

2016) que paulatinamente se fue recuperando. La *participación* más amplia -en discusión de temas a financiar, características de las líneas, rubros que eran posibles de subsidiar o no, reglamentos, etc.- se dio en la primera etapa, en gran medida por la novedad de la política y la gestión que la impulsó, pero también por la voluntad de construcción colectiva de un nuevo modelo de comunicación democrático en Argentina de modo más general. En parte ese espíritu se recuperó en la tercera etapa, aunque de forma más limitada: se mantuvo una interlocución entre el Programa y las entidades representativas de los medios comunitarios, con mayor predominio en la definición de líneas y criterios por parte de la política pública. Se pensó allí al sector, entonces, más como un canal de difusión de la información surgida en el área responsable de la gestión, que como un actor con una trayectoria y unos conocimientos legítimos para aportar a la política en forma determinante. Consideramos así que la categoría de *fomento*, que no estaba presente en los debates históricos -y actualmente incluye a otras áreas como el cine, la cultura y diversas ramas del arte, pero también a distintas ramas de la economía y la industria- es potente para renovar los significados sobre el rol del Estado en relación con la sociedad y sus organizaciones, revisando su propio sentido en el marco de un modelo de país que promueva el acceso a derechos, innove en distintas áreas, y genere dinámicas creativas de producción donde los medios de comunicación ocupen un lugar relevante. En ese camino, los espacios de diálogo y concertación pueden ser ámbitos de producción de ideas y proyectos que sumen valor a lo ya realizado en los nuevos escenarios digitales; las organizaciones no lucrativas podrían ser parte de este modelo, con sus propias características.

En línea con lo anterior, se vuelven necesarias nuevas definiciones político conceptuales para las prácticas de los medios del sector sin fines de lucro, caracterizadas históricamente como *comunitarias, educativas, populares, alternativas, participativas*. A la luz de los nuevos desafíos, ninguno de estos adjetivos las define por completo, y seguramente será la dinámica propia de la sociedad la que oriente denominaciones más ajustadas a su realidad actual. Lo que habrá de sostenerse es su intencionalidad emancipadora, su necesidad de establecer una mirada crítica de la realidad, su organización asociativa, su propuesta de una agenda diversa y plural, y la representación de voces y miradas de sectores con menor capacidad para visibilizar sus demandas en la esfera pública. Sus modos de contar, sus narrativas, sus estéticas, deberán también ser renovadas, y -como sabemos- esto es una tarea pendiente que puede desplegarse recuperando toda su dimensión participativa e intersubjetiva, ahora adecuada a los nuevos tiempos de redes y plataformas.

6.2 Desafíos de la política pública

Otro apunte que nos interesa realizar tiene que ver con el tipo de Estado que implementa las políticas de comunicación: más allá del signo político de cada gestión de gobierno -en las que podemos reconocer aquellas que se identifican con lo nacional/popular y otras con el modelo neoliberal de mercado- entendemos que FOMECA debería trascenderlas y, dada su existencia normativa, ser aplicada en forma continua y permanente. No somos ajenos a la idea de que las prácticas de comunicación comunitaria y popular están más cercanas al primer enfoque que al

segundo; sin embargo, el aporte al pluralismo y la diversidad debería ser un criterio esencial para su mantenimiento dentro de nuestro sistema democrático.

Por otro lado, consideramos que es necesario poner en relación las políticas de fomento con el modelo de comunicación vigente en nuestro país desde sus orígenes, al menos desde la fundación de la primera experiencia radiofónica en 1920 y continuada con la llegada de la televisión en los años cincuenta. El modelo de predominio del sector privado comercial con un Estado *subsidiario* -según describimos aquí siguiendo los estudios sobre políticas de comunicación- desconocía por completo la existencia de un sector no lucrativo, que se hizo espacio a fuerza de reclamos colectivos, su propia voluntad de existencia y su militancia pública. Su incorporación en el esquema de medios como un cuerpo extraño -no usaremos la categoría *tercer sector* aquí por considerarla incorrecta- a partir de la década de los dos mil y especialmente desde la LSCA, no ha resuelto el devenir de este modelo, que ha quedado inconcluso[229]. La presión empresarial y el *lobby* de los grandes grupos mediáticos, hoy sumados -o en disputa- con las multinacionales tecnológicas y de internet[230], ha acrecentado aún más el poder del sector privado, y vuelto más complejo aún el rol del Estado en materia de comunicación. Siendo coherentes con nuestro planteo, consideramos que un nuevo modelo de comunicación democrática en tiempos de fuerte presencia de los medios y plataformas digitales debería continuar fomentando aquellas experiencias que favorezcan la diversidad cultural, el pluralismo de ideas, y la representación de todos los sectores sociales en sus distintos soportes. Garantizando condiciones de

[229] Podemos decir también que, analizando la serie histórica de largo plazo -más de un siglo de medios radiofónicos / audiovisuales-, el modelo de comunicación argentino que incluye a los medios sin fines de lucro como un actor relevante tiene una trayectoria muy breve: apenas una década y media.
[230] Nos referimos a corporaciones globales como Google, Meta, Amazon, entre las más destacadas.

equidad para su funcionamiento, sin desconocer la circulación de información a través de las plataformas pero reconociendo también que los denominados medios *tradicionales* -especialmente la radio y la televisión- continúan teniendo una presencia y una relevancia en nuestra sociedad y nuestra cultura, como se demostró durante el contexto de pandemia y frente a diferentes situaciones sociales críticas. Este es uno de los desafíos de las políticas de comunicación: garantizar de forma efectiva y no discriminatoria la democracia comunicacional en el acceso, en la participación, pero también en la distribución de los recursos disponibles para garantizar diversidad y pluralismo. Para esto, debería construirse una lógica nueva para el financiamiento de los medios en general, y en particular el de los medios sin fines de lucro -lo que comúnmente se llama *modelo de negocio*-. Por un lado, tomando como punto de partida la multiplicidad de soportes y plataformas por donde circula la información en la actualidad, a partir de las cuales muchos medios ya han desplegado estrategias autónomas para obtener recursos, como la búsqueda de aportes económicos mensuales a través de redes de suscriptores. Estas opciones de creación de *comunidades* -recuperando sentidos propios del sector sin fines de lucro también para los emprendimientos de comunicación privados- se convierten en estrategias válidas especialmente en tiempos de ausencia de pauta oficial y fondos de fomento estatales. Consideramos que las políticas públicas podrían promover no solamente la transferencia directa de fondos, sino también la capacitación, la puesta en diálogo de proyectos de larga experiencia con otros más nuevos, la habilitación de escenarios de encuentro, intercambio de saberes, mentorías, pasantías, que favorezcan la circulación de conocimiento colectivo para el desarrollo de proyectos autogestivos que aprovechen todos los recursos

disponibles en los equipos de trabajo y en las propias comunidades -territoriales, temáticas, sectoriales. En este esquema las políticas públicas podrían recuperar estos saberes construidos a lo largo del tiempo y enriquecer nuevas prácticas a través de acciones facilitadoras: se revisaría de este modo el rol del Estado que solamente financia o solamente capacita desde un saber técnico, a otro modelo en el cual diseña ámbitos de producción de conocimiento en el cual los saberes son puestos en juego por una multiplicidad de actores. Ingresan en este escenario, como es de esperar, las experiencias acumuladas en nuestro país y el continente en materia de gestión y sostenibilidad de medios -que incluso podrían extenderse a medios de propiedad estatal, privada local y de pueblos originarios- en una perspectiva de ampliación de la pluralidad y la diversidad social y cultural.

Para potenciar el rol del Estado en su relación con las organizaciones sociales en pos de una mayor democracia comunicacional, en la búsqueda de un nuevo modelo para los tiempos que vendrán, consideramos que:

-Debería instituirse un espacio de acción conjunta para el diseño, la planificación, la evaluación, el monitoreo de las políticas públicas de comunicación audiovisual con representantes del sector sin fines de lucro, con un mayor grado de institucionalidad y formalidad, con espacios de trabajo periódicos, documentados, con una metodología dinámica, participativa y ejecutiva, para el fortalecimiento permanente de la política y el seguimiento de su aplicación práctica. Este espacio podría funcionar bajo la figura de un Consejo Asesor, convocado desde la Dirección de Fomento y Desarrollo del ENACOM, abierto a las entidades con representación y reconocimiento del sector, y renovable periódicamente.

-Debería reconstituirse también la arquitectura institucional democrática de aplicación de las políticas de comunicación audiovisual en Argentina, a partir de un Directorio del ENACOM que tenga representación de las distintas fuerzas políticas; de un Consejo Federal en el cual tengan voz y voto los diversos sectores de la comunicación -gobiernos provinciales, medios privados, medios públicos, medios sin fines de lucro, medios de pueblos originarios, universidades, entidades gremiales, sociedades gestoras de derechos- para deliberar sobre los lineamientos centrales de las políticas de comunicación en Argentina, tal cual lo plantea la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; de este modo un ámbito estratégico -que hoy está atravesado por la lógica de las multiplataformas y se mueve en un escenario de mayor complejidad que cuando aquella norma fue sancionada- podría tener un ámbito público y abierto de reflexión y debate.

En esta línea, debería generarse dentro de los ámbitos institucionales señalados anteriormente un ámbito de seguimiento de la inversión presupuestaria, correspondiente al diez por ciento de lo recaudado por el organismo por año vencido, a fin de garantizar la aplicación de ese porcentaje para la ejecución de las líneas correspondientes al Programa. Se considera que de este modo sería posible evitar su subejecución, o al menos reducirla.

Respecto de la estructura del Ente Nacional de Comunicaciones, un desafío central es recuperar la red de Delegaciones con asiento territorial en las distintas provincias argentinas -al menos una por cada jurisdicción- y asignar personal específico para las tareas de capacitación, asesoramiento y acompañamiento en la gestión de proyectos de entidades sin fines de lucro y de pueblos originarios. En articulación con el nivel central, podrían diseñarse estrategias de ampliación de la

cobertura geográfica del Programa, apoyando la presentación de nuevos medios y organizaciones a las distintas líneas de financiamiento. Se potenciaría así la producción de contenidos locales e incluso el trabajo en red a nivel provincial y regional, abonando a un criterio de *territorialidad*, que entendemos clave en la democratización de la comunicación, dada la lógica centralista sobre la cual se construyó el sistema de medios argentino, y que aún persiste.

En línea con lo anterior, es estratégico recrear el Programa Benteveo o uno similar, con una plataforma propia de carga y descarga de contenidos, tanto radiales como audiovisuales, a fin de garantizar el intercambio de producciones entre las organizaciones participantes y así otorgarles mayor visibilidad pública. Esto podría redundar también en la conformación de redes y entidades de segundo o tercer grado que se fortalezcan políticamente en su capacidad de intervención pública y de articulación de las demandas del sector en sus distintos niveles de alcance.

Se torna un desafío clave, entonces, potenciar el desarrollo de experiencias comunicacionales que, desde una perspectiva político cultural, faciliten la representación de todas las voces existentes en la sociedad en el espacio público. Consideramos que, dentro de un sistema democrático, en una sociedad atravesada por múltiples relaciones de poder que se manifiestan a través de diversos medios y plataformas, la asunción de un paradigma que favorezca el ejercicio de la comunicación como un derecho por parte de toda la sociedad -no solamente desde la recepción, sino también desde la producción- se vuelve imprescindible. Y allí las organizaciones sin fines de lucro tienen un rol clave.

Sabemos que son desafíos complejos, especialmente si los situamos en el contexto político que atraviesa nuestro país al momento de presentación de esta

tesis, en diciembre de 2024. Sin embargo, los consideramos de vital relevancia para poder imaginar un futuro próximo en el cual, lejos de renunciar a un sistema mediático más democrático y participativo, sea posible garantizar la existencia de este derecho humano fundamental apoyando a los actores sociales que día a día producen prácticas comunicativas que buscan transformar sus territorios y comunidades.

BIBLIOGRAFÍA

-AFSCA (2015): *Gestión de medios comunitarios en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Material de Promoción. Buenos Aires, AFSCA, Presidencia de la Nación.

-Albornoz, L. y Hernández, P. (2005), "La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999. Concentración, desnacionalización y ausencia de control público", en Mastrini Guillermo (Editor): *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires.

-ALER (2007): *La vuelta y media. Reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo*. Quito, ALER.

-ALER (2008): *Un camino a recorrer. Proyecto Político Comunicativo de la Radio Popular Latinoamericana*. Quito, ALER.

-ALER-AMARC (2008): *Atrapasueños. La sostenibilidad en las radios comunitarias y populares.* Quito, Proyecto Ritmo Sur (ALER-AMARC).

-Alfaro, R. M. (1993): *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima, Calandria.

-Ascolese, Dips, Morzilli (2009). FM Gráfica, una radio comunitaria en una fábrica recuperada. Tesis de grado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP).

-Autores Varios (2013): Serie de Materiales de la Dirección de Proyectos Especiales de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Buenos Aires, AFSCA.

-Autores Varios (2015): Serie de Materiales de la Diplomatura de Comunicación Popular. Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

-Autores Varios (2023): Las radios y la continuidad educativa en el contexto de aislamiento social: Relevamiento, diagnóstico y orientaciones para repensar la comunicación, la educación y la conectividad en Argentina. La Plata, EDULP.

-Baccaro, N. y Gemignani, F. (2018): “El FOMECA como fomento al pluralismo y la diversidad mediática: La batalla por la democratización de la palabra”. Tesina de Grado, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

-Badenes, D. (2017): “Potencia política y densidad académica de la comunicación popular”. Revista *REVCOM*, Año 3, Nº 5.

-Badenes, D. (2020): “Mapas para una historia intelectual de la comunicación popular: Ideas, contextos y prácticas editoriales de los 60 y 70 en América Latina”. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. FAHCE-UNLP.

-Badenes, D. y González, D. (2015): “Diga 33. Radiografía de la composición de un sector clave en el nuevo paradigma legal latinoamericano”. En Saintout F. y Varela, A.: *Voces Abiertas. Comunicación, política y ciudadanía en América Latina.* La Plata, Ediciones FLACSO y UNLP.

-Balán, E.; Jaimes, D.; Alegría, H.; Borri, N. (2000): *Manual de Comunicación Comunitaria Barrio Galaxia*. Buenos Aires, Programa DRC, Centro Nueva Tierra.

-Baranchuk, M. (2005): ”Canales 11 y 13: La primera privatización de la década menemista”. En *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires, Ed. La Crujía.

-Baranchuk, M.; Rodríguez Usé, J. (Comp.) (2011): *Ley 26.552: Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual.* Buenos Aires, AFSCA-UNLZ.

-Becerra, M. (2021): “Restauración transgresora. Las políticas de comunicación del gobierno de Macri”. En Becerra, M. y Mastrini, G.: *Restauración y cambio: Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)*. Sindicato de Prensa de Buenos Aires.

-Beltrán, L. R. (1976): “Políticas nacionales de comunicación en América Latina: primeros pasos”. Revista Nueva Sociedad N°25.

-Beltrán, L. R. (2005): “La comunicación para el desarrollo en América Latina: Un recuento de medio siglo”. Buenos Aires: Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación.

-Beltrán, L. R. (2007): “La investigación de la comunicación, ayer y hoy. Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 100, pp. 4-7. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina Quito, Ecuador.

-Benjamin, W. (1936): *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*.

-Boido, J. (2014). “Villanos en el aire”. En revista *El Cactus*, Nº 3, octubre de 2014. Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba.

-Burgos, R., López, M., Villagra, E. (2015). “Hilvanando redes en comunicación comunitaria. Una mirada a los procesos de gestión de una radio comunitaria en Nazareno”. Universidad Nacional de La Plata.

-Burgos, R.; Muller, A.; Villagra, E. (2016). “Hilvanando experiencias, aprendizajes y desafíos en comunicación popular, alternativa y comunitaria”. Revista *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*; no. 79. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

-Busso, M. C. (2003): “Un análisis de las radios comunitarias y populares en Argentina”. Tesina de Grado, Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

-Busso, N. y Jaimes, D. (2011): *La cocina de la ley. El proceso de incidencia en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.* Buenos Aires, FARCO.

-Cabral, M.C. (2004): “Tomá la voz, dámela a mí. Experiencia de Radio Encuentro en el trabajo con jóvenes”. Centro Universitario Regional Zona Atlántica. Universidad Nacional del Comahue.

-Cabral, M.C. (2012): “El día después de la Comunicación para el Desarrollo en el ALER 2020”. Ponencia presentada en el *Congreso de Comunicación/Educación. Desafíos en tiempos de restitución de lo público.* Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

-Cabral, M.C. (2013): “Aporte de la comunicación popular al buen vivir”. Revista *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*; no. 75.

-Cabral, M.C.; Antonini, P. (2021): “FARCO: red de contención, resistencias y nuevos desafíos”. En Jaimes, D.; Villamayor, C. (comps.) (2021): *Hacer radios cooperativas. Universidad, organizaciones y territorio en el camino de una comunicación democrática.* Universidad Nacional de Quilmes.

-Cadavid, A. (2016): “Las cinco estaciones. Elementos para entender la sostenibilidad de la radio popular y comunitaria”. En *Atrapasueños. La sostenibilidad en las radios comunitarias y populares.* Quito, Proyecto Ritmo Sur (ALER-AMARC).

-Caisson, S., Navarro Nicoletti, F., Estrella, M. B. (2022): “Políticas públicas y de comunicación para medios audiovisuales comunitarios en la Argentina (2020-2021): propuestas, transiciones y cambios”. Austral Comunicación. Revista científica sobre ciencias de la comunicación.

-Califano, B. (2012): “Comunicación, Estado y políticas públicas: apuntes para la investigación”. Revista *Question*, Vol. 1 N°35. UNLP.

-Capriles, O. (1982): “Venezuela: las enseñanzas del Proyecto RATELVE”. En *Comunicación y Democracia en América Latina*. Clacso, PNUD, Desco. Págs. 71 a 91.

-Casullo, N. (1996): Entrevista en Revista *Mapa Nocturno* Nº6. Buenos Aires.

-Cefarelli, J.; Lance, F.; M., Mariano; y Segura, M. (2018). “Sembramos palabras, cosechamos derechos: cuando las voces encienden políticas públicas”. Trabajo presentado *IX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur*, 19, 20 y 21 de septiembre de 2018. Luján de Cuyo, Mendoza. Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cuyo y Asociación Argentina de Extensión Rural (AADER).

-Com, S. (2005):”Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación”. En *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires, Ed. La Crujía.

-Contreras, E. (1983): “Practicismo y teoricismo en comunicación popular”. En *Comunicación popular educativa*. Memoria del Seminario organizado por CIESPAL, Fundación Friedrich Ebert, Radio Nederland, y UNDA-AL en Quito, Ecuador.

-Córdoba, L. (2013): “Medios masivos y ciudadanía: conceptos y prácticas para la democratización del espacio público mediatizado. El caso de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Argentina, 2004-2009)”. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

-Cherchyk, D. (2018): “Propuesta de gestión integral para la FM 95.5 - Radio El Grito de los Hornillos, Córdoba”. Trabajo Final Integrador de la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Comunitarios. Universidad Nacional de Quilmes.

-Daney, B. y Janeiro, S. (2023): “Con medios comunitarios la democracia se fortalece”. *La Ventana, Diario Página 12.*

-De Moraes, D. (2011): *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación.* Buenos Aires, Paidós.

-Díaz Bordenave, J. (1982): “Democratización de la comunicación: teoría y práctica”. En Revista *Chasqui* 1 (Segunda época). Quito, CIESPAL.

-Díaz Bordenave, J. (1976): “La comunicación social como instrumento de desarrollo de comunidades rurales y urbanas”. Revista *Chasqui*, Primera Época, Nº 15, págs. 9-35.

-Dorfman, A.; Mattelart, A. (1972): *Para leer al Pato Donald.* Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

-Exeni, J.L. (1998): “Las PNC: latinoamericano atrevimiento”. En *Políticas de comunicación*, La Paz, Fundación Plural.

-FARCO (2010): *Ley de servicios de comunicación audiovisual: desafíos para las radios comunitarias y populares.* Buenos Aires, FARCO.

-FARCO (2007): *Contálo vos por radio.* Material de capacitación.

-Farías, M. (2016): “Trabajadores y militantes de la comunicación popular”. En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-Fasano, P. (2011). *Cambio de estilo. Etnografía sobre comunicación comunitaria, iglesia católica, cultura popular, radio, política y participación en un barrio de Argentina.* Tesis doctoral del Doctorado en Antropología Social de la Universidade Federal do Rio Grande Do Sul, Brasil.

-Fasano, P. (2015): "Investigación de la comunicación comunitaria y popular: el uso de la etnografía como enfoque". Ponencia presentada en el Congreso Latinoamericano de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

-Festa, R. (1986): *Comunicación popular y alternativa*. Buenos Aires, Ed. Paulinas.

-Flick, R. (2004*): Introducción a la investigación cualitativa.* Madrid, Editorial Morata. Cap. 1.

-Fontdevila, E. y Gardella, T. (2023). "Democracia, ciudadanía comunicativa y perspectiva de género en las radios comunitarias". Revista *Humanitas* n° 41. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán.

-Fossaroli, D. (2014): "Nuevo escenario, nuevas reglas". Rosario, mimeo.

-Fossaroli, D. (2023): *Cada radio es un mundo. Guía para construir el Proyecto Político Comunicativo de una Radio Comunitaria (PPC)*. Buenos Aires, Ediciones FARCO.

-Fox, E.; Schmucler, H. (1982): "Prólogo". En *Comunicación y Democracia en América Latina*. Clacso, PNUD, Desco. Págs. 11 a 20.

-Freire, P. (1967): *La educación como práctica de la libertad.* Madrid: Siglo Veintiuno de España.

-Freire, P. (1970): *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo Veintiuno de España.

-Freire, P. (1973): *¿Extensión o Comunicación".* Madrid: Siglo Veintiuno de España.

-García, A. (1980): "¿Puede existir una ciencia social latinoamericana?". En Revista *Chasqui* N°1. Quito, Ecuador.

-Geerts, A.; Van Oeyen, V. (2001): *La radio popular frente al nuevo siglo. Estudio de vigencia e incidencia*. Quito, ALER.

-Geerts, A.; Villamayor, C.; Van Oeyen, V. (2004): *La práctica inspira.* Quito, ALER - AMARC.

-Geertz, C. (1987): *La descripción densa. Hacia una teoría interpretativa de las culturas*. Barcelona, Gedisa.

-Gerbaldo, J. (2010): "Comunicación comunitaria/popular y participación ciudadana en el actual escenario comunicacional". En *Todas las voces Todos*. Ediciones FARCO. Argentina.

-Gerbaldo, J. (2014): "Radios Comunitarias, Comunicación Popular y Ciudadanía. Disputas por la democratización de la palabra pública. El caso del Foro Argentino de Radios Comunitarias –FARCO- Argentina (1980-2013)". Tesis de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba.

-Gerbaldo, J. (2016): "Ley audiovisual: la construcción de un escenario de derechos y transformación". En Segura, S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-Giordano, E. (1991): "Desarrollo de la radiodifusión comunitaria en Argentina". Revista *Voces y Culturas*. Barcelona.

-Godinez Galay, F. (2017): *Como sea: sostenibilidad económico - administrativa en radios comunitarias de Argentina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Ediciones del Jinete Insomne.

-Gonzaga Motta, L. (1982): "Cultura de resistencia y comunicación alternativa popular en el Brasil". En *Comunicación y Democracia en América Latina*. Clacso, PNUD, Desco. Págs. 71 a 91.

-Gonzaga Motta, L. (1983): "Comunicación popular, contradicciones y desafíos". En Revista *Chasqui* Nº8. Quito, CIESPAL.

-Graziano, M. (s/f): "Guía teórica. Primera Parte". Carrera de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA.

-Graziano, M. (1980): “Hacia una definición alternativa de comunicación”. Revista *ININCO*, Caracas.

-Graziano, M. (1988): “Política o ley: debate sobre el debate”. En Revista *Espacios*, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

-Gualda, S. (2016): “El camino es encontrarnos con otros y caminar en conjunto”. En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-GUBER, R. (2001*): La etnografía. Método, campo y reflexividad.* Buenos Aires, Editorial Norma.

-Guimerá, J.A. (2013): “Políticas de comunicación, pluralismo y televisión sin afán de lucro: el caso de Argentina”. En Revista *Ámbitos*, Sevilla, España, N°23.

-Gumucio Dagron, A. (2005): “Arte de equilibristas”. Revista *Punto Cero*. Universidad Católica Boliviana. Vol. 10 N°10.

-Gutiérrez, F. (1975): *Pedagogía de la comunicación.* Buenos Aires, Humanitas.

-Henriquez Consalvi, C. (1992) *La Terquedad del Izote.* San Salvador, Museo de la Palabra y la Imagen.

-Huergo, J. (s/f): “Comunicación popular y comunitaria: desafíos políticos y culturales”. La Plata, mimeo.

-Huergo, J.; Fernández, M.B. (2000): *Cultura escolar, Cultura mediática / Intersecciones.* Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional.

-HUERGO, J. (2001): *Métodos de investigación cualitativa en comunicación.* La Plata.

-Huergo, J. (2002): “Nuevas aventuras de la perspectiva crítica. La investigación "con" la transformación social”. En Revista Nómadas Nº 17. Bogotá.

-Huergo, J. (2013): “Mapas y viajes por el campo de Comunicación/Educación”. En Revista *Tram(p)as de la comunicación y la cultura* N°75. Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP).

-Iglesias, M. (2015): *A contramano: modelos de gestión y estrategias económicas de las radios comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015)*. Tesis de la Maestría en Industrias Culturales. Universidad Nacional de Quilmes.

-Iglesias, M. (2016): "Modelos de gestión, organizativos y económicos de las radios comunitarias del Área Metropolitana de Buenos Aires". En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-ILET (1983): "Comunicación y pluralismo. Alternativas para una década". Revista Nueva Sociedad Nº64. Págs. 130 a 132. Encuentro sobre Comunicación Alternativa.

-Jaimes, D. (2010). "¿Comunicación pública alternativa?" Diario *Página/12*, 25 de agosto.

-Jaimes, D. (2013): "Organizaciones sociales y comunicación popular en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual". AFSCA-CENOC.

-Jaimes, D.; Baldoni, C.; Zanarini,; González, V. (2014): *Gestión de medios comunitarios y populares*. Curso Anual de Comunicación Popular. Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

-Jaimes, D. (2015): "El rol del Estado como promotor de la comunicación popular, educativa y comunitaria". Ponencia presentada en el Congreso *30 Años de Ciencias de la Comunicación (UBA)*.

-Jaimes, D. (2017): "Jóvenes que toman la palabra. Un aporte a la configuración del perfil del/la comunicador/a popular en las prácticas de formación de Radio Encuentro (Viedma/Río Negro/Argentina) en el período 2011-2015". Tesis de Maestría en Educación, Lenguajes y Medios (UNSAM).

-Jaimes, D. (2020): *Jóvenes que toman la palabra. Radios comunitarias, formación y comunicación popular en la Argentina (2011-2015)*. Unidad de Publicaciones del Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes.

-Jaimes,D.; Villamayor, C. e Iglesias, M. (2019): *"Universidad pública, organizaciones y medios de comunicación. El proyecto Hacer Radios Cooperativas*". En Alfonso, A.; González, N. D.: *La comunicación en los territorios. Experiencias en la construcción colectiva de conocimiento.* Bernal, Unidad de Publicaciones del Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes.

-Jaimes, D.; Villamayor, C. (comps.) (2021): *Hacer radios cooperativas. Universidad, organizaciones y territorio en el camino de una comunicación democrática.* Universidad Nacional de Quilmes.

-Kaplún, M. (1992): "Primera exploración: una pedagogía comunicante". En *A la educación por la comunicación.* Santiago de Chile, UNESCO-OREALC.

-Kaplún, M. (1996): *El comunicador popular.* Buenos Aires, Ed. Lumen Humanitas.

-Kaplún, M. (1997): "De medios y fines en comunicación educativa". Revista Chasqui N°58. Quito, Ciespal.

-Kauffer, E. (2013): "Las políticas públicas: algunos apuntes generales". Revista *Ecofronteras*, N° 16,

-Kejval, L. (2009): *Truchas. Los proyectos político-comunicativos de las radios comunitarias y populares.* Buenos Aires, Prometeo.

-Kejval, L. (2015): "Significaciones en torno a las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas". Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

-Kejval, L. (2018): *Libertad de Antena. La identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas (1983-2015).* Avellaneda, UNDAV Ediciones.

-Kejval, L. (2021): "La identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas". En Revista *Historia Actual.*

-Kejval, L.; Ávila Huidobro, R. (2016): "Las audiencias de las radios populares y comunitarias en el sur de la Ciudad de Buenos Aires". En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015.* Córdoba, Editorial de la UNC.

-Komissarov, S. (2021): “Políticas de comunicación en el campo académico. Algunas precisiones teórico metodológicas”. En Revista *Question*, N°70, Vol.3. UNLP.

-Lamas, E. y Lewin, H. (1995) "Aproximación a las radios de nuevo tipo: tradición y escenarios actuales". Revista *Causas y Azares*. Buenos Aires, Número 2, otoño 1995.

-Lizondo, L. (2010). “Algunas reflexiones sobre Identidad y Comunicación”. En FARCO, *Todas las voces todos*. Buenos Aires.

-López Vigil, J. I. (1985): *Radio Pío XII, Una mina de coraje.* Quito, ALER-Pio XII.

-López Vigil, J. I. (1991): *Las mil y una historias de Radio Venceremos.* Managua, UCA Editores.

-López Vigil, J. I. (1995): “¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?” En Revista *Chasqui*. Quito, CIESPAL.

-López Vigil, J.I. (1998): “¿Radios Ciudadanas?”. En Revista *Chasqui* N° 61. Quito, CIESPAL.

-Marcuse, H. (1964): *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada.* Barcelona, Seix Barral.

-Marino, S.; Mastrini, G.; Becerra, M.; Rubini, y Espada, A. (2015): “Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina. Licencias, autorizaciones, permisos y fondos concursables". ICEP - UNQ.

-Marques de Melo, J. (2007): *Pensamiento comunicacional latinoamericano. Entre el saber y el poder.* Salamanca, Comunicación Social.

-Martín Barbero, J. (2002): *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura.* Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

-Marradi, A; Archenti, N. y J. Piovani (2007): *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires, Editorial Emecé. Cap. 2.

-Mata, M. C. (1982): “¿La alternativa legalizada? Una lectura precavida del Informe MacBride”. En *In-disciplinada. Textos reunidos (1980-2022).* Córdoba, Fundación Friedrich Ebert.

-Mata, M. C. (1982): “Investigar lo alternativo”. En Revista *Chasqui* 1 (Segunda época). Quito, CIESPAL.

-Mata, M. C. (1987): “Comunicación popular: de la exclusión a la presencia”. Mimeo.

-MATA, M. C. (1989): “Radio y públicos populares”. Revista *Diálogos de la Comunicación*, FELAFACS, Lima, Perú.

-Mata, M. C. (1994): “Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva”. Curso de especialización “Educación para la comunicación”. Centro de Comunicación Educativa La Crujía.

-Mata, M. C. (1995): *La investigación radiofónica*. *De las palabras a los hechos*. Curso a distancia. Quito, UNDA-AL.

-Mata, M. C. (1998): “Comunicación Popular: de la exclusión a la presencia”. Córdoba, mimeo.

-Mata, M.C. (2009): “Comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social”. En *Indisciplinada*. Fundación Friedrich Ebert.

-Mata, M. C. (2011): “Comunicación popular: continuidades, transformaciones y desafíos”. En Revista Oficios Terrestres, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

-Mata, M.C. (2020): “Radios populares: aportes para pensar la comunicación”. En *Indisciplinada*. Fundación Friedrich Ebert.

-Mata, M.C. (2021): “Radios cooperativas y públicos: estudios de consumo y audiencias radiofónicas en el Gran Córdoba”. En Jaimes, D.; Villamayor, C. (comps.); *Hacer radios cooperativas. Universidad, organizaciones y territorio en el camino de una comunicación democrática*. Universidad Nacional de Quilmes.

-Mata, M.C. (2023): *Indisciplinada*. Fundación Friedrich Ebert.

-Mata, M.C. y Cristiano, J. (1995): “Aproximación a la realidad de las radios comunitarias argentinas”.

-Mattelart, A. (1995): *Historia de las teorías de comunicación.* Barcelona, Paidós.

-Morales, S.; Meirovich, V. (2023): “Sobre el enfoque metodológico. Una puerta de entrada a esta investigación”. En AA.VV. *Nos mueve el aire. Radio y derecho a la educación en tiempo de aislamiento.* Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

-Moya Billorian, M.; Piccini, L.; Piñeiro, I. (2013): “Comunicación comunitaria y desarrollo. Análisis de diez radios en escuelas de la Provincia de Buenos Aires”. Tesina de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA).

-Muraro, H. (1974): *Neocapitalismo y comunicación de masa*. Buenos Aires, EUDEBA.

-Muraro, H. (1996): Entrevista en Revista *Mapa Nocturno* Nº6. Buenos Aires.

-Navarro Nicoletti, F. (2016); “Neoliberalismo y radios comunitarias: los años noventa y la realidad actual”. *Improntas de la historia y la comunicación* (N.º 4).

-Navarro Nicoletti, F. (2020) *La dimensión sociopolítica y comunicacional de las radios comunitarias, alternativas y populares en los barrios de San Carlos de Bariloche: Prácticas de configuración identitaria* (1983-2016). Tesis de Doctorado en Comunicación (UNLP).

-Ossandon, F. (1983): “La comunicación popular en la democratización de la comunicación en Chile”. En *Comunicación popular educativa*. Memoria del Seminario organizado por CIESPAL, Fundación Friedrich Ebert, Radio Nederland, y UNDA-AL en Quito, Ecuador.

-Paiva, A. (1983): “La capacitación en la comunicación popular”. En *Comunicación popular educativa*. Memoria del Seminario organizado por CIESPAL, Fundación Friedrich Ebert, Radio Nederland, y UNDA-AL en Quito, Ecuador.

-Pasquali, A. (1963): *Comunicación y cultura de masas*. Venezuela, Monte Avila Editores.

-Pérez Serrano, G. (1994) *Investigación cualitativa. Métodos y técnicas.* Buenos Aires, Fundación Universidad a distancia Hernandarias.

-Portugal Bernedo, F. (2014): “Primera ruptura epistemológica del pensamiento comunicacional latinoamericano”. Perú, Congreso ALAIC. GT9: Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación.

-Pulleiro, A. (2011): *La radio alternativa en América Latina. Debates y desplazamientos en la década de 1990.* Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación.

-Radio Encuentro (2002): “Sondeo de audiencia”. Viedma, Río Negro.

-Ratti, C. (2016): “Las políticas de defender a estos medios y a sus trabajadores”. En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-RICCAP (2018): Relevamiento de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios en Argentina.

-Rodríguez Esperón, C. (1995): “Radios Comunitarias: una propuesta de definición”. Tesina de Grado, Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA.

-Roncagliolo, R. (1983): “Comunicación y democracia en el debate internacional”. En Revista *Chasqui*. Quito, CIESPAL.

-Rossi, D. (2005): ”La radiodifusión entre 1990 y 1995: exacerbación del modelo privado comercial”. En *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires, Ed. La Crujía.

-Rossi, D. (2020): “Acceso, participación y universalización: actualización conceptual de una mirada situada”. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

-Samaja, J. (2004): *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica.* Buenos Aires, EUDEBA.

-Sánchez, P. (1989): “El sistema ALER”. Revista Chasqui, Quito, Ecuador.

-Sánchez Narvarte, R. (2015): “Antonio Pasquali: apuntes para un itinerario intelectual”. En *Anuario de Investigaciones*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

-Schenkel, P. (1982): “El Informe Mc Bride: entre la realidad y la utopía”. En Revista *Chasqui* 1 (Segunda época). Quito, CIESPAL.

-Schmucler, H. (1984): “Un proyecto de comunicación/cultura”. Revista *Comunicación y Cultura*, N°12.

-Schmucler, H.; Mattelart, A. (1982): “Construir la Democracia”. Revista *Comunicación y Cultura* Vol. 7: Límites del debate internacional sobre comunicación. México DF, UAM Xochimilco.

-Segura, M.S. (2011): “Las disputas por democratizar las comunicaciones. La toma de posición de las organizaciones sociales. Córdoba, 2001-2009”. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

-Segura, M.S. (2014): “Los medios comunitarios, populares y alternativos de Argentina desde la Ley Audiovisual. De la lucha por la legalidad al debate sobre la sostenibilidad”. Revista *Diálogos de la Comunicación*. FELAFACS.

-Segura, M.S. (2016): “Medios no lucrativos en Argentina”. De la lucha por la legalidad al debate sobre la sostenibilidad”. En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015.* Córdoba, Editorial de la UNC.

-Segura, M. S. y Weckesser, C. (2016): *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-Segura, Martín (2015): *Red de Radios Rurales de la Argentina: Una experiencia de desborde de las políticas públicas desde el ejercicio del derecho a la comunicación.* Maestría PLANGESCO, Universidad Nacional de La Plata.

-Sierra, F. (2006): *Políticas de Comunicación y Educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento.* Madrid, Gedisa España.

-Silva Cantoni, M. (2021): “Sostenibilidad social y prácticas periodísticas. El caso de Radio Comunitaria La Lechuza, San Juan”. Revista *Question*, N°70, Vol. 3. UNLP-

-Simpson Grinberg, M. ((1981). *Comunicación alternativa y cambio social*. México, ILET.

-Terrero, P. (1982): “Comunicación e información por los gobiernos autoritarios: el caso de Argentina”. En *Comunicación y Democracia en América Latina*. Clacso, PNUD, Desco. Págs. 24 a 39.

-Uranga, Washington (1990): “La educación y la comunicación popular en la experiencia de INCUPO. Una entrevista con Vicente Martínez”. Buenos Aires, Ed. La Crujía.

-Urioste, (2016): “A seis años de la Ley Audiovisual: las nuevas radios comunitarias de Córdoba”. En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-Vandenbulcke, E, H. (2020): *Por el sendero del Buen con(Vivir). 40 experiencias de comunicación popular en el continente. ALER 2020.* Quito, CIESPAL.

-Vasilachis de Gialdino (2006) *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona, Editorial Gedisa: Cap. 1.

-Verón, E. (1967): *Conducta, estructura y comunicación.* Buenos Aires, Jorge Alvarez Editores.

-Verón, E. (1971): “Ideología y comunicación de masas”. Publicado en VV.AA. *Lenguaje y comunicación social.* Buenos Aires, Nueva Visión.

-Verón, E. y Sigal, S. (1986):, *Perón o muerte, los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Legasa, Buenos Aires.

-Vicente (2016): “Políticas estatales para el sector sin fines de lucro”. En Segura, M. S. y Weckesser, C.: *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba, Editorial de la UNC.

-Vidarte Asorey, V. (2012): “El referente empírico”. En *Hacia la tesis: itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación.* María Silvina Souza [et al.]; con colaboración de Natalia Mangariello. Universidad Nacional de La Plata.

-Villamayor, C. (2006): “La comunicación como perspectiva y como dimensión en los procesos sociales. Una experiencia de participación en las políticas públicas (PSA Formosa)”.

-Villamayor, C. (2014): “La grieta para la rebelión. Comunicación popular y radios comunitarias en Argentina”. En *Comunicación educación un campo de resistencias*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

-Villamayor, C. (2015): “Estudios de comunicación popular. Teorizar es intervenir”. En *Voces abiertas : comunicación, política y ciudadanía en América Latina*. CLACSO / Ediciones de Periodismo y Comunicación (Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata).

-Villamayor, C.; y Lamas, E. (1999): *Manual de Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana.* Quito, AMARC, FES.

-Vinelli, N. (2013): “De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamiento aceptadas. Las dificultades del encuadramiento de la alternatividad dentro de la categoría sin fines de lucro”. Revista *Avatares de la comunicación y la cultura*, Nº 6. Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

-Vinelli, N. (2023): “Desplazamientos de la comunicación alternativa. Del enfrentamiento a la formulación de políticas públicas”. Revista *Avatares de la Comunicación y la Cultura* Nº23. Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

-Vinelli, N.; Villamayor, C. (2023): *Comunicación popular y alternativa*. *Una revisión dialogada*. Buenos Aires, Mil Campanas.

-Vizer, E., Landesman, (1989): “Radios Libres”. En Revista Chasqui. Quito, Ecuador, N°32.

-Waisbord, S. (s/f): “Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo”. Fundación Rockefeller.

-Zegada, S.; Avilés, C. (2018): “Radios comunitarias en Jujuy (Argentina): Mapeo y condiciones de funcionamiento”. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo* N°9.

NORMAS Y DECLARACIONES

-Declaración de San José de Costa Rica

-Informe Mc Bride

-Decreto Ley 22285/1980

-Resolución 753/2006

-Ley 26522/2009

-Decreto 1225/2010

-Resolución organigrama 2013 AFSCA

-Resolución 1478-AFSCA/14 (Empadronamiento)

-Decreto 267/2015

DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

PROGRAMA FOMECA

-Informe de Gestión de la Dirección de Proyectos Especiales (DPE) del año 2013.

-Informe de la Auditoría General de la Nación sobre FOMECA (2018)

-Informe de indicadores FOMECA 2022.

FARCO

-1998: Estatuto de la Asociación Civil FARCO

-2016: Informe ante la CIDH Washington

-Página Web Institucional: www.farco.org.ar

-Agencia: www.agenciafarco.org.ar

ANEXOS

a. **Listado de socias del Foro Argentino de Radios Comunitarias / 2023**
b. **Mapa de socias de FARCO**
c. **Instrumento de entrevista estructurada**
d. **Instrumento de entrevista semiestructurada**
e. **Grillas de Sistematización de Datos**

a. Listado de socias del Foro Argentino de Radios Comunitarias / 2023

RADIO	ORGANIZACIÓN	LOCALIDAD	PROVINCIA	REGIÓN
Ahijuna	Cooperativa De Trabajo La Usina De Ideas	Quilmes	Buenos Aires	CENTRO
ATILRA	Asociación de Trabajadores de la Industria Lechera de la República Argentina	General Rodríguez	Buenos Aires	CENTRO
Chapaleofú	Asociación Civil La Pieza	Rauch	Buenos Aires	CENTRO
La Chicharra	Asociación Civil Crepúsculo	Moreno	Buenos Aires	CENTRO
De La Azotea	Asociación Civil De la Azotea	Mar del Plata	Buenos Aires	CENTRO
Del Bosque	Cooperativa de Trabajo Radio del Bosque	Villa Gesell	Buenos Aires	CENTRO
En Tránsito	Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social	Morón	Buenos Aires	CENTRO
Estación Sur	Asociación Civil Centro de Cultura y Comunicación	La Plata	Buenos Aires	CENTRO
Maradó	Asociación Civil La casa de fiorito	Lomas de Zamora	Buenos Aires	CENTRO
Max	Cooperativa de Trabajo Max	Cañuelas	Buenos Aires	CENTRO
Futura	Asociación Civil Futura Comunicación Popular	La Plata	Buenos Aires	CENTRO
Gallo Rojo	Asociación Civil El Encuentro	Bella Vista	Buenos Aires	CENTRO
Integración Boliviana	Centro Cultural Boliviano	La Plata	Buenos Aires	CENTRO
La Campesina	Cooperativa Agropecuaria Asociación Productores Familiares de Cañuelas	Cañuelas	Buenos Aires	CENTRO
La Correntada	Cooperativa de Trabajo y Consumo Las Canaletas	San Pedro	Buenos Aires	CENTRO
La Portada	Asociación Civil Las Rastrilladas del Oeste	Bolívar	Buenos Aires	CENTRO
La Posta	Asociación Civil Social y Cultural El Culebrón Timbal	Moreno	Buenos Aires	CENTRO
La Posta	Asociación Vecinal por la Justicia Social	Pergamino	Buenos Aires	CENTRO
Mestiza	Asociación Civil Casa del Pueblo	Junín	Buenos Aires	CENTRO
Mobi	Asociación Civil Cultura es Dar	Berisso	Buenos Aires	CENTRO
Ocupas	Asociación Civil Ocupas	Moreno	Buenos Aires	CENTRO
Oré Tapé	Asociación Civil Colectivo de Educación Popular Oré Tapé	Benito Juárez	Buenos Aires	CENTRO
Punta Indio	Asociación Civil FM Radio Comunitaria Punta del Indio	Punta Indio	Buenos Aires	CENTRO
Raíces Rock	Asociación Mutual Talleres	La Plata	Buenos Aires	CENTRO
Reconquista	Asociación de Mujeres La Colmena	Jose León Suárez	Buenos Aires	CENTRO

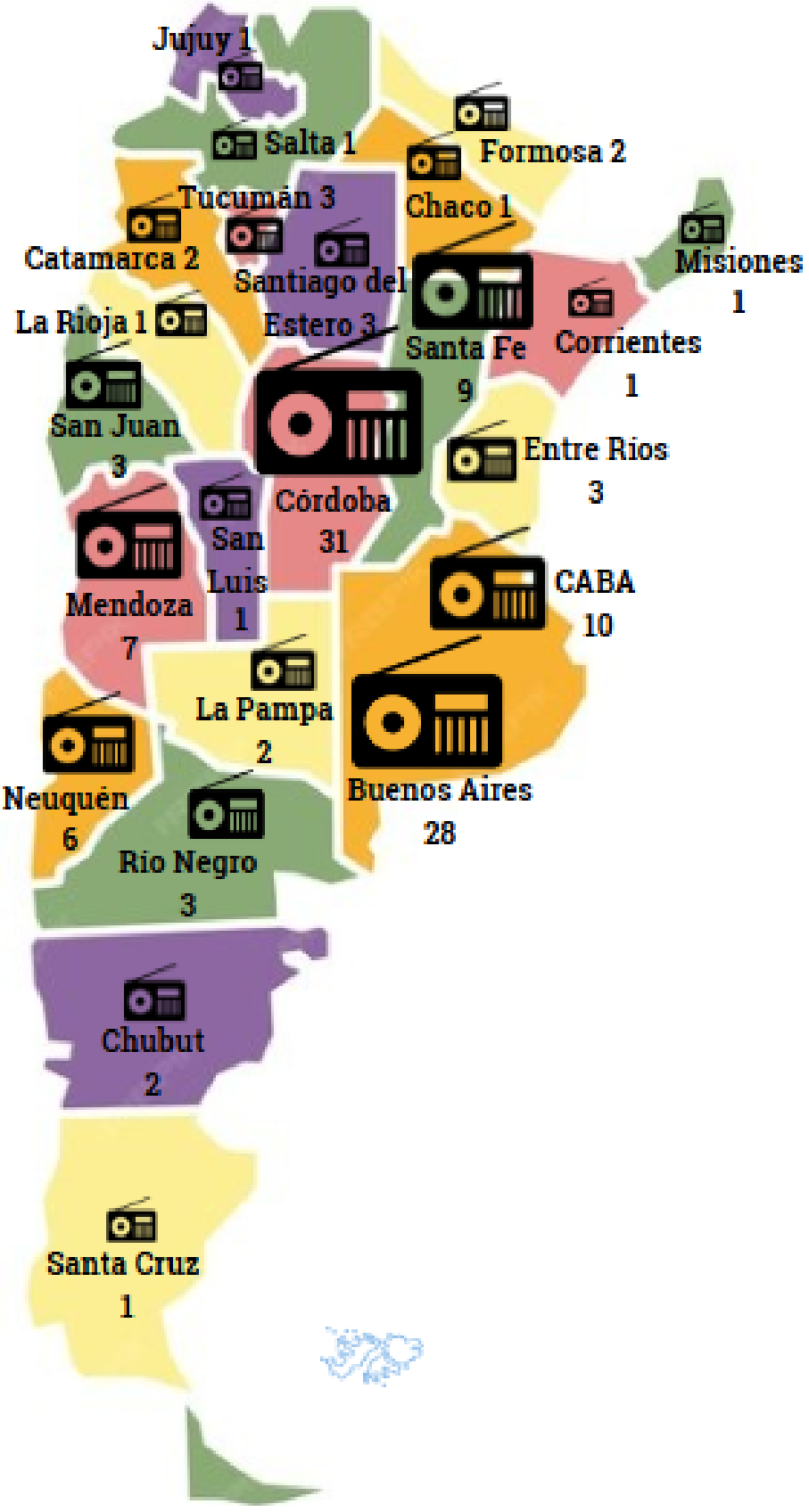
Resistencia	ONG Plaza Robles	La Plata	Buenos Aires	CENTRO
Tinkunaco	Asociación Civil El Encuentro	José C. Paz	Buenos Aires	CENTRO
Zon de Trope	Cooperativa de Trabajo Céfiro Tropezón	San Martín	Buenos Aires	CENTRO
Asamblea	Asamblea de Juan B. Justo y Corrientes	CABA	CABA	CENTRO
Bajo Flores	Asociación Civil Rodolfo Walsh Cultura y Comunicación popular	CABA	CABA	CENTRO
Frecuencia Zero	Cooperativa de Trabajo La Cuña	CABA	CABA	CENTRO
Gráfica	Asociación Civil Colectivo Gráfico	CABA	CABA	CENTRO
La Milagrosa	Asociación Civil La Voluntad del Cielo	CABA	CABA	CENTRO
La Patriada	Asociación Civil para el Fortalecimiento Comunitario	CABA	CABA	CENTRO
Libre	Asociación Mutual Sentimiento	CABA	CABA	CENTRO
Riachuelo	Cooperativa Riachuelo Producciones	CABA	CABA	CENTRO
Soldati	Asociacion Civil El Hormiguero	CABA	CABA	CENTRO
SUBTE Radio	Desde el Subte Asociación Civil	CABA	CABA	CENTRO
Carlos Murias	Asoc Civil Carlos Murias	San Carlos Minas	Córdoba	CÓRDOBA
Central Ferroviaria	Asociación Civil Club Central Norte Argentino	Cruz del Eje	Córdoba	CÓRDOBA
Curva	Asociación Civil Salsiquieres	Salsipuedes	Córdoba	CÓRDOBA
El Brote	Asociación Civil Semilla del Sur / Cooperativa de Arte y Comunicación La Minka	Calamuchita	Córdoba	CÓRDOBA
Encuentro	Cooperativa de Trabajo Anticrisis	Córdoba	Córdoba	CÓRDOBA
Achala	Asociación Civil Encontrarnos	Mina Clavero	Córdoba	CÓRDOBA
Cooperativa	Cooperativa de Trabajo de Medios Audiovisuales Arroyito	Arroyito	Córdoba	CÓRDOBA
Sierras Comechingones	Asociación Civil Sierras Comechingones	San Pedro	Córdoba	CÓRDOBA
Garabato	Asociación De Emprendedores Arte y Tierra	San Marcos Sierras	Córdoba	CÓRDOBA
Inédita	Cooperativa de Trabajo Nodos	Cosquín	Córdoba	CÓRDOBA
La Minga	Biblioteca Popular Leopoldo Lugones	Villa Giardino	Córdoba	CÓRDOBA
La Plaza	Asociación Civil Camino Real del Chañar	Chañar	Córdoba	CÓRDOBA
La Quinta Pata	Biblioteca Popular Julio Cortazar	Córdoba	Córdoba	CÓRDOBA

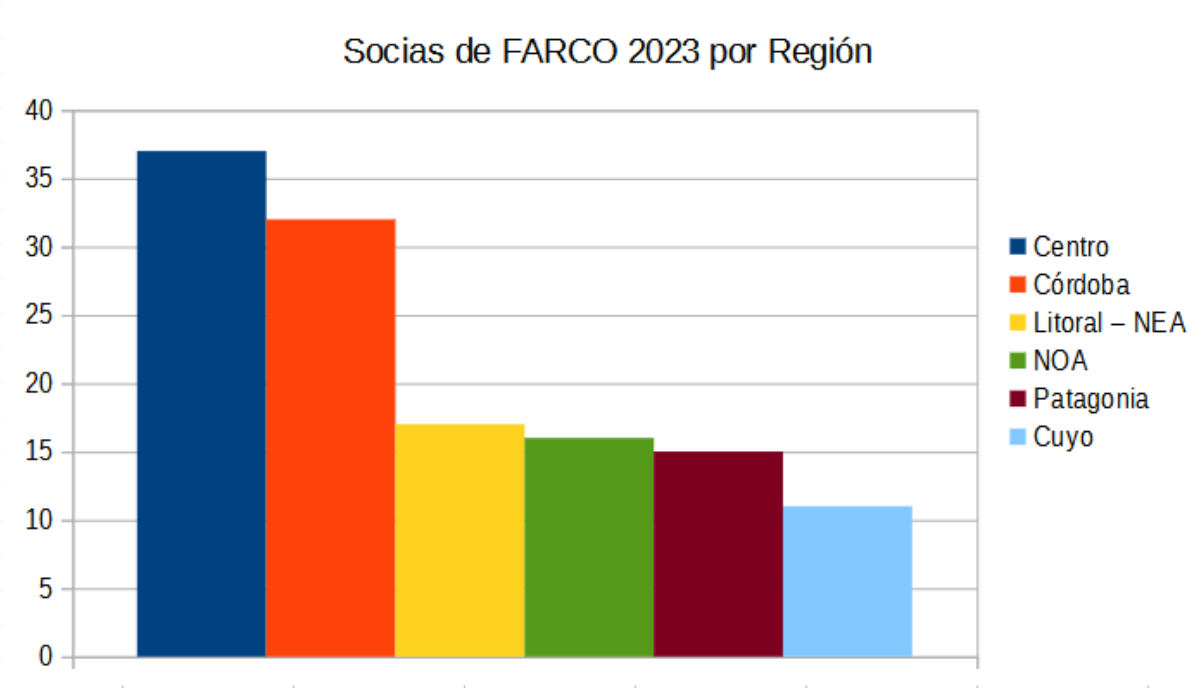
La Ranchada	Asociación Mutual Carlos Mugica	Córdoba	Córdoba	CÓRDOBA
La Ronda	Biblioteca Popular La Bicicleta	Colonia Caroya	Córdoba	CÓRDOBA
Libre	Asociación Civil La Chimenea	Córdoba	Córdoba	CÓRDOBA
LU-K	Cooperativa de Trabajo Abya Yala	Marcos Juárez	Córdoba	CÓRDOBA
Mestiza Rock	Cooperativa de Trabajo Mestiza Producciones	Río Tercero	Córdoba	CÓRDOBA
Nativa	Cooperativa de Trabajo Muyuy Marka	Unquillo	Córdoba	CÓRDOBA
Nexo	Cooperativa de Trabajo La Nexo	Villa Allende	Córdoba	CÓRDOBA
Panamericana	Cooperativa Llamcay	Huerta Grande	Córdoba	CÓRDOBA
Paravachasca	Asociación Civil GETAL (Grupo de Estudio y Trabajo en Ámbito Local)	Anisacate	Córdoba	CÓRDOBA
Providencia	Pequeña Obra de la Divina Providencia (Cottolengo Don Orione)	Córdoba	Córdoba	CÓRDOBA
Pueblo	El Maizal Asociación Civil	Deán Funes	Córdoba	CÓRDOBA
San Javier	Asociacion Civil Radio del Pueblo	San Javier	Córdoba	CÓRDOBA
Rimbombante	Cooperativa Juana Azurduy	Arguello	Córdoba	CÓRDOBA
Siempre Radio	Cooperativa Cootrasuma Comunicación	Alta Gracia	Córdoba	CÓRDOBA
Sur	Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal	Córdoba	Córdoba	CÓRDOBA
Tortuga	Cooperativa de Trabajo Fábrica de Ideas	Alta Gracia	Córdoba	CÓRDOBA
Una Radio Muchas Voces	Cooperativa de Trabajo Viarava	Capilla del Monte	Córdoba	CÓRDOBA
Villanos	Cooperativa Integral (COOPI)	Villa Carlos Paz	Córdoba	CÓRDOBA
Otros Nosotros	Asociación Civil Espacio Cultural y Biblioteca Popular La Escuelita	Miramar de Ansenuza	Córdoba	CÓRDOBA
Algarrobal	Centro Cultural Deportivo Algarrobal Borbollón	Las Heras	Mendoza	CUYO
Cuyum	Asociación Cuyum de Comunicación Popular	Godoy Cruz	Mendoza	CUYO
El Aguaribay	Fundación Coloba	Godoy Cruz	Mendoza	CUYO
La Leñera	Asociación Civil Radio La Leñera	Potrerillos	Mendoza	CUYO
La Mosquitera	Asociación Comunicacional y Cultural La Mosquitera	Guaymallén	Mendoza	CUYO
Sin Dueño	Asociación Civil Biblioteca Popular Mirador de Estrellas	Tupungato	Mendoza	CUYO
Tierra Campesina	Asociación Civil Raíces de la Tierra	Lavalle	Mendoza	CUYO
Abriendo Espacios	Asociación Civil La Comunitaria	Tamberías, Calingasta	San Juan	CUYO
La Lechuza	Asociación Civil Retamo	Pocito	San Juan	CUYO

Radio Cooperativa	Cooperativa de Trabajo Cóndor Andino	Rawson	San Juan	CUYO
La Cigarra	Cooperativa de Trabajo La Cigarra	San Francisco del Monte de Oro	San Luis	CUYO
La Chicharra	Asociación Civil de Comunicación Comunitaria Mate Ñeé	Goya	Corrientes	LITORAL - NEA
Barriletes	Asociación Civil Barriletes	Paraná	Entre Ríos	LITORAL - NEA
La Redota	Asociación Civil La Redota	Villaguay	Entre Ríos	LITORAL - NEA
Sapukay	Asociación Civil Espacio Abierto Nunca Menos	Colón	Entre Ríos	LITORAL - NEA
Activa	Asociación de Feriantes de Pirané - Movimiento Campesino de Formosa	Pirané	Formosa	LITORAL - NEA
La Nueva	Asociación Civil Nosotros	Formosa	Formosa	LITORAL - NEA
El Libertador	Cooperativa de Trabajo Y Servicios de Comunicación El Libertador	Posadas	Misiones	LITORAL - NEA
Aire Libre	Centro de Educación, Comunicación y Biblioteca Popular	Rosario	Santa Fe	LITORAL - NEA
Chalet	Asociación Vecinal Barrio Chalet	Santa Fe	Santa Fe	LITORAL - NEA
El Tero	Asociación Obreros del Surco	Villa Ocampo	Santa Fe	LITORAL - NEA
La Hormiga	Biblioteca Popular Pocho Lepratti	Rosario	Santa Fe	LITORAL - NEA
Poriajhú	Centro Ecuménico Poriajhú	Capitán Bermúdez	Santa Fe	LITORAL - NEA
Qadhuoqte	Asociación Civil Qadhuoqte	Rosario	Santa Fe	LITORAL - NEA
Radio Cultura	Quo Vadis Asociación Civil	Santa Fe	Santa Fe	LITORAL - NEA
Estación del Este	Centro 25 de Mayo Educativo Social y Cultural	Santa Fe	Santa Fe	LITORAL - NEA
Incupo	Instituto de Cultura Popular	Reconquista	Santa Fe	LITORAL - NEA
Nuestra Voz	Asociación Civil Nuestra Voz	Resistencia	Chaco	NEA
Estación Sur	Coop Cachalahueca	San Fernando del Valle de Catamarca	Catamarca	NOA
Horizontes	Asociación civil Bienaventurados los pobres	Medanitos	Catamarca	NOA
La Voz del Cerro	Fundación CERES	San Salvador de Jujuy	Jujuy	NOA
Esperanza	Asociación de Pequeños Productores de General Belgrano	Chañar	La Rioja	NOA
Lhapakas	Asociación de Comunidades Aborígenes Lhaka Honhat	Santa Victoria Este	Salta	NOA
Ashpaypa Callun	Asociación de Fomento Pequeños Productores Atamisqueños	Atamisqui	Santiago del Estero	NOA

La Merced	Obispado de Santiago del Estero	Pozo Hondo	Santiago del Estero	NOA
OCCAP	Cooperativa La Costera de OCCAP	Copo	Santiago del Estero	NOA
Del Mate	Fundación Mate Cosido	San Miguel de Tucumán	Tucumán	NOA
Raco	Abrojos Colectivo de Educación Popular	Raco	Tucumán	NOA
San Alfonso	Asociación Civil Comunidad San Alfonso	Yerba Buena	Tucumán	NOA
Del Chenque	Asociación Civil Grupo Pro Derechos del Niño	Comodoro Rivadavia	Chubut	PATAGONIA
La Namunkurá	Fundación Ceferino Namuncurá	Puerto Madryn	Chubut	PATAGONIA
Kermes	Asociación Civil El Ágora	Santa Rosa	La Pampa	PATAGONIA
Libre	Cooperativa Producciones Integrales de Comunicación	Gral Pico	La Pampa	PATAGONIA
Newen Hueche	Comunidad Mapuche Linares	Aucapan	Neuquén	PATAGONIA
Aletwy Wiñalfe	Comunidad Mapuche Aigo / Comunidad Mapuche Salazar	Aluminé	Neuquén	PATAGONIA
Che	Centro de Investigación y Acción Comunitaria Mingaco	Junín de los Andes	Neuquén	PATAGONIA
Navegantes	Fundación Artística y Cultural Tribu Salvaje	Neuquén	Neuquén	PATAGONIA
Pocahullo	Asociación Civil Jaime de Nevares	San Martín de los Andes	Neuquén	PATAGONIA
La Arriera	Asociación Civil El Radal	Chos Malal	Neuquén	PATAGONIA
Del Barrio	Fundación Gente Nueva	San Carlos de Bariloche	Río Negro	PATAGONIA
Encuentro	Fundación Alternativa Popular	Viedma	Río Negro	PATAGONIA
Confluencia	Biblioteca Popular Fernando Jara	Cipolletti	Río Negro	PATAGONIA
Mural	Biblioteca Popular Bernardino Rivadavia	Cipolletti	Río Negro	PATAGONIA
Libertad	Sin Datos	Puerto San Julián	Santa Cruz	PATAGONIA

b. Mapa de socias de FARCO 2013




Socias de FARCO 2023 por Región
40
35
30
25
20
15
10
5
0
Centro
Córdoba
Litoral – NEA
NOA
Patagonia
Cuyo

c. Instrumento de entrevista estructurada

Nombre de la Radio:

Localidad:

Provincia:

1. Participación en Programa FOMECA

1.1 ¿La emisora se ha presentado a alguna convocatoria del Programa FOMECA?

Si _ No_

1.2 ¿Cuántas veces se ha presentado la emisora a Concursos FOMECA?

- ☐ Entre 1 y 5 veces
- ☐ Entre 6 y 10 veces
- ☐ Más de 10 veces

1.3 ¿En qué Líneas se ha presentado?

- ☐ Equipamiento e infraestructura
- ☐ Programa Diario
- ☐ Programa Semanal
- ☐ Producción de contenidos temáticos
- ☐ Gestión
- ☐ Otro

1.4 ¿En cuál/es de estos concursos ha recibido financiamiento?

- ☐ Equipamiento e infraestructura
- ☐ Programa Diario
- ☐ Programa Semanal
- ☐ Producción de contenidos temáticos
- ☐ Gestión
- ☐ Otro

1.5 ¿Considera que el proceso de presentación de un proyecto FOMECA es accesible?

- ☐ Si (pasa a 1.6)
- ☐ No (pasa a 1.5.1)

1.5.1 ¿Cuáles son los obstáculos para la presentación?

_____

1.6 ¿Cuántas personas participan en la elaboración de proyectos FOMECA en su equipo de trabajo?

- ☐ 1 persona
- ☐ 2 personas
- ☐ 3 o más personas

1.7 ¿Cómo caracterizarían el aporte que realizó el FOMECA al mejoramiento de la emisora?

- ☐ No fue significativo
- ☐ Fue moderado
- ☐ Fue importante
- ☐ Fue realmente indispensable

1.8 ¿En qué aspecto de la emisora fue mayor el apote del programa FOMECA?

- ☐ En la infraestructura y el equipamiento tecnológico
- ☐ En las capacidades para producir contenidos periodísticos
- ☐ En las capacidades de gestión, planificación y administración
- ☐ En la renovación artística y estética
- ☐ En posibilidad de incidir en la opinión pública y las audiencias
- ☐ En la articulación con otras organizaciones
- ☐ Otros:

1.9 Si tuviera que definir con una sola palabra lo que ha significado el aporte de FOMECA en su proyecto comunicacional, ¿esa palabra cuál sería?

_____

1.10 Si tuviera que hacer algún aporte al Programa FOMECA respecto de futuras convocatorias, ¿en qué consistiría?

_____

1.11 Si el Programa FOMECA se discontinuara, ¿cómo cree que impactaría en la realidad de su emisora?

_____

1.12 Comentarios que quisiera agregar:

_____

d. Instrumentos de entrevista semiestructurada

d.1 Entrevistado/a: Referente de Radio

1. Participación en FOMECA

¿Cuándo fue la primera vez que se presentó a un FOMECA? ¿Cuáles son las líneas que considera más importantes? ¿Considera que el Programa hizo un aporte significativo al proyecto de la radio? ¿En qué aspectos? ¿Cuáles fueron los principales obstáculos con los que se encontraron?

2. Aportes de FOMECA al Proyecto Político Comunicativo

¿El Programa hizo aportes importantes a la producción de contenidos? ¿Hizo aportes a la dimensión estética y artística? ¿Hizo aportes a mejorar la gestión y la sostenibilidad? ¿Favoreció la capacidad de incidencia política de la emisora?

3. Aportes de FOMECA al equipo de trabajo

¿Mejoró la capacitación de sus integrantes? ¿Promovió el desarrollo en términos laborales y de ingresos? Respecto del equipo de armado de proyectos, ¿creció a lo largo del tiempo? ¿Se fortalecieron capacidades de gestión que son útiles para otro tipo de proyectos?

4. Consideraciones sobre el Estado

¿Puede reconocer diferencias entre las distintas gestiones a lo largo del tiempo? ¿Tuvieron relación con delegaciones del ENACOM cercanas? ¿Cuál considera que debe ser el rol del Estado en relación con los medios comunitarios?

5. Futuro de FOMECA

¿Cuál considera que debe ser el rumbo del Programa luego de diez años? ¿Cuál debe ser el rol de los medios comunitarios en relación con éste u otros programas destinados al sector?

d. 2 Entrevistado/a: Referente de Política Pública

1. Participación en la gestión

¿En qué período trabajó en el Programa FOMECA? ¿Qué rol ocupó en el Programa? ¿Cómo llegó a ese lugar? ¿Qué recuerda del contexto político del momento?

2. Relación con medios comunitarios

¿Qué recuerda de la relación con los medios comunitarios durante la gestión? ¿Qué tipo de participación se propuso para el sector comunitario en la gestión del FOMECA? ¿Qué miradas respecto del Estado encontró en los medios comunitarios organizados? ¿En qué se diferencian de su propia mirada como Estado? ¿Qué aportes hicieron los medios a la gestión?

3. Aporte del Programa

¿Cuáles considera que fueron los aportes más significativos del Programa FOMECA a los medios comunitarios? ¿Considera que el Programa aportó a la producción propia de contenidos? ¿Considera que el Programa aportó a la dimensión artística y estética? ¿Y en materia de gestión y sostenibilidad?

4. Logros y dificultades de la gestión

¿Cuáles fueron los principales logros durante su gestión? ¿Con qué dificultades y obstáculos se encontró? ¿Cuáles fueron las marcas, los factores clave durante su gestión en FOMECA? ¿Qué desafíos quedaron pendientes?

e. Grillas de Sistematización de Datos

e.1 Para volcar información de entrevistas semiestructuradas a referentes de radios:

	Valoración general del Programa FOMECA (VG)	Percepciones en relación al Estado y su vínculo con las organizaciones (EO)	Transformaciones en la sostenibilidad económica (SE)	Transformaciones en la sostenibilidad organizativa (SO)
Emisora Localidad Provincia Región				

	Transformaciones en la construcción de sentidos (CS)	Transformaciones en la estética (E)	Transformaciones en la sostenibilidad social (SS)	Transformaciones en la incidencia (I)
Emisora Localidad Provincia Región				

e.2 Para volcar información de entrevistas semiestructuradas a referentes del Programa FOMECA:

	Contexto político de la gestión. Incidencia en la gestión.	Relación con medios comunitarios. Participación propuesta en el diseño de la PP. Miradas respecto del Estado.	Aportes significativos del Programa al sector (contenidos; estética; sostenibilidad; incidencia)	Logros, dificultades y desafíos de la gestión.
Referente de Programa FOMECA Etapa / Rol				

Detalle de radios entrevistadas según su participación en el Programa y Región

a. **6 Radios experimentadas:** La Ranchada (Córdoba); Aire Libre (Rosario, Santa Fe, región Litoral-NEA); Kermés (Santa Rosa, La Pampa, región Patagonia). Son emisoras que se presentaron más de diez veces. Se suman a este grupo Radio Estación Sur, Futura y Encuentro, que fueron entrevistadas en una primera etapa de la investigación.

b. **2 Radios medianamente experimentadas:** Oré Tapé (Buenos Aires) y Villanos (Córdoba). Son emisoras que se presentaron entre seis y diez veces.

c. **6 Radios menos experimentadas:** Punta Indio (Buenos Aires); Chapaleofú (Rauch, Buenos Aires); Otros Nosotros (Córdoba); Curva (Córdoba); La Leñera (Potrerillos, Mendoza, región Cuyo); Sapukay (Villaguay, Entre Ríos, región Litoral-NEA). Son radios que se presentaron entre una y cinco veces.

Referentes de radios que participaron de las entrevistas

Javier Díaz, Rocío Argüello (La Ranchada)
Daniel Fossaroli (Aire Libre)
Juan Pablo Gavazza, Camila Pagella, Veró Mac Lennan (Kermés)
Pablo Antonini (Estación Sur)
Juan Salvador Delú (Futura)
Néstor Busso (Encuentro)
Fabiana García (Oré Tapé)
Evelina Ramírez, Jorge Boido (Villanos)
Leonardo Lopez y Ezequiel Calvano (Punta Indio)
Cecilia Márgico, Mariano Espondaburu (Chapaleofú)
Adriana Molina (Otros Nosotros)
Jesica Ysasi, Ezequiel Planté (Curva)
Miriam Chinigioli (La Leñera)

Adriana Defazy, Noemí Guerrero (Sapukay)

Grupo de discusión

Jorge Boido (Viilanos)
Emanuel Gall (Raco)
Pablo Russo (Barriletes)
Margarita Palacio (Reconquista)
Carolina García (La Lechuza)
Carlos Núñez (La Hormiga)

Referentes de FOMECA entrevistados/as

Andrea Conde
Francisco Dalessio
Brenda Daney
Adrián Lebendiker
María Sucarrat
Luis Zarranz

Agradecimientos

Por algún motivo, esta vez los agradecimientos quedaron para el final.

Los más merecidos son para las compañeras y compañeros de FARCO, con quienes fue un placer dialogar y enriquecernos mutuamente de las experiencias en todo este largo tiempo. Son más de 25 años los que me unen con esta red, prácticamente la misma cantidad que llevo trabajando en el campo de la comunicación de forma más o menos profesional, más o menos militante. Por lo trabajado acá, esto ya no sería contradictorio; para mí nunca lo fue. Me sigue inquietando entrar a su sede histórica de Piedras 575, en el barrio de San Telmo -en la ciudad de Buenos Aires- la casa del Centro Nueva Tierra, donde trabajé entre 1998 y 2007. Ahí conocí primero a Néstor Busso, y luego a cientos de compañeros y compañeras de las radios comunitarias de Argentina. Siempre cabe agradecer por hacerme sentir parte de este movimiento social, político y comunicacional que, no por casualidad, convocó en ese mismo espacio físico a la Coalición por una Comunicación Democrática, motor de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Los relatos de quienes participaron en las entrevistas, en el grupo de discusión, en la presentación de resultados del primer relevamiento, aportaron no sólo testimonios sino también la escucha atenta sobre lo que les fui compartiendo de este proceso de investigación. Claramente esto no termina acá: si para algo debe servir, es como insumo para los tiempos que vendrán.

Agradecer también a quienes les tocó ocupar cargos políticos y/o técnicos en AFSCA y ENACOM, especialmente en los tiempos de avance democrático. Compartir proyectos, talleres, reuniones, encuentros, nos enriqueció mutuamente. Sus reflexiones sobre lo vivido en la gestión y el trabajo en el Programa FOMECA trajeron elementos que abonan a la recuperación de una dimensión poco valorada, bastante criticada y poco comprendida en sus condicionamientos, como es el ejercicio de un cargo público. A quienes no respondieron la convocatoria a ser entrevistados, supongo que es entendible: quizás no haya mucho para rescatar.

A las y los docentes del Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, agradecer por los diálogos picantes y cómplices de los sábados, allá en el bosque, con su aroma futbolero. A los compañeros y compañeras de cursada, porque transitar esos espacios colectivamente ayuda mucho y deja amistades ojalá perdurables; por eso espero que puedan llegar a buen puerto con sus trabajos. Vaya también -como en la placa que se puede ver en el jardín del Edificio Néstor Kirchner- mi recordatorio amoroso al querido Jorge Huergo, que me hizo conocerla. Cursar allí era una deuda pendiente -no con él, sino conmigo- aunque no haya sido en Comunicación/Educación. Lamento, eso sí, seguir sin comprender cómo manejarme en la ciudad de las diagonales.

Agradecer -claro- a Claudia y a Darío, por estar siempre presentes en el acompañamiento en esta larga tesis, para pensarla primero, y para llevarla a cabo después. Gracias por los tiempos de lectura, por los comentarios, los detrás de escena de algunas definiciones de autores y autoras de renombre, y el aliento por lo nuevo que haya aparecido en términos de producción de conocimiento. Hablo de esa instancia

compleja de construcción, de aparición de un concepto o una relación novedosa, que nos hace sentir mínimamente que pudimos hacer un aporte.

A la Universidad Pública argentina, en tiempos de ataque feroz a su carácter democrático, soberano, autónomo, por resistir y no bajar las banderas que defendemos desde que ingresamos, tres décadas atrás. Porque mientras se cocinaba este trabajo, en el fragor de la batalla contra sus intentos de desguace, salieron a la luz miles de historias que nos enorgullecen, y que la ubican en un lugar fundamental para mejorar esta querida y vapuleada Argentina. Es una casa común en la que elegimos seguir estando -especialmente la Universidad de Quilmes, donde trabajo hace ya tiempo- pero también aquellas que están presentes en todo el territorio nacional.

A la familia en la que nací, los/as Jaimes, por las redes de amor, afectos, conocimientos y aprendizajes en las que me criaron. Por lo habitual de transitar los pasillos de jardines, escuelas y universidades desde tan pequeño, y que ese ambiente hecho de personas curiosas y aprendizajes compartidos me resultara desde siempre tan familiar.

A la banda que armamos, las/os Jaimes Gaitán, -con Guada, con Emi, con Juli- porque este amor viene de esas mismas luchas en las aulas, nos debemos a ellas, y espero que sigamos siendo parte por muchas generaciones más.

Por último, agradecer a este lugar hermoso que elegimos para vivir y desde donde escribí este trabajo: entre fresnos, eucaliptus, acacias, robles, cerezos, almendros, álamos, perales, pinos y abedules, creciendo en el horizonte más acá y más allá de la Ruta 3 vieja.

Viedma, Río Negro, diciembre de 2024.

Contacto: diegojaimes2008@gmail.com