



FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL
-U.N.L.P.-

Tesis de grado

***Un análisis de las radios comunitarias
y populares en Argentina***

Maria Clara Busso

Legajo 8032/8

D.N.I. 18.792.950

56 N° 809 e/ 11 y 12 - La Plata

(0221) 421-3602

mycbusso@yahoo.com

Director

Jorge Huergo

Codirectora:

María Belén Fernández

Fecha de presentación

Febrero de 2003

Índice

| | |
|--|----|
| Índice | 2 |
| Introducción..... | 5 |
| Planteamiento del problema de investigación | 6 |
| Tipo de investigación..... | 6 |
| Identificación de los objetivos de investigación | 7 |
| Objetivo general | 7 |
| Objetivos específicos..... | 7 |
| Alcances de la investigación | 8 |
| Nivel temático | 8 |
| Nivel espacial | 8 |
| Nivel temporal..... | 8 |
| Valor potencial de la investigación | 9 |
| Valor teórico | 9 |
| Implicaciones prácticas..... | 9 |
| Relevancia política..... | 10 |
| Viabilidad de la investigación | 10 |
| Punto de partida..... | 11 |
| Distintas formas de conceptualizar y entender a éstos radios | 13 |
| Radios educativas..... | 13 |
| Radio popular..... | 14 |
| Radio Comunitaria | 15 |
| Radio ciudadana | 17 |
| Radio alternativa | 18 |
| Otras denominaciones | 19 |
| Un ámbito en disputa..... | 21 |
| Mapa Situacional: Un intento de encontrarnos y reconocernos | 24 |
| Una búsqueda desde la historia..... | 24 |
| Los límites legales y la búsqueda del derecho a la comunicación..... | 32 |
| Un nuevo ataque a las radios populares..... | 42 |
| Inconstitucionalidad del artículo 45 y un nuevo avance..... | 44 |
| Concentración mediática..... | 46 |
| Hacia una nueva ley | 48 |
| Redes..... | 50 |
| Las organizaciones Latinoamericanas | 51 |
| AMARC | 51 |
| ALER..... | 55 |
| ALER satelital | 57 |
| Foro Argentino de Radios Comunitarias..... | 59 |
| Radios pertenecientes a FARCO..... | 65 |
| Hacia una red informativa nacional..... | 67 |
| Razones para pertenecer a FARCO | 67 |
| Características generales de las radios miembros de FARCO..... | 70 |
| Públicos | 74 |
| Situación tecnológica | 75 |
| Sostenibilidad..... | 77 |
| Personal voluntario y rentados | 81 |

| | |
|--|-----|
| Marco metodológico..... | 85 |
| Los casos..... | 93 |
| Radio Revés..... | 93 |
| Origen de la radio..... | 93 |
| Objetivos..... | 94 |
| Sostenibilidad institucional y económica..... | 95 |
| Vinculación con organizaciones sociales..... | 95 |
| Practicas institucionales..... | 96 |
| Situación tecnológica..... | 96 |
| Organización interna..... | 97 |
| Situación jurídica..... | 97 |
| Relación con FARCO..... | 97 |
| Participación de la audiencia y de la comunidad..... | 98 |
| Encuentro..... | 98 |
| Origen de la radio..... | 98 |
| Objetivos..... | 99 |
| Sostenibilidad institucional y económica..... | 100 |
| Vinculación con organizaciones sociales..... | 100 |
| Practicas institucionales..... | 101 |
| Situación tecnológica..... | 102 |
| Organización interna..... | 102 |
| Situación jurídica..... | 103 |
| Relación con FARCO..... | 103 |
| Participación de la audiencia y de la comunidad..... | 103 |
| Radio Comunitaria Bajo Flores..... | 104 |
| Origen de la radio..... | 104 |
| Objetivos..... | 106 |
| Sostenibilidad institucional y económica..... | 106 |
| Vinculación con organizaciones sociales..... | 108 |
| Practicas institucionales..... | 108 |
| Situación tecnológica..... | 108 |
| Organización interna..... | 109 |
| Situación jurídica..... | 109 |
| Relación con FARCO..... | 109 |
| Participación de la audiencia y de la comunidad..... | 110 |
| Pocahullo..... | 110 |
| Origen de la radio..... | 110 |
| Objetivos..... | 110 |
| Sostenibilidad institucional y económica..... | 111 |
| Vinculación con organizaciones sociales..... | 111 |
| Practicas institucionales..... | 111 |
| Situación tecnológica..... | 112 |
| Organización interna..... | 112 |
| Situación jurídica..... | 113 |
| Relación con FARCO..... | 113 |
| Participación de la audiencia y de la comunidad..... | 113 |
| Alas..... | 114 |
| Origen de la radio..... | 114 |
| Objetivos..... | 114 |
| Sostenibilidad institucional y económica..... | 115 |
| Vinculación con organizaciones sociales..... | 116 |
| Practicas institucionales..... | 116 |
| Situación tecnológica..... | 117 |

| | |
|---|-----|
| Organización interna | 117 |
| Situación jurídica | 118 |
| Relación con FARCO | 118 |
| Participación de la audiencia y de la comunidad | 118 |
| Reconquista..... | 118 |
| Origen de la radio..... | 118 |
| Objetivos | 120 |
| Sostenibilidad institucional y económica..... | 120 |
| Vinculación con organizaciones sociales..... | 121 |
| Prácticas institucionales | 121 |
| Situación tecnológica | 122 |
| Organización interna | 122 |
| Situación jurídica..... | 122 |
| Relación con FARCO | 122 |
| Participación de la audiencia y de la comunidad | 123 |
| El valor de la palabra | 124 |
| El sentido educativo de las radios populares y comunitarias | 126 |
| El rol político de las radios populares y comunitarias | 132 |
| Otra forma de comunicación | 139 |
| Consideraciones finales | 142 |
| En busca de algunas conclusiones..... | 142 |
| La coyuntura que las entrapa y las envuelve..... | 144 |
| FARCO, una construcción colectiva | 145 |
| La comunicación popular, una cosa molesta | 146 |
| Cerrando el proceso de tesis | 147 |
| Bibliografía | 148 |
| Sitios WEB..... | 152 |
| Anexos | 154 |
| Acta constitutiva | 155 |
| Estatuto de la Asociación Civil F.A.R.CO..... | 157 |
| Propuestas de FARCO para la ley de radiodifusión | 165 |
| Declaración de los Radioapasionados y Televisiónarios..... | 171 |
| Encuesta | 173 |
| Multimedios que operan en el país | 178 |
| Convenio entre la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata y el Foro Argentino de Radios Comunitarias..... | 187 |
| Carta de FM ALAS en su cumpleaños número 16 | 189 |
| Censo Único de Organizaciones Colectivas Privadas..... | 190 |

Introducción

La radio podría ser el más gigantesco medio de comunicación imaginable en la vida pública, un inmenso sistema de canalización.

Lo será cuando no sea sólo capaz de emitir sino también de recibir.

En otras palabras, si consigue que el oyente no sólo escuchase sino también hablase, que no permaneciera aislado sino relacionado

Bertolt Brecht

Empezar, terminar, continuar...

La tesis implica un cierre de la carrera de grado, pero también implica el comienzo de un nuevo momento académico y personal.

Pero fundamentalmente la tesis es una continuidad, o la posibilidad de dar continuidad a intereses, preocupaciones, preguntas, formación.

Este interés por la comunicación popular y la radio fue el que me impulso a estudiar comunicación social, por lo tanto a lo largo de toda la carrera he ido trabajando en esta línea. En ese sentido, puedo afirmar que esta tesis es la condensación de mis años en la facultad e intenta la confluencia de los recorridos transitados, la comunicación institucional y la educación¹.

Mi interés por las radios comunitarias y populares, debo reconocer, es heredado. Mis padres se han sumado a esta opción de pensar otra comunicación, una comunicación comprometida, una comunicación que apuesta a la transformación social. De muy chica conviví con cables y micrófonos, aprendí el valor y la fuerza de la palabra, me sentí parte de un proyecto plural, donde todos los sectores tenían y ejercían su derecho a comunicarse, pero donde la opción y la apuesta era clara: la radio se juega por los sectores más pobres.

¹ Soy profesora de Comunicación Social recibida en el año 2002.

Creo necesario repensar los medios, en especial a las radios comunitarias y populares, en relación con lo político, a la reconfiguración del espacio público. En este sentido espero que también sirva para pensar la práctica profesional del periodismo, visualizando estos otros lugares que aparecen desdibujados pero que implican prácticas serias y comprometidas.

Por otra parte, es mi deseo que este trabajo ayude a las radios comunitarias y populares de nuestro país a revisar y mejorar sus prácticas para que su opción de cambio y transformación sea una realidad, ya que apuesto al *“rol que tiene la universidad en la constitución de una sociedad democrática. Es fundamental que la Universidad, desde su desarrollo científico y su interacción social, participe, colabore y promueva la construcción no sólo de un pensamiento crítico, sino además de la transformación de aquello que critica”*². Es necesario que desde la facultad de comunicación apostemos a una real democratización de las comunicaciones y hoy eso significa apostar y acompañar a las radios comunitarias que vienen dando esta lucha desde el trabajo diario.

Por lo anteriormente planteado, esta tesis, no sólo responde a un objetivo académico, como paso necesario para la obtención de mi título como licenciada en Comunicación Social, sino que, también, responde a un objetivo político de aportar elementos a la organización interna y visibilidad a Farco.

Planteamiento del problema de investigación

El proyecto consiste en un trabajo de investigación sobre las radios comunitarias y populares de nuestro país que conforman el Foro Argentino de Radios Comunitarias, me interesa conocer sus características, historia, la pertenencia a redes y organizaciones, las prácticas que llevan adelante y las percepciones de los actores respecto a su práctica.

Tipo de investigación

² Facultad de Periodismo y Comunicación Social. “Políticas científicas de comunicación”. Ediciones de Periodismo y Comunicación, 1998, La Plata

Debido al enfoque que le pretendimos dar al estudio y a la revisión de la literatura sobre el estado actual del conocimiento en el tema de investigación (radios populares y comunitarias en Argentina), el estudio se inició como exploratorio. Una vez familiarizados con el tema obtuvimos información que nos ayudó a describir el fenómeno de interés. Por lo tanto, la investigación continuó como descriptiva, avanzando, por momentos, en una línea más analítica.

Identificación de los objetivos de investigación

Objetivo general

Ñ Analizar las representaciones de los actores de las radios que conforman el Foro Argentino de Radios Comunitarias y las prácticas de las radios en la actualidad

Objetivos específicos

Ñ Definir aspectos estructurales de las radios comunitarias y populares en Argentina

Ñ Caracterizar el origen y la historia de las radios comunitarias y populares en nuestro país

Ñ Caracterizar el origen y la historia del Foro Argentino de Radios Comunitarias –FARCO-

Ñ Relevar las diferentes practicas institucionales de las radios comunitarias y populares en su relación con la comunidad

Ñ Identificar las nociones comunicacionales y educativas de las radios comunitarias y populares

Ñ Conocer la pertenencia y grado de participación de las radios comunitarias y populares a organizaciones, redes, asociaciones nacionales, regionales e internacionales

Ñ Describir las representaciones que los actores de las diferentes radios comunitarias y populares tienen de ellas³.

³ En todos los objetivos específicos al hacer mención a las radios comunitarias y populares me refiere a las que conforman el Foro Argentino de Radios Comunitarias.

Alcances de la investigación

Para contribuir a la mayor precisión del trabajo señalamos los alcances del estudio en el ámbito temático, espacial y temporal.

Nivel temático

Esta tesis sólo pretende ser un primer análisis, un punto de partida sobre las radios populares y comunitarias, profundizando en el valor de la palabra y su sentido político y educativo.

Nivel espacial

La tesis se realizó con las siguientes radios afiliadas al Foro Argentino de Radios Comunitarias (Farco):

- Encuesta: Radio Comunitaria Bajo Flores; FM Raíces; Radio Sur; Aire Libre; FM Compartiendo; De La Calle; Radio Encuentro; FM Cristal; Apuntes FM; Frecuencia Zero; FM Pocahullo; Radio Reconquista; FM Alas; La Buena Noticia; Comunidad Enrique Angelelli⁴; Amanecer; Futura; Vida; Stereo Alas; FM Libre; En Transito; Antena Libre.
- Estudio de casos: Radio Revés (Córdoba), FM Comunitaria Bajo Flores (Ciudad de Buenos Aires), Radio Reconquista (José León Suárez), Radio Encuentro (Viedma), FM Alas (El Bolsón), FM Pocahullo (San Martín de los Andes)

Nivel temporal

El tiempo total para la realización de la tesis fue un año, aproximadamente, desde julio de 2002 hasta fines de diciembre de 2003, con una interrupción, casi total, entre mayo y mediados de septiembre de 2003. La encuesta realizada se aplicó entre septiembre de 2002 y noviembre de 2003.

⁴ Comunidad Enrique Angelelli no contestó el cuestionario enviado, pero si mandó la historia, los objetivos y la situación actual del proyecto, por lo que fue posible recuperar gran cantidad de datos.

Las visitas a las radios se realizaron entre noviembre de 2002 y febrero de 2003.

La redacción final corresponde a finales de noviembre y diciembre de 2003.

Valor potencial de la investigación

Anteriormente hemos mencionado algunos elementos que justifican la realización de la presente investigación. No obstante, debemos señalar una serie de criterios que nos motivaron para llevar a cabo esta tesis e indicar los beneficios podrían derivar de este trabajo.

Valor teórico

Como señalábamos en el Plan de Tesis *“poco se ha dicho todavía sobre la realidad de nuestro país y que incluso las publicaciones que se refieren a esta problemática en el resto de América Latina suelen aludir, en la mayoría de los casos, a experiencias particulares.*

Es importante destacar que la mayor parte de los textos revisados corresponden a manuales para mejorar las prácticas de las radios comunitarias y populares, en los cuales se dedican algunos capítulos a su conceptualización y análisis. Los restantes textos corresponden a artículos, conferencias y ensayos, que si bien aportan importantes elementos para el análisis no estudian la problemática particular de Argentina”.

Por esto consideramos que esta tesis puede aportar nuevos elementos⁵ sobre las radios populares y comunitarias, reconociendo la limitación que implica una tesis de grado.

Implicaciones prácticas

⁵ No tanto para aquellos que transitan por el ámbito de la comunicación popular, pero si para la academia.

Esta tesis permitió realizar una contribución al trabajo que viene desarrollando el Foro Argentino de Radios Comunitarias. En primer lugar actualizó y ordenó los listados de los miembros que la componen.

La encuesta realizada para esta tesis, fue consensuada con miembros de FARCO, incorporando preguntas para uso interno.

Este trabajo pretende que las radios se conozcan y conozcan los recorridos que se han venido dando en nuestro país y en América latina.

Relevancia política

La opción de trabajar sobre la comunicación popular, y en particular con radios populares y comunitarias, implica una opción claramente política, y responde a una apuesta a la democratización de las comunicaciones y, fundamentalmente, de la sociedad.

Una investigación de este tipo puede ayudar a la visualización del trabajo que vienen realizando las radios comunitarias y populares, lo que permitiría hacer más presión en la lucha por una Ley de Radiodifusión más justa y democrática.

Viabilidad de la investigación

Esta tesis fue factible de ser realizada porque contó con la buena voluntad y la disponibilidad de las radios y de la mesa nacional de Farco, quien nos brindó toda la información necesaria y nos abrió las puertas de las radios y de su organización.

Punto de partida

Como punto de partida del recorrido de indagación, búsqueda y análisis de las radios comunitarias nucleadas en torno al Foro Argentino de Radios Comunitarias, presentare algunas nociones y conceptos que están puestos en juego en el desarrollo y que enmarcan nuestro trabajo.

Nuestro trabajo intentará mantener como eje en una mirada desde la comunicación y de la comunicación. Desde la comunicación como perspectiva de abordaje, como entrada a la complejidad de las prácticas sociales. De la comunicación como práctica social, como proceso de construcción de sentido.

Por tanto, es preciso aclarar qué entendemos por comunicación.

Entendemos la comunicación como "*un proceso de significación y producción de sentido*". Esta perspectiva considera a las prácticas comunicativas como espacios de interacción entre sujetos, en los que los sujetos emisores y receptores se constituyen ellos mismos en el espacio discursivo. El discurso es el espacio en el que se efectúan determinadas prácticas en las que esos sujetos interactúan.

Entonces, comunicación es entendida como una realidad esencial a la condición humana, es un acto social vital, constitutivo de la relación sociocultural y lugar donde se construye sentido. Es una experiencia entendida como vincularse, poner en común, compartir, intercambiar. "*La palabra constituye a los sujetos*"⁶, por tanto "*cuanto más intensa es la comunicación, mayor será la interacción y más libres las personas involucradas*"⁷.

Consideramos que la comunicación no es, como se la consideró por mucho tiempo, un mero proceso de transmisión de mensajes, que era exitoso o satisfactorio cuando tales mensajes eran decodificados por el receptor en el sentido previsto por el emisor.

⁶ Mata, María Cristina. "¿Dónde están y a donde van las radios populares?. *Revista Chasqui* Nº 45, Ciespal, abril de 1993.

⁷ Neumann, Laurício. "Educação como prática de liberdade". Paz e Terra, Río de Janeiro, 1989. Citado por: Cogo, Denise Maria. "NO AR... uma radio comunitaria". Paulinas, Brasil, 1998. Traducción propia.

A partir de esa concepción de la comunicación, bastaba analizar lo que se decía en un mensaje, sus significados implícitos y explícitos para comprender tanto las intenciones de los emisores como los efectos que tal mensaje tendría en los receptores. Estas explicaciones nos resultan insuficientes para comprender a las radios comunitarias, ni otras prácticas de comunicación humana, y los sentidos que a estas las atraviesan.

En este trabajo intentaremos la comprensión de la comunicación en el marco de los procesos culturales. En esta perspectiva hablar de “comunicación popular” es hablar del modo de inserción del trabajo de la comunicación en el medio ambiente social.

Por esto el objetivo de este trabajo no estará puesto en las radios como medios de transmisión de información, sino que el planteo de investigación parte de considerarlas como instituciones sociales constructoras de sentido mediante su permanente interacción con la sociedad y formadoras de sujetos. Es decir que el trabajo no estará limitado al análisis de los mensajes transmitidos por las radios comunitarias, sino que intentaremos adentrarnos en éstas como instituciones, en los sentidos que construyen y se construyen a su alrededor, nos preocupa analizar el sentido mismo de las radios comunitarias.

Considero que una institución es una red simbólica que existe entre lo instituido y lo instituyente, que se conforma a partir de una lógica identitaria conjuntista, la cual establece la frontera del adentro y del afuera, pertenecer o no pertenecer, ser una radio comunitaria y popular o no. La institución implica dos planos de análisis, lo institucional en este caso radio comunitaria y popular y “una institución” situada escogida de la red de instituciones integrantes de FARCO en este caso Radio Pocahullo, Radio Encuentro o FM Alas.

Es importante aclarar que al referirme a Radios comunitarias o populares no haré referencia necesariamente a lo masivo, sino que, como afirma Jesús Martín Barbero, *“El valor de lo popular no reside en su autenticidad o su belleza, sino en su representatividad sociocultural, en su capacidad de materializar y de expresar el modo de vivir y pensar de las clases subalternas, las maneras como sobreviven y las estratagemas a través de las cuales filtran,*

*reorganizan lo que viene de la cultura hegemónica, y lo integran y funden con lo que viene de su memoria histórica*⁸.

Distintas formas de conceptualizar y entender a éstas radios

Radios comunitarias, radios asociativas, radios rurales, radios públicas, educativas, libres, populares, indígenas, comunales, ciudadanas... Muchos nombres, cada uno respondiendo a una historia, a una zona.

Sin duda los orígenes y las realidades de las radios comunitarias son muy diversos *“lo que existen son medios populares. Es decir radios que en diversas circunstancias, respondieron a orígenes y proyectos muy distintos, desarrollaron una práctica comunicativa que se diferencia del modelo de comunicación radiofónica dominante porque son expresión de opción que, en términos generales, pueden caracterizarse como una opción de cambio. Esto se debe a que son parte de proyectos que buscan la transformación de injustas estructuras económicas y sociales, que perpetúan el poder de grupos minoritarios condenando a las grandes mayorías a la pobreza y la marginación*⁹.

Sin embargo para entender mejor este movimiento, es necesario que indagemos en algunas de estas diferencias. En este sentido, las distintas maneras de conceptualizar estas prácticas, la mayoría en relación con sus diversos orígenes, nos ayudan a pensarlas.

Radios educativas

Son las primeras que surgen en nuestro continente, están relacionadas a la experiencia de Radio Sutatenza.

⁸ Martín Barbero, Jesús. “De los medios a las mediaciones”. Gustavo Gilli, México, 1987.

⁹ Mata, María Cristina. “Radio popular”. Documento interno # 6 de Aler. Reflexiones a partir del Seminario-Taller sobre “Educación popular y Radio masiva”, Quito, junio de 1987. Citado por: Sigueiro, Ricardo y otros. *Seguimos en buena onda*. Aler. Quito, 1997.

A partir de estas experiencias, junto a las radios mineras de Bolivia, nace en 1972 la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER),

En la historia de ALER no sólo se han sumado nuevas experiencias y se ha fortalecido institucionalmente, sino que ha asumido una nueva opción, *“la radio que nació educativa siguió el proceso social y político de la región y fue transformándose en ‘radio popular’. Abandonó como principal objetivo la alfabetización y la educación a distancia y definió nuevas misiones vinculadas a la idea de cambio de la estructura de la sociedad y a la búsqueda de una sociedad justa, con solidaridad y equidad”*¹⁰

Radio popular

El término “Radio Popular” se comienza a utilizar en América Latina a fines de los años 70 y principios de los 80, cuando las radios educativas empiezan a ampliar su programación a la problemática que vivían los pobladores a los que se dirigían.

La radio popular se nutre de dos vertientes: una católica (vinculada a las radios educativas) y otra sindical (que tiene origen en las radios mineras), ambas aportan experiencia e impulso al desarrollo de la radio popular. Por un lado está la lucha política inspirada en los ideales socialistas y por otro el compromiso basado en la Teología de la Liberación y la Pedagogía Liberadora de Paulo Freire. Esta unión da origen a la idea de “Radio Popular” la cual inspira e identifica a cientos de radios en todo el continente.

*“La Radio popular es aquella emisora que hace más explícita su **intencionalidad de carácter político**; es decir un movimiento comunicacional en función de una organización social cuyo fin busca un cambio, una transformación social determinada”*¹¹.

“La radio popular es fundamentalmente un proyecto de comunicación dentro de un proyecto de cambio político. Según Pepino, la radio ‘trata de constituirse en un espacio democrático y participativo, donde los sujetos

¹⁰ Villamayor y Lamas. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. FES y AMARC. Ecuador, septiembre de 1998.

¹¹ Coronado, Marco. “Las Radios populares en América Latina”. UCB, La Paz, 2000

tradicionalmente excluidos de la toma de decisiones puedan colaborar directamente en la creación de formas nuevas y contenido innovadores de acuerdo con el mismo proceso de cambio social que propician estas intenciones”¹²

Beatriz Villagómez¹³ señala que algunos rasgos fundamentales de las radios populares son:

- Tiene sentido de proyección (tiene utopías de cambio)
- Es eminentemente educativa (apoya la apropiación y profundización del saber)
- Es crítica y concientizadora (cuestiona y forma sujetos con voz propia)
- Es participativa (apropiación del medio, democratiza la comunicación)
- Es intercultural (promueve la integración desde las características propias del pueblo)
- Es relacionadora (de individuos, grupos, comunidades, permitiendo el intercambio y la unión de fuerzas)
- Es social (está basada en la vida cotidiana del pueblo)
- Es útil (de servicio social, es compañía, defiende la calidad de vida)
- Es alternativa (no responde a la lógica comercial)
- Es competitiva (disputa los primeros lugares, busca legitimar su saber).

Radio Comunitaria

El concepto de radio comunitaria toma fuerza en América Latina de la mano de AMARC –Asociación Mundial de Radios Comunitarias-, poniendo el énfasis en la necesidad de democratizar la palabra para democratizar la sociedad.

¹² Geerts, Andres y Victor van Oeyen. “La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia”. ALER. Quito, diciembre de 2001.

¹³ “Vigencia Comunicacional de la Radio Educativa Popular en el Nuevo Contexto Nacional”. La Paz, 1998.

En este sentido, AMARC señala: “Radio comunitaria, radio rural, radio cooperativa, radio participativa, radio libre, alternativa, popular, educativa... Si las estaciones de radio, las redes y los grupos de producción que constituyen la Asociación Mundial de Radiodifusores Comunitarios, se refieren a sí mismos por medio de una variedad de nombres, sus prácticas y perfiles son aún más variados. Algunas son musicales, otras militantes y otras musicales y militantes. Se localizan tanto en áreas rurales aisladas como en el corazón de las ciudades más grandes del mundo. Sus señales pueden ser alcanzadas ya sea en un radio de un kilómetro, en la totalidad del territorio de un país o en otros lugares del mundo vía onda corta.

Algunas estaciones pertenecen a organizaciones sin ánimo de lucro o a cooperativas cuyos miembros constituyen su propia audiencia. Otras pertenecen a estudiantes, universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos. Hay estaciones de radio financiadas por donaciones provenientes de su audiencia, por organismos de desarrollo internacional, por medio de la publicidad y por parte de los gobiernos”¹⁴

Ser una radio comunitaria no significa¹⁵:

- *Baja potencia*: pueden ser pequeñas o grandes.
- *Determinada frecuencia*: pueden estar en FM, pero también en otras bandas.
- *Ilegal*: ninguna fórmula de legalidad se debe descalificar a priori
- *Artisanal o profesional*: con voluntarios o profesionales, se tiene que hacer la mejor radio que se pueda.
- *Propiedad determinada*: no importa quién es el dueño. Es más importante la apropiación del medio y que la audiencia la sienta como suya.
- *Publicidad comercial vetada*: la radio comunitaria tiene que poder generar ingresos.

Rafael Roncaglio habla de tres lógicas de funcionamiento que marcan la verdadera diferencia entre los medios de comunicación masiva:

¹⁴ "Ondas para la Libertad". Informe de la Sexta Asamblea Mundial de los Radiodifusores Comunitarios. Dakar, Senegal, 23-29 de enero de 1995

¹⁵ López Vigil, José Ignacio. *Manual urgente para Radialistas Apasionados*. Ecuador, 1997.

- la lógica de la rentabilidad económica, propia de los medios comerciales;
- la lógica de la rentabilidad política que preside los medios estatales;
- y una tercera lógica, de rentabilidad sociocultural, que define a los medios comunitarios.

Es decir que, *“cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria.*

*No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda las emisoras que así se denominan. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva -y por ello, el nombre- de **construir comunidad**¹⁶*

Es importante destacar que la definición conceptual es amplia a propósito, de manera que muchas radios puedan sentirse parte del movimiento.

Radio ciudadana

En los últimos años se ha consolidado esta nueva forma de entender a las radios. Quien empezó a utilizar el concepto de radio ciudadana fue Rafael Roncagliolo durante su presidencia de AMARC América Latina. De esta forma AMARC incorpora el aspecto político a su manera de conceptualizar a las radios.

¹⁶ Idem

Posteriormente, Claudia Villamayor y Ernesto Lamas conceptualizan a las radios ciudadanas en el libro “Gestión de la radio Comunitaria y ciudadana” entendiéndola como: *“espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia”*. *“Las radios comunitarias y ciudadanas se definen como medios de comunicación que asumen un lugar en la construcción democrática en relación con los demás actores sociales”*

“Se define así en la medida que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de derechos ciudadanos”

“La radio comunitaria y ciudadana es un ámbito para el ejercicio de la ciudadanía autogestionada y autónoma, expresión de intereses colectivos político-culturales en el marco de un proyecto comunicacional, en el cual un grupo de personas hace uso de sus derechos a la comunicación y a la expresión”¹⁷.

La definición de radio ciudadana surge a partir de la reconceptualización teórica de la práctica de las radios comunitarias. Aún son muy pocas las radios que se definen a sí misma de esta forma, aunque si son características que podemos observar en los casos analizados.

Radio alternativa

Lo “alternativo” no implica necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino una oferta que es “otra” y difiere de los medios “tradicionales”.

Quizás podemos pensar lo alternativo como un gran paraguas que resguarda muchas formas de entender y de hacer radio. En este sentido podemos afirmar que todas las radios a las que nos estamos refiriendo son alternativas.

¹⁷ Villamayor, Claudia y Ernesto Lamas. *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. FES y AMARC. Ecuador, septiembre de 1998.

Es una de las expresiones más utilizadas pero, quizás, menos conceptualizadas¹⁸. Entendemos que será esta la razón por la que son relativamente pocas las radios que se definen como radios alternativas, a pesar de ser un término muy difundido.

Hay quienes entienden lo alternativo desde lo alterativo, dándole un sentido más político y cargándola con una clara opción comunicacional. Rafael Roncaglio¹⁹ sostiene que *“lo alternativo tiene que ver con el verbo alterar, cambiar, pero al mismo tiempo la palabra alterativa, en su connotación latina que viene de alter, da la idea que es una comunicación con el alter, con el otro. Comunicación alternativa es una comunicación que cambie, que transforme, que altere el orden de cosas existentes. A la vez es una comunicación horizontal y dialogal”*.

Otras denominaciones

- **Sindical – Obrera:** A mediados de la década del veinte comienzan a producirse reivindicaciones obreras en torno a la radio. En 1927 se fundó la Federación Internacional de Radios Obreras (de orientación socialdemócrata) y en 1929 se desarrolló una Conferencia Internacional de Sindicatos Revolucionarios dedicada a la radio. En América Latina la experiencia más significativa es la de las radios mineras de Bolivia.

- **Local:** El término hace referencia a características técnicas (poco alcance), aunque también es posible pensarla desde sus fines y la prioridad de lo local en su programación. Pero, la denominación “local” no define contenidos y una radio así definida puede perseguir objetivos sociales o puramente comerciales.

- **Pirata:** En 1958 un grupo de periodistas y operadores de radio europeos desocupados, instalaron una radio en frecuencia modulada en un barco anclado frente a la costa de Dinamarca. Esta denominación se asocia a

¹⁸ También es posible pensar que no responde a falta de conceptualización sino a la falta de consenso y a una lucha por el sentido todavía abierta, muchas cosas se amparan bajo la denominación de “alternativo”.

los viejos piratas de mar, ya que los nuevos radiodifusores instalados en un barco y enarbolando banderas negras, “usurpaban” radiofrecuencias al margen de los rígidos monopolios estatales. Estas emisoras eran comerciales y basaban su éxito en una programación ágil, teñida por los nuevos ritmos del rock. Financiadas por multinacionales con fuerte presencia norteamericana (Ford, Lever, America Tobacco Company) permiten la irrupción en Europa del modelo norteamericano de la libre empresa radiofónica. Esta denominación hoy es utilizada por aquellos que pretenden descalificar a las nuevas emisoras que van surgiendo “fuera de la ley”.

- **Libre:** Entre los años sesenta y setenta comenzó en Europa una revuelta contra los monopolios estatales de radiodifusión. En Francia e Italia nacieron las radios libres, que se extendieron posteriormente por casi toda Europa.

- **Insurreccional:** Decenas de movimientos insurgentes han utilizado la radio como elemento de lucha, fundando emisoras clandestinas que han jugado un papel importante como elemento de comunicación entre las organizaciones político-militares y la población. Radio Veneremos del Frente Farabundo Martí para la Liberación nacional del Salvador, es uno de los casos más paradigmáticos.

- **Trucha:** Proveniente del lunfardo, fue la expresión utilizada a las primeras radios surgidas en Buenos Aires sin licencia. Esta denominación sigue siendo utilizada como descalificativo.

- **Rural:** Se relaciona con la zona de influencia de la emisora y se considera su origen África en los años setenta.

- **Indígena:** En 1979 sale al aire La voz de la Montaña en México. Con ella se inicio la formación de una red de emisoras impulsadas por el Instituto Nacional Indigenista, que transmiten en numerosas lenguas autóctonas.

- **Universitaria:** Se denomina así a las radios dependientes de centros académicos, con diversos grados de autogestión docente-estudiantil. En nuestro país hay muchas radios universitarias que se agrupan en ARUNA (Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas). Antena Libre es

¹⁹ Citado en Horvanth, Ricardo. *¿Qué hacer con la radio?*. Letra Buena. Buenos Aires, noviembre de 1994.

el único caso que participa de ARUNA y de FARCO. Otra radio que también pertenece a un centro académico es Radio Revés.

- **Feministas:** Impulsado por un grupo feminista de Dinamarca y de Chile y Perú, se instaló en Santiago de Chile, en 1989, la primera emisora reivindicativa de la condición de la mujer en América Latina, Radio Tierra.

- **Barrial:** Al igual que “local” hace referencia al alcance, aunque dándole mayor peso a las problemáticas del barrio en el que la radio se encuentra ubicada.

- **Participativa:** Es un término utilizado especialmente en Nicaragua, y acentúa la participación en el hacer radio.

- **Cooperativa:** Responde a la figura legal de los propietarios de la radio. Basada en los valores del cooperativismo tiene un fuerte lazo a la comunidad.

Un ámbito en disputa

Sin duda es un espacio amplio, donde hay una puja por la conceptualización del ámbito y su representación.

Nuestro país suma otra complicación a esta diferenciación conceptual, ya que, como plantea Maria Cristina Mata, hay radios en nuestro país que se llaman a sí comunitarias y llevan adelante proyectos populares; esto se debe principalmente al momento de surgimiento de las radios y a la denominación que tomó el foro que las agrupa.

También es necesario señalar que la adhesión a determinada denominación responde a adhesión a las asociaciones que les dieron origen (ALER y AMARC) y no necesariamente a proyectos propios.

Con relación a este debate, Maria Cristina Mata señala que “*no debemos ilusionarnos exagerando las coincidencias, ignorando las contradicciones y escondiendo, tras apariencia de igualdad, la relativista idea de que en realidad, todo es más o menos lo mismo*”²⁰

²⁰ Mata, Maria Cristina. “¿Radio popular o comunitaria?”. *Revista Chasqui* N° 47, Quito, noviembre 1993.

“La manera de nombrarse está marcada por diferentes modos de construcción de identidades, a partir de sus particularidades, de su proyecto de comunicación y sus formas de producción, de recepción, del modelo de relacionarse entre sí y con las audiencias.

(...) La manera de nombrarnos –señalan Villamayor y Lamas- corresponde a la manera cómo queremos presentarnos ante la sociedad. Cada uno de los conceptos utilizados expresa aspectos que enriquecieron la experiencia de las radios y expresa alguna característica particular, según el contexto, cobra un sentido determinado”²¹

Fernando Palomino manifiesta: *“una de las cosas que yo más he criticado es que nos estamos dejando de llamar radios populares para llamarnos radios ciudadanas sin que nadie nos haya dicho: ‘saben que, yo me voy, me cambio de camiseta, apago la luz’. Yo he criticado mucho el apellido ‘ciudadanía’, porque se le puso en un momento que estaba de moda. Mucha gente se pasó a la moda y la gente empezaba a hablar de desarrollo. Cuando yo me preguntaba cuál era la diferencia entre radio que operaba por el cambio social y la radio que operaba por el desarrollo, no se aclaraba cuál era la diferencia. En realidad uno se da cuenta que no hay diferencia, al final siguen siendo los mismos esquemas, lo único que hemos cambiado es el gorrito, ya no somos radios populares ahora somos radios ciudadanas”²²*

Por su parte, Rogelia Zarza expresa *“personalmente me gusta más el calificativo de ‘radio popular’, porque el concepto de ‘radio comunitaria’ se restringe mucho desde una perspectiva más sociológica a esa construcción de relaciones sociales muy cercanas que sería ‘la comunidad’”²³*

Por otra parte, como señala Cornelius Castoriadis, *“el conjunto es unidad -idéntica consigo misma- de las diferencias; /.../ la posición del conjunto como unidad idéntica consigo misma no elimina la diferencia de los elementos que le pertenecen, /.../ las diferencias internas del elemento quedan provisoriamente eliminadas /.../ o bien se las considera como no pertinentes o indiferentes /.../ Esto viene a ser lo mismo que decir que /.../ algo es predicable en cuanto a su*

²¹ Villamayor, Claudia y Ernesto Lamas. Op Cit

²² Gutierrez, Hernan y Maria Cristina Mata (editores). “¿Siguen vigentes las Radios Populares? Opinan 30 especialistas Latinoamericanos”

²³ Idem

pertenencia a..."²⁴. *"Identidad y diferencia están presentes y operantes /.../ así como lo está también el principio del tercero excluido, sin el cual la pertenencia de un elemento a un conjunto quedaría indeterminado"*²⁵

No podemos pensar la identidad de la radio popular y comunitaria como homogénea, ya que una organización identitario-conjuntista *"no es congruente con está en su totalidad y en ultima instancia"*²⁶, esta siempre es parcial, fragmentaria, en permanente construcción.

Por esto no es posible cerrar una definición de radio popular y comunitaria. La identificación esta dada principalmente por una lógica identitaria que nos permite distinguir entre unos y otros, entre las radios populares y comunitarias y las radios comerciales. Es decir, unas de las bases de identidad esta dada por el "principio del tercero excluido".

²⁴ Castoriadis, Cornelius. "La institución imaginaria de la sociedad"

²⁵ Idem

²⁶ Idem

Mapa Situacional: Un intento de encontrarnos y reconocernos

Las radios comunitarias y populares en Argentina se encuentran en medio de tensiones que las atraviesan, las definen, las condicionan. Por tanto, esta primera parte intentará dar cuenta de esta situación.

Para esto realizaremos una revisión diacrónica y sincrónica. La mirada diacrónica nos permitirá recuperar la conformación histórica de la radio popular y comunitaria y como esta se nutre de experiencias latinoamericanas.

En cuanto a la mirada sincrónica nos interesa rescatar la presión legal, la relación con las redes latinoamericanas y la red nacional, y las características generales de las radios miembros de FARCO.

Una búsqueda desde la historia

Guglielmo Marconi tenía apenas 21 años cuando, en su casa de Bolonia en 1895, inventó la telegrafía sin hilos, transmitiendo señales del código morse a una distancia de 40 metros sin ninguna conexión entre ambos puntos. Nació así la madre de la radio.

En nochebuena de 1906, el canadiense Reginald Fessenden realizó la primera transmisión de sonido. Fessenden había logrado emitir directamente la voz humana sin necesidad de códigos, pero su proeza apenas alcanzaba a un kilómetro y medio a la redonda.

Al año siguiente, en 1907, Alexander Lee de Forest descubre unas válvulas de electrodos que transforman las modulaciones de sonido en señales eléctricas. Estas ondas, transmitidas de una antena a otra, podían ser reconvertidas nuevamente en vibraciones sonoras. Con estos tubos de vacío, que servían igualmente para enviar y recibir, *nació la radio*, tal como la conocemos hoy: sin distancias ni tiempo, sin cables ni claves, sonido puro, energía irradiada en todas direcciones desde un punto de emisión y recibida desde cualquier otro punto, según la potencia de las válvulas amplificadoras.

En Argentina el médico Enrique Susini y un grupo de amigos montaron un transmisor de 5 vatios en la azotea del teatro Coliseo. El 27 de agosto de 1920 a las 9 de la noche, “los locos de la azotea” transmitieron para todo Buenos Aires una ópera de Ricardo Wagner. Este fue el primer programa de radio dirigido a público abierto que se oyó en nuestro continente.

La primera emisora con servicio regular fue la KDKA de Pittsburgh, instalada en un garaje de la Westinghouse, que comenzó a transmitir el 2 de noviembre de 1920. Desde ese momento la radio empezó a crecer aceleradamente y ya en 1924 había más de seis millones y medio de receptores en el mundo, expandiéndose como ningún otro medio de comunicación lo había logrado hasta ese momento.

No pasó tanto tiempo para que otros sectores empiecen a ver las potencialidades de la radio. Las radios comunitarias o radios libres tienen su antecedente más antiguo en la Europa de 1937, cuando surgían como medios de comunicación popular en oposición a los gobiernos totalitarios. Luego, durante la Segunda Guerra Mundial, los movimientos de resistencia a los invasores nazi-fascistas, establecían contacto con el pueblo a través de este tipo de radios, que cambiaban permanentemente de lugar para no ser detectadas.

En la actualidad, existen experiencias alentadoras en América Latina, que confirman la importancia de este medio de comunicación alternativa. Sin duda, a lo largo de toda Latinoamérica, la radio se ha conformado como el medio de comunicación popular por excelencia.

Fue Radio Sutatenza la que marcó el camino en América Latina. Esta emisora comienza a transmitir en 1947 en una pequeña aldea colombiana con el fin de apoyar las campañas evangelizadoras y alfabetizadoras de la Iglesia Católica. En una década formó una cadena de ocho radios para favorecer la educación no-formal de los campesinos de Colombia. Esta experiencia se divulgó rápidamente por toda América Latina surgiendo cerca de medio millar de radios de este tipo en 15 países.

Otro antecedente muy significativo para el camino que tomarían las radios comunitarias se desarrolla en Bolivia con el surgimiento de las radios mineras. El país vivía a fines de los 40 de la producción de estaño y los

trabajadores de esta industria estaban organizados en sindicatos. En uno de ellos nació la primera emisora obrera, que duró muy poco tiempo. Pero en 1952 se inició una revolución nacionalista que realizó profundos cambios estructurales, incluyendo la nacionalización de las tres grandes empresas mineras productoras de estaño. Fue en esas circunstancias propicias que surgieron algunas emisoras sindicales mineras²⁷. Diez años más tarde llegarían a ser algo más de 20 y todavía aumentarían después hasta acercarse a 30.

Las radios se multiplicaban por toda América Latina, marcadas por el pensamiento desarrollista de la época, que acompañado por la financiación externa, fomenta proyectos que ayuden a la “modernización” de las sociedades atrasadas. La preocupación se centra en la alfabetización de los sectores populares, ya que se considera una herramienta clave para salir de subdesarrollo y entrar en las sociedades modernas²⁸.

En 1967 la encíclica de Paulo VI *Populorum progressio* “*invita a las naciones subdesarrolladas a liberarse de la miseria, a encontrar mejores condiciones de vida, de salud, de trabajo y de participación. Incita a superar las situaciones de opresión indignas del hombre; a procurar un mayor acceso a la instrucción; a la vez que llama la atención a los países desarrollados para que actúen con mayor justicia en las relaciones con las naciones menos favorecidas*”²⁹

Sobre ese comienzo y la situación socio-política que vivía América latina Gerardo Romang sostiene:

²⁷ La mayoría de las radios mineras eran costeadas con cuotas voluntarias de los trabajadores del subsuelo que ganaban miserables salarios. Además de ser autofinanciadas eran autogestionadas.

²⁸ En la segunda asamblea de ALER, el presidente de la asociación P. Jorge Trías decía: “ALER [y las radios y escuelas radiofónicas que la componen] ha surgido con el anhelo de liberar a nuestros pueblos hermanos del continente de la ignorancia en que se encuentran sumidos... la falta de cultura, la ignorancia, es la causa principal de la pobreza del pueblo... Nosotros no nos sentimos llamados a ofrecer recursos económicos y materiales para superar la pobreza, ni buscar la manera de elevar los niveles económicos de una vida subdesarrollada, pero sí podemos prestar nuestra decidida colaboración ofreciendo los instrumentos de una cultura, que haga a los hombres capaces de hallar por sí mismos estos recursos y los vuelva aptos para dinamizar el desarrollo de su propia continuidad... A nosotros nos toca no solo pensar, sino actuar a través de programas concretos de promoción cultural y social a favor de las grandes masa latinoamericanas”. Citado por Ricardo Silguero. “...todo tiene un buen inicio”. En: AAVV. *Seguimos en Buena Onda*. ALER. Quito, 1997

²⁹ Spoletini, Benito. *Comunicación e Iglesia Latinoamericana*. Ediciones Paulinas, colección Comunicación. Buenos Aires, 1985.

“El ignorante es un esclavo, la educación lo liberará’. Este era el lema de uno de los institutos de promoción social en América Latina. Eran los finales de los 60. América Latina estaba en efervescencia. La iglesia católica había proclamado su opción preferencial por los pobres. Estados Unidos había lanzado su ‘Alianza para el progreso’. Se veía posible vencer la pobreza del continente. Era preciso incorporar a los pobres en los procesos económicos. Pero había que prepararlos. Había que educarlos para sacarlos de su marginalidad. Y ¿qué mejor instrumento que la radio, para llegar hasta los pobres más lejanos?”³⁰

Al principio, lo que había era replicaciones directas y acríicas del modelo, pero luego fueron surgiendo ajustes y adaptaciones a particularidades locales y nuevos criterios. Algunas radios flexibilizaron el marco de instrucción típico de Sutatenza para hacer más educación no formal, para acercarse a las organizaciones populares y hasta para reemplazar la visión de la sociedad y de su desarrollo.

Es Paulo Freire quien abre el camino para una nueva comprensión de la comunicación en el ámbito de la Iglesia Católica. Así, sectores que buscaban consolidar las propuestas del Concilio Vaticano II y la Conferencia de Medellín, asumen el proyecto de Freire por medio del Movimiento de Educación de Base (MEB) llevando adelante un programa nacional de alfabetización de adultos centrado en el sistema de escuelas radiofónicas.

El MEB se empieza a separar del modelo propuesto por Radio Sutatenza y comienza a tomar fuerza una idea más política de la comunicación y la educación.

La característica fundamental de esas radios fue su naturaleza participativa. Las radios servían como núcleo de reunión social y hasta como eje de convocatoria a asambleas populares para la toma de decisiones. Practicaban, pues, esos comunicadores obreros la comunicación "horizontal",

³⁰ Gerardo Rogmans. "Introducción". En: AAVV. *Seguimos en Buena Onda*. ALER. Quito, 1997.

"participativa", "dialógica" y "alternativa" cuando menos diez años antes de que teoría alguna postulara nociones como esas.

Estas experiencias, Radio Sutatenza y las radios mineras, junto a las ideas de Paulo Freire, fueron el germen de las radios populares a lo largo de toda nuestra América Latina, y son fundamentalmente las que marcaron el rumbo: la preocupación por lo educativo, la cercanía a los movimientos sociales, la preferencia por los sectores marginados, la búsqueda de situaciones mas igualitarias.

Con respecto al papel educativo de las radios populares es importante aclarar que fue cambiando de una concepción escolarizante a una perspectiva mucho mas amplia. *“Si queríamos cumplir un papel educativo, primero teníamos que ganarnos el corazón y la cabeza de la gente estando cerca de ellos, de sus gustos, de sus necesidades. Por otro lado, si queríamos que Enriquillo³¹ sirviera de canal para la voz popular, teníamos que ganar una audiencia masiva. De lo contrario, nadie iba a escuchar esa voz”³²*. Las radios populares empiezan a plantearse una labor educativa a partir del conocimiento, la cultura y la **realidad del pueblo**.

En nuestro país encontramos un primer antecedente en los Centros Radiofónicos de Alfabetización que a principios de los '70 se multiplicaron por casi todo el norte de Argentina: Misiones, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Chaco, Santa Fe, Santiago del Estero, Catamarca, Tucumán, Salta y Jujuy. Quizás la experiencia más significativa haya sido la del Instituto de Cultura Popular (INCUPPO)

INCUPPO nace en Reconquista realizando un permanente trabajo en Educación y Comunicación popular. Si bien INCUPPO no cuenta con una radio produce series radiofónicas que distribuye en distintas radios de la región y el país; su primer programa radial, JUNTOS PODEMOS, nació un 21 de Septiembre de 1970.

Sin embargo los años de dictaduras militares, censura y represión impedirán la expansión de radios populares y comunitarias en nuestro país. Las primeras experiencias surgen en villas y barrios carenciados de las grandes

³¹ Radio Enriquillo nació en República Dominicana en 1977.

ciudades como Bocinas, pero un decreto de la última dictadura militar impedía los “ruidos molestos”, por lo que estas experiencias no logran continuar.

En distintos pueblos de Buenos Aires (Pergamino, San Pedro, Rojas, Lujan), Santa Fe y Córdoba se arman circuitos cerrados de audio frecuencia, que consistía en una bajada con un parlante en cada casa, el cual se podía apagar y prender, y funcionaba permanentemente, primero sólo con música y más adelante fueron apareciendo programas, publicidades, informativos. Poco se sabe de estas primeras “radios”, que funcionan algún tiempo durante la dictadura militar y los primeros años de democracia, el miedo imperaba con fuerza y la duda sobre posibles investigadores impedía conocer más³³.

Las radios populares y comunitarias empezaron unos poquitos años después con la apertura democrática. Estas experiencias se dan a lo largo de todo el país, se considera el periodo enero de 1987 – diciembre de 1989 donde se da la mayor aparición de emisoras, aunque el surgimiento se venía dando de manera gradual y continúa durante los ‘90. Es importante señalar que muchas de esas primeras radios desaparecen rápidamente, mientras que otras logran asentarse y tomar protagonismo en su zona de influencia.

La llegada de la democrática permitió la multiplicación de radios en todo el país, se calcula que en cuatro o cinco años se fundaron unas tres mil radios. *“No se podía hablar nada, no se podía decir nada, entonces era un desesperación por comunicarse muy grande, muy grande... era un entusiasmo, una pasión desenfrenada por abrir uno la boca y poder expresarse, a poder decirse y ayudar a los otros a que pudieran decirse y pudieran organizarse, planificar, tener futuro, es algo maravilloso eso, por eso se da. Hay un contagio generalizado,... era plantearse, si nosotros vivimos en un barrio, somos obreros, somos maestros, somos gente común podemos hablar nosotros también, podemos tener una radio, porque sólo puede tenerla el gran, el señor de la Capital Federal, el dueño de tantas empresas y que además tiene la radio y el periódico y el dice lo que quiere; entonces ahí empezás a avivarte de un montón de cosas... Entonces las noticias, la realidad que uno vive, no la decía*

³² Mata y Vandenbulcke. “Radio Enriquillo: una experiencia de acceso en la comunicación masiva”. Citado por: Sigueiro, Ricardo y otros. “Seguimos en buena onda”. Aler. Quito, 1997.

nadie, alguien la tiene que decir y esa fue la necesidad de tener medios alternativos, y nos dimos cuenta que daba mucho resultado porque era como prender una mecha, una pólvora que empieza a correr y el entusiasmo se generaliza, la gente se empezó a movilizar, a mover, entonces cuando uno se empieza a mover empieza a perder un poco los miedos, al perder el miedo salís a enfrentar la realidad, a construir, sino no hay forma de construir”³⁴

“Es el tiempo en el que se abren muchos espacios sociales y culturales importantes. Ya comenzaba a conocerse experiencias de radios comunitarias y populares. De hecho, fue durante ese periodo cuando aparecen las primeras radios comunitarias argentinas. Muchas de ellas participaron de debates intensos por una ley de radiodifusión. (...) El primer gobierno democrático no facilitó la presencia de medios de comunicación alternativos. Por el contrario, cedió a la presión de la empresa privada. Sin embargo, las radios siguieron en el aire e inclusive aparecieron más”³⁵.

Por su parte, Carlos Rodríguez Esperón señala que *“muchos son los factores que intervienen, en mayor o menor medida, en la explosión de las radios libres. A las dos tendencias explicativas principales, liberación de la expresión en un país tradicionalmente amordazado por dictaduras de todo tipo y canalización de la participación por agotamiento del modelo político-partidario, se debe sumar el abaratamiento de los costos en el equipamiento necesario para la puesta en el aire, una obsoleta y represiva ley de radiodifusión producto de las afiebradas mentes que acompañaban la dictadura de Videla, el fuerte crecimiento de la matrícula de las carreras de Comunicación y el espíritu cuentapropista del argentino”³⁶.*

Muchas de esas primeras experiencias no logran sobrevivir a la hiperinflación y crisis económica, otras tuvieron dificultades para mantenerse en un contexto de desilusión y escepticismo.

³³ La Crujía realiza en el año 1984 una investigación sobre los circuitos cerrados de audio frecuencia, pero sólo una persona se anima hablar. Lo único que se consigue es un conteo y localización de las experiencias.

³⁴ Testimonio de Silvia Marangoni

³⁵ Geerts, Andrés. *Informe Nacional. Estudio vigencia e incidencia Radio Popular 2000*. ALER, Santo Domingo, mayo 2001. Uso reservado

³⁶ Esperón, Carlos Rodríguez. “Surfeando la democracia. Radio Alternativa”. En: Lamas, Ernesto y Ximena Tordini. *La Tribu. Comunicación Alternativa*. Ediciones La Tribu. Buenos Aires, septiembre de 2000.

El Centro de capacitación La Crujía, será un lugar de encuentro y formación para las primeras experiencias. Silvia Marangoni, capacitadora de La Crujía, señala *“los pedidos eran varios, primero eran de los profesionales, hicimos muchos cursos para extensionistas, para ingenieros agrónomos, para agentes rurales, que según ellos se aburrían en las radios y necesitaban capacitarse para poder ser recibidos mejor por la gente (...). Las radios surgían así con los mínimos recursos, pero muchas hacían grandes esfuerzos para lograr una buena calidad. De ninguna forma se querían parecer a las radios convencionales, nunca se quisieron parecer a Mitre, pero si que fuera efectivo el mensaje”*.

Este desarrollo permitió que la radio sea un medio pluralizador, donde más gente puede hablar y saber lo que pasa cerca suyo; más ciudades y pueblos pudieron contar con una radio propia, donde, hasta ese momento, sólo llegaban las A.M. de la capital federal o de las grandes ciudades que no daban valor a las problemáticas locales. Muchas de esas nuevas radios fueron fundadas por los movimientos sociales que resurgían, los sindicatos, sociedades de fomento, fundaciones, clubes de barrio, etcétera.

Los límites legales y la búsqueda del derecho a la comunicación

“¿No es la forma suprema y más insidiosa de ejercer poder (de cualquier grado) impedir que la gente ‘vea la injusticia’ a través de la conformación de sus percepciones, conocimientos y preferencias, en tal sentido que su rol en el orden existente de cosas, ya sea porque ellos *pueden no ver otra alternativa*, o porque ellos lo evalúan como justicia divina y beneficiosa? Lo que se tiene aquí es un conflicto latente entre los intereses de aquellos que ejercen el poder y los intereses reales de los excluidos”

Lukes

Si nuestro interés es conocer a las radios comunitarias y populares de Argentina es necesario situar el contexto jurídico en el que se encuentran, ya que este limita y condiciona su funcionamiento, y les imprime determinadas prácticas³⁷.

Las radios populares y comunitarias en América Latina están permanentemente perseguidas por los grandes medios de comunicación hegemónicos.

A partir del relevamiento realizado, vemos que la mayoría de estas radios reconocen en la legislación una de las principales dificultades, incluso varias señalan la lucha por una nueva ley de radiodifusión como un objetivo institucional.

Rige en Argentina actualmente como "Ley de radiodifusión" el **Decreto-ley de facto 22.285** del gobierno militar, del año 1981, reglamentado por Decreto 286/81, con algunas modificaciones. La cuál deja la regulación de la radiodifusión en manos del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) cuya dirección esta integrada por un representante de cada una de las tres Armas.

A poco de la recuperación de la democracia, en abril de 1984, el Presidente Raúl Alfonsín dicta el Decreto 1151/84, por el cual se suspende la

aplicación del Plan nacional de Radiodifusión³⁸ y la convocatoria a todo concurso público; hasta que se contara con una nueva ley de radiodifusión que contemplara la nueva situación del país. También se interviene el COMFER, desplazando a las fuerzas armadas de su dirección³⁹. Diversos objetivos mencionados por los fundamentos del Decreto 1151/84, sumados a la polémica desatada en el ámbito nacional sobre el rol y la titularidad de los medios, como también los intereses políticos y empresariales, demoraron hasta la fecha la sanción de una nueva ley de radiodifusión.

Van a hacer veinte años y más de treinta Proyectos de Ley con estado parlamentario en el Congreso de la Nación. Durante todo este período, hasta hoy, ha seguido vigente el Decreto 1151/84, a pesar de múltiples normas que pretendieron inadecuada y contradictoriamente regularizar el espectro radioeléctrico en la banda de FM.

Esto provocó que durante muchos años no era posible acceder a una frecuencia, aunque quisiera cumplir con todas las normas legales y técnicas que se le pudiesen exigir, tenía cerrado el camino legal para ejercer su derecho a comunicar. Sólo la Iglesia Católica⁴⁰ y las fuerzas de seguridad fueron beneficiadas con numerosas licencias otorgadas por decreto de dudosa legalidad.

Resulta particular el caso de Radio Comunidad Enrique Angelelli del Servicio en Pastoral para la Comunicación del Obispado de Neuquén, a quien en septiembre de 1991 les mandan la carpeta técnica, firmada por el Ministro del Interior, asignándoles una frecuencia por decreto. El Obispo de Neuquén, Jaime De Nevares, y el equipo de la radio deciden *“no completar los formularios y dejar pendiente la gestión hasta tanto tuviéramos una ley para todos. Por significar en ese momento un privilegio eclesial frente a la amenaza de cierre de todas las FM comunitarias o populares”*⁴¹.

³⁷ Un primer elemento resulta la identificación como “radios truchas” o las dificultades para pautar publicidad con algunos anunciantes.

³⁸ Conocido como PLANARA y mediante el cual se adjudicaron licencias para la utilización de unas pocas frecuencias en manos de los amigos del régimen del último gobierno militar.

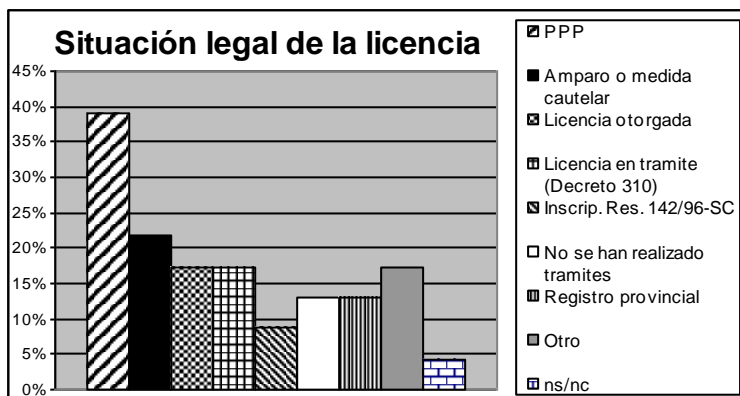
³⁹ El directorio del Comité Federal de Radiodifusión está compuesto por un representante de la Fuerza Aérea, uno de la Armada y uno de la Marina

⁴⁰ La Iglesia católica (Decreto 909/91 y otros por los cuales se adjudican emisoras a los obispos en forma directa violando el art. 8 de la Ley 22.285)

⁴¹ SERPAC. *Nacimiento e Historia*. Mimeo

En agosto de 1989, durante el primer año de gobierno de Menem, se aprobó la Ley de Reforma del estado N° 23696 que permitía regularizar las emisoras en el aire, siempre en el marco de las restricciones de la ley 22285 y hasta tanto se dicte una nueva ley de radiodifusión. Al mismo tiempo privatizaba las radios y canales de TV en manos del estado. El artículo 65 de esa ley dice: *“Facúltase al Poder ejecutivo nacional para adoptar las medidas necesarias, hasta el dictado de una nueva ley de radiodifusión, para regular el funcionamiento de aquellos medios que no se encuentren encuadrados en las disposiciones vigentes hasta el momento de la sanción de esta ley de emergencia”*.

A los pocos meses el gobierno por el Decreto 1357 ordenó que se registraran todas las radios FM que estuvieran en el aire con anterioridad al 17 de agosto de 1989 y les otorgó un Permiso Precario y Provisorio (PPP). 1874 radios se registraron y obtuvieron su “PPP”, entre ellas algunas radios comunitarias como Alas, Reconquista, En Transito. Varias de las radios estudiadas que cuentan con PPP plantearon la “necesidad” de cambiar la figura legal para obtener y mantener el PPP, dejando de ser, para el COMFER, una asociación civil para convertirse en una Sociedad de responsabilidad limitada (SRL) o Sociedad Anónima (SA) o de propiedad particular; en este sentido el Dr. Rodríguez Villafañe señala que no solo se esta violentando el derecho a la libre asociación garantizado por la constitución Nacional, sino que mediante este mecanismo intentan imponer una lógica comercial a las radios populares y comunitarias que optan por otras formas de organización (asociaciones sin fines de lucro o cooperativas).



Por otra parte hay que destacar que no fue siempre el PPP una garantía contra los allanamientos y la presión del Comfer, FM Alas, que cuenta con un PPP a nombre de una de sus fundadores sufrió el 3 de febrero de 1999 un intento de cierre. La Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) allana la radio por una orden judicial ante una denuncia de compra y venta del PPP realizada por la propietaria de otra radio de la zona. En El Bolsón funcionan varias radios comerciales que no cuenta con ningún tipo de autorización. Sin embargo la única denunciada y allanada fue Alas.

Ante el intento de cierre de la radio los vecinos se acercan e impiden el accionar de la CNC, que se encontraba acompañada por la Gendarmería Nacional, y se vuelve atrás con la decisión de confiscar los equipos, sin embargo estos quedan precintados y con una guarda judicial. La radio sale del aire por varios días, pero la presión de la gente logra reabirla, los equipos son prestados por otra radio, y se consigue que el Municipio la declare de interés Municipal.

En octubre de 1996 en que el Presidente Carlos Menem dicta el Decreto 1144/96 que establece un régimen de inscripción y adjudicación de licencias para las emisoras que estaban operativas a esa fecha, determinando un orden de prelación para la adjudicación de licencias. Ese Decreto permitía inclusive la instalación de nuevas emisoras si atendían “necesidades de la comunidad”. Además se publico el mismo día el Decreto 1143 que interpreta la Ley 22285 en sentido amplio permitiendo a entidades sin fines de lucro, mutuales y cooperativas acceder a una licencia. Un avance a favor de la lucha de las radios comunitarias y populares.

En el marco del Decreto 1144, rápidamente se dictó la Resolución 142 de la Secretaría de Comunicaciones que reglamento la inscripción y adjudicación de licencias.

Sin embargo pocos días después se conoció el Decreto 1260/96 que simplemente derogó el 1143 y modificó el 1144 devolviendo el poder en esta materia al COMFER.

Las inscripciones de acuerdo a la Resolución 142/96/SC se efectuaron, pero no fueron tenidas en cuenta por la autoridad de aplicación. No obstante eso el Decreto 310/98, firmado por el Presidente Menem el 20 de marzo de

1998 y publicado en el Boletín Oficial del 23 de marzo, establece el llamado a concursos para las emisoras de mayor potencia (más de 1Kw) y la adjudicación directa para las de menos de 1 Kwat. Pero para eso exige el cumplimiento de las inscripciones de los decretos 1357/89 (PPP) y Resolución 341/93 o en su defecto una medida judicial firme anterior a octubre de 1996 además de los requisitos de la Ley de facto 22.285. No reconoce las inscripciones a las que obligaba el decreto 1144 y la resolución 142/96/SC y además obliga al inmediato silenciamiento o cierre de las radios inscriptas de conformidad con ese régimen.

El Decreto 310 establece el quinto régimen de normalización desde 1984. Mediante este decreto quedan fuera de la posibilidad de regularizar sus emisoras las Asociaciones, fundaciones, mutuales, cooperativas o cualquier entidad sin fines de lucro. También quedan excluidos quienes obtuvieron una medida judicial de amparo vigente a la fecha pero posterior a octubre de 1996.

Se obliga al cierre a unas 2000 radios en todo el país y además crea numerosos conflictos porque no determina los criterios y prelación para las adjudicaciones y concursos. Por otra parte dice encuadrarse en la "Ley" 22285 pero modifica varios de sus artículos.

Ya se presentaron innumerables recursos de inconstitucionalidad del Decreto 310 y ya se conocen varios fallos favorables a las emisoras. A pesar de lo dicho por la justicia, el gobierno de Carlos Menem decidió seguir adelante con el llamado a concurso, aunque sólo pudo efectivizarse en algunas provincias de nuestro país, de todas maneras permitió la entrega mediante decretos la entrega de frecuencia de muy dudosa legalidad.

Este concurso no sólo intento silenciar a muchas radios que estaban en el aire, sino que facilitaba la concentración y el monopolio de la radiodifusión en grandes poderes económicos. A modo de ejemplo, en Río Negro la provincia ha censado 132 emisoras y sólo se prevén 29 de baja potencia y 12 a concurso, lo cual muestra que la idea no es regularizar el espectro sino cerrar radios.

El concurso que pretendió la "normalización" del espectro radiofónico terminó en hechos bochornosos como la entrega de más de 500 entregas de licencias en los últimos tres días de la gestión menemista. De todas formas la

gestión del presidente Fernando De La Rúa no anuló los concursos, como pedían distintos organismos sino que sólo se limitó a “revisar” lo actuado.

El gobierno de la Alianza, se mostró inicialmente dispuesto a la búsqueda de alternativas para que las organizaciones sin fines de lucro pudieran tener un espacio en una futura ley de radiodifusión. Para ello convocó reiteradamente al Foro Argentino de Radios Comunitarias para que participe del debate y haga conocer sus propuestas.

En este sentido el 19 de abril de 2000 el Comfer organizó una “Jornada sobre Radiodifusión Comunitaria”, en la que participaron diversos organismos y autoridades nacionales. En la invitación el Comfer sostenía:

“En virtud de lo dispuesto por la Ley 22.285, sancionada en 1980 bajo la dictadura militar, las entidades sin fines de lucro han sido excluidas del acceso a licencias de radiodifusión. Esta circunstancia ha limitado por más de 20 años el accionar de los radiodifusores comunitarios y las cooperativas.

El Comité Federal de Radiodifusión ha manifestado su voluntad de reparar esta exclusión, que además resulta contraria a la letra y el espíritu de las Convenciones Internacionales firmadas por nuestro país, así como a la legislación de las naciones más avanzadas del mundo y de numerosos países latinoamericanos.

Asimismo, el Comfer ha convocado, sin exclusiones, a todas las entidades vinculadas con la radiodifusión al debate en torno a los lineamientos de una nueva Ley de Radiodifusión que incorpore los avances tecnológicos, promueva las inversiones y establezca criterios de pluralismo y diversidad en materia cultural e informativa.

Sin embargo, y hasta la sanción de dicha ley, es necesario abrir una instancia de análisis, trabajo y reflexión que permita resolver en el menor tiempo posible la situación de exclusión que afecta a las organizaciones sociales, entidades civiles, cooperativas y organismos no gubernamentales para que puedan ejercer su derecho a la libertad de expresión, a la difusión y al desarrollo de sus objetivos comunitarios, en el camino de afianzar y profundizar el ejercicio de la democracia.

En esa dirección consideramos oportuna la realización de una Jornada sobre Radiodifusión Comunitaria, que permita ubicar la problemática en el complejo y caótico escenario que hoy domina la radiodifusión en nuestro país, con el objetivo de caracterizar la situación, identificar las dificultades y buscar los caminos más eficaces para que todos los actores sociales puedan ejercer la radiodifusión en la Argentina”⁴²

Finalmente Fernando De La Rúa como titular del poder ejecutivo presenta un proyecto de ley, que permitía la obtención de licencias a las organizaciones no comerciales, una avance para la democratización de las comunicaciones.

A pesar de los debates públicos y de la gran cantidad de sectores convocados para la redacción de la ley y el consenso conseguido, este proyecto de ley también terminó dormido en el Congreso Nacional a raíz de innumerables presiones de los grandes grupos económicos que se benefician de la irregularidad que vive la radiodifusión.

Pero lo más grave es que entre tanto el Estado Nacional incumple consuetudinariamente con sus obligaciones, mantiene en la irregularidad jurídica a quienes solo pretenden un canal de comunicación social.

En Argentina las radios comunitarias tienen legitimidad pero no legalidad. La legitimidad de una radio esta dada por su audiencia. Son los oyentes que sintonizan una frecuencia quienes aceptan o no una propuesta radiofónica. Sin audiencia no hay radiodifusión. Si una radio esta reconocida y aceptada por la audiencia tiene legitimidad, mas allá de los papeles que certifiquen su legalización. La LEY es posterior a la vida.

Esta distinción es muy importante ya que como pudimos ver en nuestro país, de hecho, las radios han surgido al margen de la ley y como una necesidad de la gente que superó las posibilidades de control del Estado.

Siempre es contrario al espíritu republicano el cierre compulsivo de medios. Pero más grave aun cuando se obliga en forma compulsiva la permanencia en la “clandestinidad” -con un permanente miedo al decomiso-

⁴² Objetivos de la Jornada sobre radiodifusión comunitaria, organizada por el Comité Federal de Radiodifusión el 19 de abril de 2000 en la ciudad de Buenos Aires.

por expresa culpa de la propia inactividad del Estado.

Es necesario recordar que la "clandestinidad" en materia de radiodifusión, es la consecuencia de una estructura legal arbitraria y restrictiva que no protege la libertad de expresión, de prensa y de informar y ser informado.

Por esto, podemos afirmar que la clandestinidad sólo surge cuando la norma y el derecho vigente en un país no dan cabida al derecho de toda persona de comunicar, de expresarse libremente, de "*investigar, recibir y difundir todo tipo de ideas y de opiniones, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión*" (art. 19 de la Declaración de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, 1948)

La clandestinidad es hija de la falta de libertad. Si no hay posibilidad de acceder a licencias sé esta violando la posibilidad de ejercer un derecho humano: el derecho a la información y a la libertad de expresión.

El Art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que "*todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión...*". Posteriormente distintas convenciones y pactos han recogido y profundizado esa definición. Entre ellos los Pactos de 1966 sobre Derechos Civiles y Políticos y sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales. También la Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica) que en su Art. 13, Párrafo 1, expresa que "*toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir, y difundir informaciones de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento a su elección.*"

En la actualidad, la concepción de este derecho humano tiende a ampliarse, considerándose más apropiado hablar de Derecho a la comunicación. En ese sentido se expiden tres reuniones de expertos propiciadas por la UNESCO (Estocolmo 1978, Manila 1979 y Londres 1980) El Derecho a Comunicar se entiende como "*el núcleo interior de una serie de libertades mutuamente relacionadas en el campo de la comunicación, rodeado por la libertad de expresión, la libertad de opinión y la libertad de información, las cuales no son absolutas en si mismas sino que constituyen los campos*

*principales de la vida humana en los cuales se ejerce el derecho fundamental a comunicar*⁴³.

La radiodifusión utiliza un recurso natural escaso que es el espectro radiofónico. Corresponde a los estados la reglamentación y control del uso de este recurso. El espectro radiofónico debe ser utilizado para el bien común, para el bien de todos y no puede ser apropiado por algunos para su exclusivo beneficio. Por eso es necesario una ley de radiodifusión que defina claramente las reglas de juego de la radiodifusión. Si no hay ley impera la ley de la selva, la ley del mas fuerte.

Este recurso natural no es objeto de dominio ni privado ni de los estados. El Tratado de Nairobi (Ley nacional 23478) ratificado por Argentina, en el seno de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), proclama al espectro radioeléctrico como patrimonio de la humanidad. Esta declaración equivale a legislar que los estados son solo administradores de frecuencias que se adjudican a cada país en razón de su densidad demográfica y su extensión territorial.

En el caso de la banda de Frecuencia Modulada (88 a 108 Mhz) la cuestión es aún más clara porque por su escaso alcance no requiere acuerdos entre países en la medida que no sean emisoras en zonas muy próximas a las fronteras.

Por lo tanto, al no dictar el Estado nacional las normas necesarias para permitir la explotación de la totalidad de las frecuencias que se pudiera utilizar en el territorio, se produce una evidente trasgresión del art. 13 inc. 3 del Pacto de San José de Costa Rica, a los tratados internacionales vigentes y una práctica censora.

El artículo 13 inciso 3 del Pacto de San José de Costa Rica, artículo 75 inc. 22 de la Constitución Nacional, establece *“no se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódico, frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos utilizados en la difusión de la información o por cualquier otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas*

⁴³ Fisher, Desmond. Cuaderno 94 Estudios y Documentos sobre Comunicación Social de la UNESCO.

y *opiniones*". Debe ser entendido como un resguardo de los intereses de los seres humanos contra las discriminaciones y como un reconocimiento expreso a la igualdad ante la ley.

Se desnaturaliza la posibilidad de ejercer derechos reconocidos por la Constitución Nacional y tratados internacionales (art. 31 C. N.) cerrando la posibilidad de que quienes lo deseen puedan contar con un medio de radiodifusión.

Por esto, en la medida en que el Estado Nacional no levante las prohibiciones de acceso a las frecuencias existentes, estará violando compromisos internacionales legalmente ratificados y consagrados en el propio texto de la Constitución Nacional

Por otra parte, es importante remarcar que la obligación de constituirse como sociedad comercial para ser propietaria de una radio, así como los sistemas de adjudicaciones basados en posicionamientos o capacidades económicas, o cercenamientos para la obtención de recursos genuinos (imposibilidad de pasar publicidad) violentan los siguientes derechos humanos:

A la libertad de asociación del artículo 16 cuyo texto pertinente establece. *"Todas las personas tienen derecho a asociarse libremente con fines ideológicos, políticos, económicos, laborales, sociales, culturales, deportivos o de cualquiera otra índole. El ejercicio de este derecho sólo puede estar sujeto a las restricciones previstas por la ley que sean necesarias en una sociedad democrática, en interés de la seguridad nacional o del orden público o para proteger la salud o la moral públicas o derechos y libertades de los demás"*.

A la igualdad ante la ley. Por lo que el art. 24 de la CADH señala: *"Todas las personas son iguales ante la ley. En consecuencia, tienen derecho, sin discriminación, a igual protección de la ley"*.

Al derecho al trabajo (art. 6 Protocolo de Derechos Económicos y Sociales de San Salvador): *"Toda persona tiene derecho al trabajo, el cual incluye la oportunidad de obtener los medios para llevar una vida digna y decorosa a través del desempeño de una actividad lícita libremente escogida o aceptada"*.

A la no discriminación (art. 3 del mismo Protocolo): *"Los Estados partes en el presente protocolo se comprometen a garantizar el ejercicio de los*

derechos que en él se enuncian, sin discriminación alguna por motivo de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen social o nacional, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social".

De tal modo, las exclusiones a sectores determinados de la sociedad civil por el sólo hecho de su conformación jurídica presenta un grado de violaciones a los derechos humanos que excede de las previsiones vinculadas a la libertad de expresión, al igual que las restricciones en materia de contenido, alcance y financiamiento por esa misma causa.

Un nuevo ataque a las radios populares

Si tu radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; si tu radio informa verazmente; si en sus programas se estimula la diversidad cultural; si ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; si en tu radio no se toleran las dictaduras, ni siquiera la musical, impuesta por los sellos grabadores; si en tu radio la palabra de todos vuela sin discriminación ni censuras... ¡Tu radio es ilegal! ¡Marche preso!⁴⁴

Durante el año 2002, se debatió en el Congreso Nacional⁴⁵ una reforma del código penal que propone sancionar con hasta dos años de prisión a los responsables de las llamadas radios y canales ilegales. Este episodio de aparente debate en las Cámaras manifiesta, en última instancia, el avance de la estrategia coercitiva del Estado contra aquellas prácticas y expresiones colectivas que desde la sociedad civil aparecen como amenazas al poder político y económico establecido.

Es una norma injusta porque castiga a débiles y favorece los intereses de mercado de los poderosos. Además no logrará normalizar el espectro radioeléctrico, lo que supuestamente pretende. Mientras no existe forma de regularizar las radios se intenta penalizar a las que no pueden regularizarse.

⁴⁴ Extracto de una cuña producida por FM ALAS, salió al aire en el año 2002 durante la campaña contra la penalización.

⁴⁵ A finales de octubre del 2001, la Cámara de Diputados de la Nación saliente, en el marco de una gran operación de prensa, le dio media sanción sin análisis ni debate. La cámara de Senadores intento la aprobación repetidas veces durante el año 2002.

La razón invocada fue que se habían producido interferencias al Sistema de Aterrizaje por Instrumentos (ILS) del Aeroparque de la Ciudad de Buenos Aires, por transmisión de radios no autorizadas poniendo en peligro a las aeronaves y sus tripulaciones. Sin embargo el incidente fue causado por la interferencia de radios autorizadas por el COMFER y concursadas que siguieron emitiendo, a pesar de las advertencias de la CNC⁴⁶.

Por otra parte, para Penalizar esas interferencias que atentarían contra la aeronavegación existe ya en el Capítulo II del Código Penal, la figura del que atenta o pone en peligro una aeronave. La figura penal esta prevista en los artículos 190 y 194, por lo que no parecería tener sentido ni ser necesario agregarle una modificación por medio de esta ley.

Lo que pretenden los impulsores del Proyecto es ilegalizar a las múltiples voces que se expresan a través de radios de Frecuencia Modulada en todo el país.

La norma que se pretende introducir al Código penal, busca cerrar las radios y canales de TV "no autorizados" que están en funcionamiento, en algunos casos desde hace ya 15 años, siendo en la mayoría de los casos, emisoras legitimadas por sus comunidades. Muchas de esas radios han demostrado su voluntad de legalizarse y no han podido regularizar su situación por incumplimientos del Estado nacional.

Se pretende cerrar radios. De esta forma se consolida el proceso de concentración de la propiedad de los medios. Unos pocos manejan la información. Se inaugura así la figura penal para reprimir las libertades y derechos consagrados.

FARCO señala que los interesados en promover este tipo de maniobras son *“por un lado las empresas cuasi monoplicas de comunicación que multiplican sus redes de repetidoras de radio y televisión monopolizando la información, los grandes grupos que manejan la TV por cable y satelital. Ellos manejan la distribución de señales por cable o satélite y no quieren competencia popular en un mercado, que es multimillonario. La famosa vaca atada.*

⁴⁶ El diario La Nación publica el 10 de diciembre del 2001 que la Fuerza Aérea había determinado que las interferencias habían sido las señales de las radios Aspen y Metro.

Al mismo tiempo, las mega empresas de comunicación de radio y televisión quieren que se saque del aire a los radios y canales de Tv alternativos o "no autorizados" a fin de repartir entre menos, no solo el mercado publicitario, que, en los últimos años, ha ido menguando, sino también la posibilidad de los ciudadanos de expresarse y de elegir entre múltiples fuentes de información".

Inconstitucionalidad del artículo 45 y un nuevo avance

Durante los primeros días del mes de septiembre de 2003 Farco, y la sociedad argentina, obtenía un fallo *"trascendental en el necesario desmoronamiento del dique de discriminación que implica la exclusión de las entidades sin fines de lucro de la actividad de radiodifusión"*, según decía el abogado Miguel Rodríguez Villafañe.

La Corte Suprema de la Nación declaró la inconstitucionalidad del artículo 45 de la ley 22.285, que excluye a las personas jurídicas no comerciales del acceso a las licencias de radiodifusión.

FARCO reconoce este fallo como una victoria, ya que reconoce lo que vienen reclamando desde hace más de diez años en varias causas de radios comunitarias, de organizaciones sin fines de lucro.

Según la Corte *"el párrafo primero del artículo 45 de la ley citada y las normas dictadas en su consecuencia, en cuanto impiden que la demandante participe en concurso para la obtención de una licencia por no constituirse en una sociedad comercial, resulta violatorio de los artículos 14, 16, 28 y 75 inciso 23 de la Constitución Nacional y del artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos"*.

La resolución del máximo tribunal de Justicia se dio en la causa iniciada por la Asociación Mutual "Carlos Mugica", que conduce la radio comunitaria "La Ranchada" de la Ciudad de Córdoba, y el caso fue llevado adelante por el Dr. Miguel Julio Rodríguez Villafañe.

La Corte Suprema de Justicia de la Nación, con los votos de los Doctores Fayt, Belluscio, Petracchi, Boggiano, Vázquez, López y Maqueda, con

la disidencia de Moliné O'Connor, desestimó el recurso deducido por el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) que había apelado la sentencia de la Cámara Federal de Córdoba.

Dicha reglamentación es arbitraria, sostuvo el Tribunal, al *“excluir de un modo absoluto, sin sustento en un criterio objetivo razonable, a determinadas personas jurídicas de la posibilidad de acceder a una licencia de radiodifusión, por no haberse constituido en una sociedad comercial, pues ello importa en definitiva, una irrazonable limitación al derecho a expresarse libremente y de asociarse o no hacerlo”*.

Manifestaron los Ministros de la Corte, además, que *“sin bien el incremento de la demanda informativa, la extensión de la zona de influencia del medio, la modernización de los medios materiales a utilizarse en la radiodifusión y circunstancias de naturaleza comercial, financiera y social, determinaron la organización comercial y empresarial de la radiodifusión para lograr mayor efectividad y eficiencia del servicio, ello no desplaza la posibilidad de que personas jurídicas, sin fines de lucro, que contribuyen al desarrollo del bien común puedan tener acceso a tales medios de comunicación, con sujeción a las normas reglamentarias. Ello es así, pues ni de la exégesis de la ley 22285, ni de los argumentos expuestos por el COMFER surge una razón del alto valor social que justifique bloquear un derecho constitucional y que, en definitiva, se traduce en una imposibilidad absoluta desprovista de suficiente adecuación al propósito buscado por la ley”*

“Por lo que la limitación que establecen las normas impugnadas no tiene fundamento alguno e importa una clara violación al derecho de asociación con fines útiles, pues impone cuál debe ser el espíritu que debe animar a quienes conforman tal organización colectiva, sin que se sustente en un motivo suficiente que justifique que ciertas entidades de bien público se puedan desarrollar en una actividad que es cultural por esencia”

Agregando la Corte que cabe resaltar *“la función esencial y trascendental que cumple la radio ‘La Ranchada’, tanto en lo que respecta a la información y comunicación popular, como en lo referente a una fuente importante de trabajo y de capacitación de corresponsales populares”*

Por lo que se concluyó que, *“en tales condiciones, no se advierte la existencia de un interés superior que autorice a prohibir que la actora intervenga en un concurso público para normalizar su situación legal y poder, en el caso de ser seleccionada, ejercer su derecho a la libre expresión. Por lo que el párrafo primero del artículo 45 de la ley citada y las normas dictadas en su consecuencia, en cuanto impiden que la demandante participe en concurso para la obtención de una licencia por no constituirse en una sociedad comercial, resulta violatorio de los artículos 14, 16, 28 y 75 inciso 23 de la Constitución Nacional y del artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos”*.

Ante esta situación y por el pedido realizado por FARCO el COFER convocó un Censo de organizaciones colectivas privadas no comerciales (Asociaciones Civiles; Mutuales; Cooperativas; Sindicatos; etc.)⁴⁷. En el que reconoce la inconstitucionalidad del artículo 45 y se logra un nuevo avance en la legalización de las radios populares y comunitarias.

Concentración mediática

Mientras las radios comunitarias y populares de nuestro país todavía no logran obtener licencias, la ley de radiodifusión fue modificada para permitir la conformación y crecimiento de grandes multimedios, originalmente prohibidos por ley⁴⁸.

El artículo 45 que las radios reclaman su urgente modificación, y el cual, como ya señalamos, fue declarado inconstitucional por la Corte Suprema, fue modificado a favor de los multimedios. Se aumentaron la cantidad de licencias que puede tener un mismo grupo accionario y se permitió la propiedad de licencias de radio y televisión a propietarios de medios gráficos.

Las organizaciones sociales, mutuales y asociaciones sin fines de lucro no pueden ser propietarias de una frecuencia de radio o de Televisión, pero si

⁴⁷ Anexo 9

⁴⁸ En los anexos (anexo 6) se encuentra la conformación de los principales multimedios de nuestro país.

puede telefónica de España o Raul Moneta a través del grupo CEI⁴⁹, denunciado por lavado de dinero.

Sostiene Villamayor y Lamas *“la concentración de la propiedad de los medios implica una restricción del espacio público y constituye un límite a la pluralidad de opiniones, de identidades, de intereses y de voces”*. En contraposición los medios populares y comunitarios promueven la pluralidad como valor necesario e indispensable en una sociedad democrática, dando espacios a los sectores tradicionalmente excluidos.

Son multimedios los principales responsables de que no se sancione una nueva ley de radiodifusión que favorezca la diversidad de medios y de voces. Siendo beneficiados por el imperio de la “ley del más fuerte” del “caos jurídico”. Por el contrario, las radios que ellos denuncian como ilegales, exigen una inmediata ley de radiodifusión, que regule el espectro y cambie la ley del más fuerte por una ley democrática.

El poder de los gobiernos se hace cada vez más pequeño frente al poder de los multimedios. El día que se discutía en el Congreso Nacional la ley de penalización, antes señalada, el diario de mayor tirada del país saca en tapa una nota sobre el cobro de “desarraigo” de los senadores, noticia que se conocía hacia varios meses. Este hecho fue acompañado por publicidad radial y solicitadas denunciando interferencias de “radios clandestinas”. Esta política de los medios privados se repite cada vez que se discute una ley de radiodifusión o leyes sobre el sector⁵⁰. Mientras más medios y más voces puedan estar al aire y alcanzar a la “opinión pública” más difícil será la posibilidad de presión y manipulación ejercida por los multimedios comerciales.

Denuncian de forma constante la presencia de medios no autorizados, aunque la mayoría de sus ventas y fusiones no han sido autorizadas por el Comfer, ante esto las autoridades miran para otro lado.

Conocer con exactitud la composición accionaria de los principales medios de nuestro país es sumamente difícil, aún más difícil es conocer el origen del dinero para la inversión, dato necesario para que el Comfer autorice

⁴⁹ El grupo CEI se ha desvinculado de sus inversiones en radio y televisión

⁵⁰ En estos días, cuando se discute la necesidad de un decreto de necesidad y urgencia para modificar el artículo 45 luego de la inconstitucionalidad declarada por la Corte Suprema, llama

la transacción. Las radios populares y comunitarias no tienen miedo de declarar el origen de sus fondos, ya que es la misma sociedad organizada y, en algunos casos, la cooperación internacional la que a aportado el dinero necesario para estos emprendimientos.

Son los multimedios, los intereses políticos y económicos los que hacen necesario el surgimiento y multiplicación de las radios populares. Intereses que quieren que cada acaparan en unos pocos el derecho a decir, al nombrar desde su mirada el mundo.

Son los multimedios y los intereses políticos económicos asociados los que persiguen a las radios populares y comunitarias. Las denuncian, las ensucian, las quieren comprar.

Son los multimedios, los medios comerciales que les pertenecen o se asocian a los responsables de la crisis que hoy vive nuestro país.

Es en contraposición a la forma de funcionamiento y a los valores que encarnan los multimedios que las radios populares y comunitarias definen su identidad. Es a partir del tercero excluido, los multimedios, los medios comerciales, que las radios populares y comunitarias se identifican y reconocen.

Hacia una nueva ley

FARCO a participado de todas las instancias abiertas de discusión sobre una nueva ley de radiodifusión. Trabajando activamente en el Congreso de la Nación sobre la necesidad de la esta ley.

El Foro pretende que la democracia cumpla con una deuda pendiente, las ultimas tres "leyes" de radiodifusión fueron fruto de gobiernos dictatoriales.

Desde su nacimiento FARCO lucha por una nueva ley que promueva la democratización de las comunicaciones, entendiendo la radiodifusión como una actividad de interés público, como ejerció del derecho universal a la comunicación y la información.

la atención la aparición de gran cantidad de propaganda de ATA (Asociación de teledifusoras Argentina), bajo el slogan "Vos podés elegir".

Se proponen tres modelos de Radiodifusión, según la forma de propiedad:

- Estatal pública: Las radios pertenecientes al Estado Nacional, Provincial y Municipal.
- Privada Comercial: Todas las radios pertenecientes a particulares y a sociedades con fines de lucro.
- Social Participada: Propiedad de organizaciones sociales, entidades sin fines de lucro, universidades e iglesias.

Que se divida el espectro radiofónico asignando a cada modelo una parte del espectro radioeléctrico de cada banda. Al Estado le tocará un canal para cada nivel y en cada banda. Para los otros dos modelos se reservará, por lo menos, el 33% de cada banda.

Todas las radios deben tener derecho a pasar publicidad, la cual deberá ser limitada por ley.

Por otra parte consideran indispensable poner límites a los monopolios y limitar las cadenas de repetidoras. No son aceptables las cadenas de 24 emisoras. En todos los casos debería exigirse que si se integran redes cada emisora debe participar en la transmisión en red con contenidos de producción propia y local. Se debe impedir las cadenas de repetidoras con una sola emisora generadora de la señal.

Adjuntamos en el anexo la propuesta completa de FARCO.

Redes

El Horizonte Teórico de ALER dice en relación con las redes: *“seguras de su papel como actores sociales y para incidir en la sociedad, son radios que salen de la marginalidad y se proyectan más allá de su ámbito geográfico y sectorial de funcionamiento.*

Las radios populares son concientes de la necesidad de integrar redes de emisoras que a nivel local, nacional o continental potencian su labor al garantizar mayor cobertura e incidencia en el conjunto de la sociedad.

Frente a la globalización de la industria cultural, las radios populares se proponen de ese modo globalizar su acción”⁵¹.

En este sentido Néstor Busso, presidente de Farco, señala que *“para hacer contrapeso al poder de los grupos concentrados, es necesario multiplicar las voces y los medios cercanos a la gente. Las radios populares o comunitarias son una alternativa trabajando en red. Cada radio sola y aislada se concierte en marginal y difícilmente puede sustentarse, por tanto refuerza la marginalidad. Trabajando en red se fortalece y logran una escala y un impacto que les permitiría realmente ser una alternativa a los grandes grupos multimedia. Si somos capaces de construir redes y fortalecernos mutuamente tenemos futuro. Si la radio permanece aislada muere.*

Creo que hay que fortalecer nuestra relación como radios con el movimiento social y al mismo tiempo la red de radios a nivel regional, nacional y latinoamericano”⁵².

Es importante destacar que las redes de radios que están pensando las radios populares y comunitarias, no tienen que ver con las cadenas comerciales, donde desde un punto (en general Capital Federal), se transmite para gran cantidad de radios que bajan la señal directamente. Estas cadenas no multiplican las voces, sino que las concentran y monopolizan. En este

⁵¹ ALER. Un nuevo Horizonte Teórico para la radio Popular en América Latina. Quito, enero de 1996.

⁵² Busso, Néstor. “Sólo tenemos futuro si somos capaces de construir redes”. En: Gutiérrez, Hernán y María Cristina Mata. ¿Siguen vigentes las Radios Populares? Opinán 30 especialistas Latinoamericanos. ALER. Quito, mayo de 2001.

sentido FARCO sostiene que resulta *“indispensable poner límites a los monopolios y limitar las cadenas de repetidoras. No son aceptables a nuestro criterio las cadenas de 24 emisoras. En todos los casos debería exigirse que si integran redes cada emisora debe participar en la transmisión en red con contenidos de producción propia y local. Creemos necesario impedir las cadenas de repetidoras con una sola emisora generadora de la señal”*⁵³.

Las radios sienten un importante respaldo de las redes de las que forman parte. Algunas se nuclean ante problemáticas particulares y otras funcionan como sostenes institucionales, ser parte y sentirse parte de un proyecto mayor. En este sentido, Eduardo de FM Comunitaria Bajo Flores señala *“nosotros descubrimos que no estamos solos, que el fenómeno de la radio comunitaria, popular, alternativa es un fenómeno mundial con una fuerte presencia en Latinoamérica en donde las radios hacen una importante labor”* y agrega la necesidad de juntarse para salir de la marginalidad y que el proyecto de la(s) radio(s) tome fuerza.

Las organizaciones Latinoamericanas

En nuestro país, como en el resto de América Latina, las organizaciones de radios han sido una referencia y apoyo a los proyectos que iban surgiendo. AMARC y ALER fueron marcando el rumbo a partir de las experiencias que ellas agrupaban.

Ambas organizaciones realizaron capacitaciones y asesoramiento técnico a lo largo y ancho del continente, permitiendo el crecimiento de las radios populares y comunitarias.

AMARC

En agosto de 1983 en Montreal, con motivo del Año Internacional de las Comunicaciones auspiciada por la UNESCO, se realiza la 1º conferencia Mundial de Radios Comunitarias. Los asistentes, 600 radialistas de 36 países,

⁵³ Busso, Nestor. “Aporte del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO). La Radiodifusión”. Mimeo

fundan la Asociación Mundial de Radios Comunitarias con el fin de trabajar por la democratización de las comunicaciones.

AMARC es *“una organización internacional no gubernamental dedicada a dar servicios al movimiento de radios populares. Es una red para el intercambio y la solidaridad entre los radialistas comunitarios. Su trabajo se centra en promover, facilitar y coordinar la cooperación y el intercambio entre emisoras de todo el mundo”*⁵⁴.

Los miembros de AMARC

⇒ Creen en la necesidad de democratizar la información y las comunicaciones para lograr relaciones más justas y un intercambio equitativo entre los pueblos.

⇒ Contribuyen a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que busque la paz, la amistad entre los pueblos, la democracia y el desarrollo.

⇒ Reconocen el papel fundamental y específico de las mujeres para establecer nuevas prácticas de comunicación, siendo esencial su participación en la estructura de decisión y en la programación de las radios comunitarias.

⇒ Expresan en su programación contenidos basados en los siguientes principios:

- Soberanía e independencia de los pueblos;
- Solidaridad y no intervención en los asuntos internos de otros países;
- Cooperación internacional sobre bases de igualdad, reciprocidad y respeto mutuo;
- No discriminación por raza, clase social, género, preferencia sexual o religión;
- Respeto a la diversidad cultural de los pueblos;
- Preservación del medio ambiente.

⁵⁴ Girard, Bruce. “Organizando las voces de Babel”. *Revista Chasqui* N° 45. Ciespal, Ecuador, abril de 1993.

Basado en los principios que han inspirado su creación, AMARC tiene como objetivos:

- ⇒ Profundizar la concepción y el papel de la radiodifusión comunitaria.
- ⇒ Promover la radiodifusión comunitaria como un ejercicio de la libertad de expresión y el pluralismo de la sociedad civil.
- ⇒ Estimular el uso de la radio comunitaria como herramienta para el desarrollo, la paz, la justicia y la solidaridad.
- ⇒ Facilitar la cooperación y el intercambio de información entre radios comunitarias.
- ⇒ Defender a las radios comunitarias que estén amenazadas o agredidas en sus contextos políticos
- ⇒ Contribuir a la democratización de las comunicaciones para ampliar la participación ciudadana y la vida democrática de nuestras sociedades.
- ⇒ Representar o apoyar la representación de sus miembros en el plano internacional.

En 1990, se fundan las oficinas regionales, surgiendo AMARC-ALC (América Latina y el Caribe) en la ciudad de Lima, años más tarde se trasladaría a Quito.

AMARC realiza cada dos o tres años una asamblea general de sus miembros donde se elige un consejo de administración conformado por 10 miembros, un presidente, 7 vicepresidente elegidos y representantes de los distintos continentes (África, Asia, América del Norte, América Latina y el Caribe, Europa Occidental, Europa del Este y Oceanía) y una vicepresidente en representación de las mujeres.

Puede ser un miembro regular toda emisora, centro de producción o asociación que concuerde con los principios de AMARC. Sus representantes tiene derecho a voz y voto en todas las reuniones de la Asamblea General y pueden ser elegidos para todos los cargos de la Asociación.

En cuanto a los miembros asociados, tienen voz pero no voto, puede ser cualquier persona o institución que exprese su acuerdo con los principios AMARC.

En Argentina son miembro de AMARC las siguientes radios:

-
1. **FM Alas**, El Bolsón, Río Negro
 2. **FM del Chenque**, Comodoro Rivadavia, Chubut
 3. **FM Estrella Del Frutillar**, Bariloche, Río Negro
 4. **FM Gente de Radio**, Bariloche, Río Negro
 5. **FM Latinoamericana**, Ciudad de Buenos Aires⁵⁵,
 6. **FM Municipal Belgrano 1990**, San Antonio Oeste, Río Negro
 7. **FM Nueva Generación**, Villa Bonich/San Martín, Buenos Aires
 8. **FM Palermo 94.7**, Ciudad de Buenos Aires
 9. **FM Pocahullo**, San Martín de los Andes, Neuquen
 10. **FM Puente**, Quequén, Chubut
 11. **FM Esperanza**, Ciudadela, Buenos Aires
 12. **FM Residencias Hipólito Yrigoyen**, Mar del Plata,
 13. **La 90 Asociación Civil sin fines de lucro**, San Marcos Sierras, Córdoba,
 14. **LA TRIBU FM**, Ciudad de Buenos Aires
 15. **LT22 Radio La Colifata**, Martínez, Buenos Aires
 16. **Radio Aire Libre**, Rosario,
 17. **Radio antena libre**, Gral. Roca, Río Negro
 18. **Radio Encuentro**, Viedma, Río Negro
 19. **Radio Enrique Angelelli**, Neuquen,
 20. **Radio FM de la Calle**, Bahía Blanca, Buenos Aires
 21. **Radio FM Popular**, San Lorenzo, Santa Fe,
 22. **Radio Futura**, La Plata, Buenos Aires
 23. **Radio Imaginaria**, La Pampa, La Pampa
 24. **Radio la Ranchada**, Córdoba, Córdoba
 25. **Radio LU1 General San Martín**, Olmos, Buenos Aires
 26. **Radio Musto FM Comunitaria**, Rosario,
 27. **Radio Sur FM**, Córdoba, Córdoba.

Es importante destacar que FM Latinoamericana no se encuentra más en el aire. Por otra parte, resulta significativo, que muchas de estas radios no pertenezcan al Foro Argentino de Radios Comunitarias.

⁵⁵ No se encuentra más en el aire

Ernesto Lamas, miembro del grupo fundador y de la conducción de FM La Tribu, fue elegido este año coordinador de AMARC-AL.

ALER

“Firman conforme, a veintidós (22) días el mes de septiembre de mil novecientos setenta y dos (1972) en Sutatenza Colombia”, así concluye el acta de fundación de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica.

El nacimiento de ALER es producto del Segundo Seminario de Directores de Escuelas Radiofónicas realizado en Sutatenza del que participaron 18 instituciones de 12 países de América Latina⁵⁶. *“Todos los convocados eran impulsores de escuelas radiofónicas, lo que muestra la vocación original de ALER era la educación. Y esto tiene explicación en el contexto global de la época, ya que se pensaba que la falta de educación era la causa del subdesarrollo y que, a través de la educación, íbamos a lograr desarrollar nuestros pueblos”⁵⁷.*

ALER se instala en Buenos Aires hasta el año 1980 que se traslada a la ciudad de Quito, Ecuador, donde funciona actualmente.

La mayoría de las radios e instituciones que fundaron ALER pertenecían a la Iglesia Católica. Recién en la Asamblea de 1994 fueron admitidos proyectos que no se identifican como cristianos, pero que aceptan el marco doctrinario de ALER y tienen una inspiración humanista.

El artículo 1, de los estatutos de ALER, establece:

Constitución y denominación. *Con la denominación de Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), se constituye una Institución de carácter educativo, sujeta a las leyes ecuatorianas, de inspiración cristiana y que estará regida por los presentes estatutos, destinada a coordinar instituciones radiofónicas con actividad de educación, comunicación y promoción popular integral, bajo la estructura orgánica y funcional de una Asociación Civil Privada sin fines de lucro.*

⁵⁶ Incupo (Argentina), Aclo (Bolivia), Radio San Rafael (Bolivia), Escuelas Radiofónicas Santa Clara (Chile), Escuelas Radiofónicas de Riobamba (Ecuador), Escuelas Radiofónicas de Pichincha (Ecuador), Federación de Centros Shuaras (Ecuador), Feplam (Brasil), MEB (Brasil), Radio Y.S.A.X. Escuelas Radiofónicas (El Salvador), Escuelas radiofónicas Taramura Sisoguichi (México), Escuelas Radiofónicas Huayacocotla (México), Radio Católica de Nicaragua (Nicaragua), CEPAS (Panamá), Escuelas radiofónicas Santa María (Republica Dominicana), ACPO (Colombia), Instituto Venezolano de Teleducación (Venezuela).

El propósito de ALER es “*contribuir a desarrollar un proyecto latinoamericano de comunicación popular*”. Sus principales objetivos son:

- a. Ponerse al servicio de los empobrecidos y marginados de Latinoamérica que reclamen su derecho de participar en los procesos de cambio estructural.
- b. Desarrollar actividades y proyectos relacionados con los campos de educación, comunicación y organización popular.
- c. Promover la solidaridad efectiva entre sus afiliadas de éstas con otros grupos o movimientos que actúen con el mismo fin o fines similares, públicos o privados.
- d. Representar a sus miembros ante los organismos internacionales.
- e. Prestar asesoramiento en la planificación, programación, financiamiento y técnica a pedido de cualquiera de los miembros.
- f. Promover y realizar una mayor capacitación del personal de las instituciones integrantes en diferentes niveles.

En la asamblea General de 2001 la cantidad de socios subió a 98, de los cuales 10 son Argentinos, ellos son:

1. **Aire Libre**, Rosario
 2. **FM Sur**, Córdoba
 3. **Incupo**, Reconquista
 4. **La Ranchada**, Córdoba
 5. **La Tribu**, Buenos Aires
 6. **Nuestra Señora de Lujan**, Lujan
 7. **Pocahullo**, San Martín de los Andes
 8. **Radio Comunidad Enrique Angelelli**, Neuquen
 9. **Radio Encuentro**, Viedma
 10. **Raíces**, La Plata
- Socia aspirante: **FM Alas**, El Bolsón⁵⁸

⁵⁷ Silgueiro, Ricardo. “...Todo tiene un buen inicio!”. *Seguimos en buena onda. Relatos de la historia de ALER*. Quito, 1997.

ALER satelital

Las radios comunitarias y populares de América latina han trabajado mucho para disputar poder y lograron formar una red que se vio materializada con un sistema satelital

ALER cuenta desde el año 1997 con un sistema satelital del que participan más de 90 radios de toda América Latina. No todas las radios que reciben ALER satelital⁵⁹ son socias de ALER.

Para este proyecto, ALER cuenta con un convenio con Radio Nederland quien permitió que las radios que recibían su señal puedan conectarse con ALER satelital, lo que permitió un más rápido desarrollo de la red.

La sede se encuentra en la ciudad de Quito, en las oficinas de la Secretaria Ejecutiva de ALER. Desde ahí se produce todos los días el informativo Contacto Sur, con dos ediciones (7 y 12 horas de Quito) y tres boletines informativos (9, 10 y 11 horas), en el que participan 40 corresponsales que transmiten desde sus países la realidad de los pueblos latinoamericanos⁶⁰.

Además del servicio informativo se transmiten por el satélite programas musicales y de evangelización, insumos para las radios, etcétera que son producidos por distintas afiliadas o por la Secretaría Ejecutiva⁶¹.

ALER satelital se piensa como red de redes, por lo que varios países ya han desarrollado redes nacionales. En este momento Bolivia, Venezuela y Perú cuentan con señal propia. Esta posibilidad, no sólo permite un mayor desarrollo a nivel nacional, sino que permite la retroalimentación y el trabajo conjunto entre los distintos países, mientras más posibilidades de subida al satélite allá más fácil es la transmisión y el trabajo conjunto.

Particular atención merece la Red Kiechwa, que transmite informativos y programas en lengua quechua y quichua en la que participan Ecuador, Bolivia,

⁵⁸ Deberá esperar hasta la asamblea del 2004 para ser socia plena

⁵⁹ *ALER Satelital* nace como *ALRED, América Latina en Red*, pero la marca es cambiada a principios del año 2003 en un intento de reafirmar la identidad de ALER y darle un nuevo impulso a la red.

⁶⁰ En Argentina hay 5 corresponsales permanentes: Emilce Farias (Sur), Abner Lobos (Radio Encuentro), Claudio De Luca (Aire Libre), Rodrigo Tornero (La Tribu) y Alejandro Rotta

⁶¹ Durante el año 2003 se transmitieron dos programas musicales producidos por Aire Libre de Argentina.

Perú y Argentina (aunque con un desarrollo menor). La sede de la red va rotando, este año se hizo el traspaso desde la Secretaria Ejecutiva de ALER (Ecuador) y Bolivia.

Para el próximo año, se instalarían cuatro Up Links (subidas al satélite) más y gran cantidad de receptores, sumando radios y países a esta red que sigue creciendo.

ALER considera que las redes *“ponen a las emisoras en el ‘buen camino’ porque:*

- *Ayudan a buscar distintas formas de contribuir a la construcción del desarrollo y la democracia.*
- *Promueven la cultura del diálogo, el debate, la pluralidad y el consenso entre distintos actores de la sociedad.*
- *Fomentan la articulación de los movimientos sociales y de nuevos actores.*
- *Alertan sobre la profesionalidad y la calidad de las producciones.*
- *Priorizan el tratamiento de nuevas temáticas relacionadas a la ‘calidad de vida’, ‘la identidad y derechos del sector’, ‘los desafíos de la sobrevivencia y ‘los derechos humanos’.*
- *Ayudan a situar temas locales en contextos globales.*
- *Estimulan la innovación con nuevas formas de producir en la radio.*
- *Ofrecen nuevas oportunidades para buscar enfrentar el problema de la sostenibilidad económica.*
- *Complementan la gestión de la radio local por revalorar la importancia de la planificación, evaluación de las ofertas radiofónicas y del seguimiento a las audiencias.”*

Foro Argentino de Radios Comunitarias

Para sumar esfuerzos

Para construir en red

Para potenciar las misiones y objetivos

Para protegernos y defender nuestros derechos

porque valen más dos temores que una esperanza

por que no nos une el amor, sino el espanto

por que dos radios piensan mas que una

Las radios nacían en distintos puntos del país, y, al mismo tiempo, nacía la necesidad de encontrarse, de acompañarse, de trabajar en conjunto. La ley de radiodifusión prohibía su funcionamiento, el COMFER decomisaba las radios y las dejaba sin aire, pero la movilización social, la participación popular y la organización de la sociedad civil resurgía y configuraba un momento propicio para las radios populares y comunitarias.

La discusión de la ley de radiodifusión encuentra en 1989 a gran cantidad de radios en Necochea donde nacería la Asociación Argentina de Radios Comunitarias (ARCO).

ARCO nucleó, en mayor parte, a las radios que surgieron en la provincia de Buenos Aires, sin lograr una coordinación de alcance nacional. Si bien había un reconocimiento como radios comunitarias, esta denominación hacía referencia a pequeñas radios locales y no tanto a una opción político comunicacional. En un primer momento integraron ARCO pequeñas radios comerciales, que posteriormente se separan y conforman ARLIA (Asociación de Radios Libres de Argentina).

Este grupo insistía en la necesidad de sumar y no diferenciar entre radios comunitarias y comerciales, esta diferencia si bien se inclina a favor de buscar un perfil propio deja signos, en FARCO, que aún hoy podemos observar, como la imposibilidad de definir mecanismos y condiciones para la aceptación como miembro.

Simultáneamente surgen otras asociaciones regionales en distintos puntos del país. La Asociación Norpatagonica de Radios Populares en 1991 se

constituyó formalmente, obteniendo inclusive Personería Jurídica, sumaba 16 emisoras que realizaron varias actividades de capacitación en conjunto.

En la ciudad de Rosario una Red llegó a tener 12 emisoras barriales. También en el Noroeste del país con centro en Tucumán funcionó una red. En el gran Buenos Aires se constituyó ARCO-Norte y ARCO-Oeste.

Durante la década del '90 nace FARCO (Federación de Radios Comunitarias) como federación de las asociaciones regionales que ya se habían organizado.

La figura legal y la legalidad de las radios ocasionó un primer desacuerdo, durante los primeros años de la década del noventa, que si bien desaparece y es consensuada en la refundación, hace que radios como Reconquista, que formó parte del primer grupo que se nucleó en FARCO, no participa activamente del Foro.

En ese momento un grupo consideraba que FARCO tenía que abandonar la lucha por la legalidad, porque ya se había conseguido que el Estado otorgue los Permisos Precarios y Provisorios (PPP) y que eso de alguna forma las amparaba. Las radios que no lo habían obtenido tendrían que dar su propia lucha. Este grupo reclamaba que FARCO al dedicarse a los temas legales solo se ocupaba de un interés sectario.

Otro grupo consideraba que la lucha continuaba, no solo porque muchas radios no contaban con ese permiso, sino porque no se reconocía el derecho de las organizaciones sin fines de lucro a ser propietarias de medios de comunicación.

Las dificultades económicas que sufren las radios, los cambios estructurales que empieza a vivir el país, el desgaste de las organizaciones sociales hace que esta iniciativa de una organización nacional se desarticule. Finalmente en agosto de 1995 se decide la llamada refundación, una nueva etapa donde se renuevan las fuerzas para la construcción conjunta. FARCO pasa a denominarse Foro de Radios Comunitarias, dejando de ser una Federación que nucleó asociaciones regionales a una asociación de primer orden, en la que participan las propias radios miembros.

En el encuentro participaron más de 50 radios de todo el país. Los temas discutidos fueron: La radio comunitaria, organización popular y cambio social;

legalidad y legitimidad de la Radio Comunitaria; financiamiento y gestión; tecnología y la constitución de la Mesa Nacional de representantes⁶².

Durante el encuentro⁶³ que permite la refundación se firma una primer declaración de principios, la cual establece:

- 1- Nos reconocemos parte integrante de la comunidad en la que participamos, y como medio de comunicación, desarrollamos una comunicación pluralista y participativa, abierta a la necesidad de expresión de los sectores sociales y culturales con menor capacidad de acceso a los medios comerciales.
- 2- Desarrollamos en nuestros medios el derecho a la comunicación y, en especial, el derecho a la información.
- 3- Promovemos la democratización de los medios y continuamos la labor dirigida a constituir nuestras radios en herramientas para la profundización de la democracia y el cambio social.
- 4- Frente al modelo vigente de exclusión y marginación, ejercemos la solidaridad en el funcionamiento interno de nuestro medio y en el apoyo a iniciativas generadas en nuestra comunidad de acuerdo con sus necesidades.
- 5- Ejercemos la Radiodifusión como un servicio y no como una simple actividad comercial-lucrativa.

Recién el 26 de septiembre de 1998 se firmara el acta constitutiva⁶⁴ y se inician los tramites para obtener la personería jurídica de la Asociación.

El Foro Argentino de Radios Comunitarias nuclea a radios de entidades u organizaciones sociales que desarrollan una comunicación pluralista y participativa como canal de expresión de los sectores sociales y culturales con menor posibilidad de acceso a los medios con fines exclusivamente comerciales. Las radios integrantes de FARCO ejercen la radiodifusión como un servicio y no como una simple actividad comercial-lucrativa; se identifica

⁶² Esa primera Mesa Nacional estaba conformada por: Daniel Randazo de FM La Calle, Néstor Busso de Radio Encuentro, Gustavo Videla de FM Latinoamericana, Claudio Vivori de FM La Tribu, Alberto Ingold de FM La Ranchada y Chefi Cian de INCUPO.

⁶³ 19 y 20 de agosto de 1995 en la Capital Federal

⁶⁴ Anexo N° 1

como parte del amplio movimiento social que trabaja por una sociedad más justa, solidaria y sin exclusiones.

FARCO señala que una radio es comunitarias y/o populares cuando:

- Una radio es comunitaria cuando es de propiedad social, sin fines de lucro y con fines sociales y culturales.
- La radio comunitaria, popular, alternativa, ciudadana, etcétera tiene como objetivo ser un servicio para la comunidad.
- Es una emisora que no tiene el lucro como objetivo. Sino que sus objetivos son sociales.
- Es una herramienta para la transformación social, cultural, política y educativa y por sobre todo construye identidad.
- Su gestión es participada y democrática.
- Su voluntad de trabajo es de redes ya sea regional, nacional e internacional.
- Es una radio en contacto permanente con la comunidad y su gente.
- Se caracteriza por su producción local, zonal y alternativa y por buscar permanentemente el profesionalismo.
- Es aquella emisora que aparte de tener el reconocimiento legitimo busca el reconocimiento legal.
- Es un espacio permanente de capacitación ya sea en su núcleo interno como externo.
- Y por sobre todas las cosas promueve la esperanza.

Una vez al año se realiza la Asamblea Anual en la que se elige la Mesa de Dirección y se definen las estrategias y actividades a desarrollarse en el año, como así también la incorporación de nuevos miembros.

Es importante señalar que FARCO no cuenta con presupuesto propio. Los gastos de la institución son asumidos por los miembros más activos, los estatutos establecen una cuota social, pero esto no se está cumpliendo actualmente, lo que dificulta contar con una mínima estructura institucional, así como la misma relación con las socias, que en muchos casos ni siquiera es posible afirmar su continuidad o existencia.

Incluso hay que destacar que no se cuenta con un listado preciso de las radios que la conforman, circulando paralelamente listados distintos, con datos desactualizados, que impidieron, a lo largo de la tesis, contactarnos con gran parte de las radios. En este sentido el presente trabajo facilitó la actualización de muchos datos, que permitirán a la asociación reconectarse con distintas radios.

Los estatutos señalan dos categorías de miembros, activos (las radios) y adherentes (personas que compartan los principios del Foro), pero por las dificultades institucionales que atraviesa FARCO (falta de fondos, falta de personal, coyuntura legal que lo absorbe) esto no funciona. El Foro sólo está pudiendo nuclear a las radios y su incorporación se decide en relación con el interés manifestado y a una primera aceptación de la mesa nacional.

Por las razones antes expuestas, FARCO no cuenta con personal rentado. Hasta el momento sólo realiza contrataciones cuando es necesario. Por esto, si bien es una figura planteada en los estatutos, no se cuenta con un Secretario Ejecutivo, quedando sus funciones delegadas a la mesa (o comisión) directiva.

Sin embargo los logros de FARCO han sido muchos y es una institución reconocida, sobre todo, en su lucha por una ley de radiodifusión democrática.

FARCO es una red que impulsa el desarrollo y la articulación de organizaciones sociales y populares; defiende y promueve la democratización de la comunicación como condición necesaria para la democratización de la sociedad; FARCO detecta con preocupación y denuncia la creciente concentración en la propiedad de los medios

A partir de estos principios antes señalados Farco:

- Trabaja por una nueva Ley de radiodifusión que reemplace a la 22.285 de la Dictadura militar, a fin de democratizar el espectro radioeléctrico con posibilidades de acceso y participación para todos los sectores.
- Defiende el derecho de organizaciones sociales (Asociaciones, Fundaciones, mutuales...) y cooperativas a acceder a licencias de radiodifusión sin discriminaciones.
- Defiende los medios locales con producción propia y local que promuevan las diversas expresiones culturales de nuestro pueblo.

- Propone que una parte del espectro radioeléctrico, en todas las bandas de radiodifusión, sean reservadas a entidades sin fines de lucro u organizaciones de la Sociedad Civil.
- Capacita a los integrantes, trabajadores y/o colaboradores de las radios comunitarias-populares para cumplir sus objetivos institucionales y mejorar sus capacidades técnico-profesionales.
- Intercambia solidariamente producciones de sus afiliadas y realiza producciones conjuntas
- Construye una red radial nacional que permita la intercomunicación y articulación de los sectores populares.
- Se relaciona y participa de las redes internacionales afines, como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)

En el artículo 2 del estatuto del foro se establece:

- a. Reafirmar la identidad de las radios populares y/o comunitarias como garantía del cumplimiento del 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 capacidad de los comunicadores sociales;
- d. Promover una red de información al servicio de los sectores populares.

Farco trabaja en tres grandes líneas prioritarias:

Ñ Legislación: Es uno de los ejes claves de trabajo de la red, el Foro quiere la legalidad para las radios. FARCO trabaja de forma permanente por una ley de radiodifusión democrática, que contemple y permita la legalización de las radios populares y comunitarias, para esto realiza gestiones en el Congreso de la Nación, en Poder ejecutivo Nacional y ante las autoridades del Comfer. Asesora a las radios pertenecientes a la red sobre su situación legal. FARCO reconoce algunos avances desde la gestión política sobre los legisladores y en los distintos procesos judiciales en los tribunales federales⁶⁵.

⁶⁵ Este punto es desarrollado en el capítulo "Derecho a la comunicación"

Ñ Capacitación: Se realizan encuentros de diversas temáticas (gestión, producción, artística) a nivel local, regional y nacional. También se realizan capacitaciones para fomentar nuevos proyectos, de los que se hacen cargo las mismas afiliadas, poniendo el énfasis en la socialización de los saberes, capacidades y conocimiento logrado por cada radio

Ñ Producción: La Red ha llevado adelante intercambio y producción de diversas temáticas (campañas en defensa de los derechos ciudadanos, producciones informativas, educativas y culturales). Tiene editada una campaña sobre democracia (“Desde el Pie hacemos democracia”), que consta de dos CD, con 10 series radiales y 20 cuñas, y una cartilla para el trabajo grupal⁶⁶.

Radios pertenecientes a FARCO

| | |
|-------------------------------------|-------------------------|
| 1 Aire Libre | Rosario |
| 2 Alas | El Bolsón |
| 3 Amanecer | Reconquista |
| 4 Antena Libre | Gral. Roca, Río Negro |
| 5 Apuntes FM | Santos Lugares |
| 6 Chenque | Comodoro Rivadavia |
| 7 Comuneros, comunicación y cultura | Quilmes* |
| 8 Comunidad Enrique Angelelli | Neuquén |
| 9 Comunitaria Bajo Flores | Ciudad de Buenos Aires |
| 10 De La Calle | Bahía Blanca |
| 11 Doña Munda | Parana* |
| 12 El Arka | Bariloche |
| 13 En Transito | Castelar |
| 14 Encuentro | Viedma |
| 15 El Frutillar | Bariloche |
| 16 FM 90 | Ciudad de Buenos Aires |
| 17 FM Alas | Cervantes* |
| 18 FM Che | Junín de los Andes |
| 19 FM Compartiendo | Quilmes |
| 20 FM Cristal | Rauch |
| 21 FM de la ventana | |
| 22 FM Imágenes | Bariloche |
| 23 FM Libre | Córdoba |
| 24 FM Pocahullo | San Martín de los Andes |
| 25 FM Raíces | La Plata |
| 26 FM Stereo ALAS | Correa |

⁶⁶ La campaña fue realizada junto a Incupo, ARC Paraná, Centro Nueva Tierra y CELADEC.

| | |
|------------------------|------------------------|
| 27 Frecuencia Zero | Ciudad de Buenos Aires |
| 28 Futura | La Plata |
| 29 Gente de Radio | Bariloche |
| 30 Imaginaria | General Pico |
| 31 Incupo | Resistencia** |
| 32 La Buena Noticia | Ibarreta, Formosa |
| 33 La Fragua | La Fragua* |
| 34 La Ranchada | Córdoba |
| 35 La Tribu | Ciudad de Buenos Aires |
| 36 La voz del cerro | Jujuy |
| 37 Popular | Santa Fe* |
| 38 Puente | Quequen |
| 39 Radio del Barrio | Bariloche |
| 40 Radio San Sebastián | Las Ovejas |
| 41 Raíces | Cervantes* |
| 42 Reconquista | José León Suárez |
| 43 Residencias | Mar del Plata |
| 44 Revés | Córdoba |
| 45 Sur | Córdoba |
| 46 Universo | Ciudad de Buenos Aires |
| 47 Vida | La Matanza |

Este listado corresponde a la última actualización realizada. Es importante destacar que hay radios que no han sido confirmadas por la asamblea, la cual se realizará el año que viene. No han sido tenidas en cuenta las radios que no han mantenido ningún tipo de vinculación en el último tiempo, tomando como límite la última asamblea realizada en Bariloche.

La vinculación y participación de las radios con FARCO es muy desigual. Encontramos un grupo duro, de aproximadamente 10 radios, que apuesta con mucha fuerza a la red, aportando incluso los fondos necesarios para el mantenimiento de la asociación.

En un segundo grupo, nos encontramos con unas 20 radios que mantienen una comunicación frecuente. Otro grupo mantiene una relación esporádica.

Por último, nos encontramos con radios, no incluidas en el listado, que han formado parte, o han pedido su afiliación, pero con las que no se ha sostenido la comunicación. No es posible definir si son proyectos que se

** No tiene radio

* No están al aire

mantienen o han cerrado, o que no consideran necesario la vinculación con una red nacional, o si ha sido sólo una cuestión de dificultades para la comunicación.

Hacia una red informativa nacional

En el último tiempo, las líneas de trabajo apuntan a coordinar los esfuerzos locales en la construcción de agendas desde las radios comunitarias y volcarlas a una RED informativa nacional.

Para el año que viene se espera poder instalar en nuestro país un up links. Es decir, la posibilidad de contar con una subida propia al satélite. Para esto ya se está coordinando el trabajo de un noticiero satelital nacional para todas las radios de FARCO.

La transmisión satelital trabajará en conjunto con ALER satelital y las distintas redes nacionales que la conforman.

La señal será recibida por las 5 radios que ya cuentan con receptor satelital, entre 7 y 10 nuevos receptores que serán instalados el año próximo, más 20 receptores en radios del Norte de nuestro país que trabajan con Incupo.

La intención de FARCO es que la producciones para el satélite también este disponible a través de Internet para todas las radios de FARCO que no cuenten, en esta primer etapa, del receptor satelital necesario.

La intención de FARCO no es constituirse como una cadena, que transmite desde un solo punto para ser retransmitido. Se intenta la conformación de una red, donde los diversos puntos tengan la posibilidad de transmitir y recibir información. El objetivo es mantener la política informativa de las radios, que sea la propia gente la que cuente lo que pasa, que se mantenga la pluralidad de voces, que los corresponsales populares sean la base de la red nacional, que los intereses y reclamos de los excluidos lleguen a todos.

Razones para pertenecer a FARCO

Las radios que conforman FARCO consideran necesario agruparse con otras radios con principios y trabajos parecidos. Las radios están convencidas

de la necesidad de encontrarse y compartir experiencias para juntas salir de la marginalidad, sostienen que de manera aislada sus proyectos no tienen sentido. Bajo Flores sostiene que: *“siempre estuvimos concientes de que si no nos integrábamos y no nos salíamos de la marginalidad que es hacer un medio en un barrio humilde, el proyecto iba a estar condenado al enanismo, nunca iba a crecer, y bueno, cuando nos enteramos que existía FARCO inmediatamente intentamos, nos presentamos, intentamos presentar el proyecto para estar con la otras radios que son hermanas y hoy estamos en Farco”*; *“una radio popular-comunitaria aislada no sirve y se convierte en marginal”* subraya Radio Encuentro.

Es necesario, según las radios, articular el trabajo que se viene desarrollando en distintos puntos del país para lograr el impacto político pretendido. En esta línea se suma el trabajo para la construcción de una red informativa nacional, la que permitiría un noticiero nacional realizado desde las propias organizaciones sociales, problemáticas y miradas desde un espíritu federal, corriéndose de la agenda de los multimedios, que es un viejo anhelo de las radios y que está siempre presente en la conformación de FARCO.

Un elemento que rescatan la mayoría de las radios esta vinculada a la necesidad de defenderse. La ausencia de una ley democrática de radiodifusión las ha obligado a juntarse para defenderse, subsistir y luchar por una nueva ley. Desde los comienzos de FARCO las dificultades legales han sido un elemento articulador, en un primer momento esta defensa consistía en una red de alarma ante la posibilidad de confiscación de los equipos por parte de la CNC. A mediados de los '80 las radios logran poner al aire una cadena formada por integrantes de Arco Sur y Arco Norte en defensa al derecho a la comunicación y la necesidad de una nueva ley. FARCO, como así también las organizaciones latinoamericanas, fue muy importante como punto de presión en los casos de radios que fueron cerradas o amenazadas.

Más adelante este trabajo se fue ampliando, convirtiéndose en una de las tres grandes líneas prioritarias del Foro, realizando asesoramiento para las afiliadas, charlas y debates y gestiones por una nueva ley, donde no solo el trabajo consistiría en una actitud defensiva, sino que FARCO se ha sentado a dialogar con las distintas autoridades nacionales (ejecutivas y legislativas),

proponiendo puntos de debates en la redacción de una nueva ley de radiodifusión.

La capacitación también ha funcionado como un elemento articulador. La Asociación Norpatagónica de Radio Populares ha trabajado con mucha fuerza en este sentido, sobre todo en los primeros años donde sus mayores esfuerzos se concentraban en la capacitación, más tarde esta tarea sería desplazada hacia FARCO.

Muchas radios se han acercado y se acercan a FARCO en busca de capacitación y asesoramiento, siendo una de las formas efectivas de sumarse a la asociación. FARCO ha desarrollado, a lo largo de su historia, distintos encuentros de capacitación y, a su vez, las radios de mayor experiencia acompañan nuevos proyectos y suman al proyecto colectivo.

También aparecen elementos que diferencian. A pesar de ser una organización con muchos años, todavía se encuentra en una etapa de crecimiento y definiciones. FARCO no ha podido consensuar los criterios y formas de inclusión de nuevas radios.

No se han establecido mecanismos ni requisitos claros para formar parte de la organización. Una discusión que la atraviesa desde su inicio y aun no ha sido saldada es si se suman radios de particulares o de sociedades comerciales. Esta discusión responde a la no definición de lo que implica "radio popular y comunitaria", acompañada por las limitaciones de la legislación.

Las dificultades económicas que atraviesan las radios hace que muchas veces se decida un corrimiento de las actividades del Foro. No todas las radios les dan el mismo nivel de prioridad, sobre todo teniendo en cuenta que significa mucho gasto y algunas no lo creen una urgencia ni necesidad. Otras, en cambio, consideran que FARCO es una prioridad, en este sentido, Pocahullo considera que en las ultimas cosas que dejarían de invertir es en Farco, incluso aunque eso signifique que nadie cobre.

La posibilidad de encontrarse y compartir experiencias con proyectos parecidos les permite a las radios pensar nuevas alternativas de gestión y de sostenibilidad, de esta forma se conocen experiencias exitosas, se buscan nuevos caminos, se trabaja conjuntamente en busca de recursos y se cuenta con una organización nacional que respalda el quehacer local.

Características generales de las radios miembros de FARCO

La primer característica de las radios de FARCO es que todas transmiten en frecuencia modulada (FM), salvo Radio Amanecer que transmite en ambas bandas (AM y FM). Hay otras radios que señalaron estar pensando la posibilidad de transmitir en AM. Es importante destacar que FARCO, ni ninguna de las radios consultadas, vinculan el ser comunitarias con la banda en la que transmiten, sino que esto se debe, principalmente, a los costos y facilidades para la instalación.

Como señalábamos anteriormente, no es posible cerrar una definición conceptual de las radios populares y comunitarias, sin embargo, podemos reconocer los principales elementos que señalan las radios al momento de identificarse.

Un elemento destacado es la vinculación con las organizaciones y movimientos sociales. *“Apertura de la radio a las organizaciones intermedias sociales, tanto en la programación como en la difusión de actividades. Participación de la radio como medio en distintos foros de debate, asambleas... etc”*, decía una de las radios encuestadas. Esto es un rasgo que se ve en todas las radios visitadas, todas ellas cuentan con programas de numerosas organizaciones e instituciones.

Incluso Radio Reconquista señala que durante los primeros años de la radio para hacer un programa se debía ser miembro de una institución, de otra forma se debía incorporar activamente al grupo de la radio, ya que no se permitían programas de particulares o grupos no organizados.

En el mismo sentido, FM Pocahullo planteaba como necesidad la militancia en otro ámbito para ser parte del equipo de la radio, cabe señalar que todo aquel que tiene un programa se tiene que sumar a este. Si bien hoy la mayoría mantiene otras militancias, muchos consideran que “su militancia es la radio”.

Otro rasgo tiene que ver con la propiedad del medio, es decir son radios de propiedad común (fundaciones, cooperativas, mutuales) sin fines de lucro, aunque no todos concuerdan con ello, sobre todo cuando muchas de las radios

mantienen otras figuras legales para mantener los permisos precarios y provisorios⁶⁷. Esta diferencia resulta importante en cuanto a que radios forman parte de FARCO, ya que algunos consideran que debe ser un movimiento amplio y otros creen que mantener principios y características más flexibles puede desdibujar el sentido de la red.

Con mucha fuerza aparece la vocación política, es decir una apuesta a un cambio social, a la construcción de un proyecto político. Este quizás sea una de las características más fuerte y que las diferencia claramente de otras radios, aunque hay que destacar que esta vocación no se vincula con lo partidario, sino con una apuesta hacia los sectores más excluidos.

Como señala Castoriadis en su planteo, un rasgo de identidad esta dado por la diferencia, por la presencia del otro. Es muy fuerte en el discurso la identificación por la diferencia, por el antagonismos con los medios comerciales. Acá la diferenciación la podemos ver en dos planos, por un lado en cuanto informativo y en cuanto a una determinada estética. En este sentido se pone el acento en abrir el juego, en acercar la radio a la mayor cantidad de gente posible. Una de las radios consultadas señala como objetivo *“Democratizar el aire de la ciudad históricamente condicionado por un multimedios; acompañar los procesos sociales; dar oportunidad a las nuevas voces, nuevos proyectos... información alternativa; apoyo a las actividades culturales y artísticas de la ciudad y la zona”*, otra radio señala *“nos diferenciamos por que constantemente hablamos de los sectores populares”*

Hay un pequeño grupo que identifica a las radios comunitarias y populares desde lo precario. Es decir se identifican por ser radios chicas vinculadas al barrio, con poco equipamiento técnico, con trabajo voluntario. En este sentido resulta significativo la contestación de una radio al pedirle una dirección de correo electrónico para comunicarme con ellos, ante este pedido reaccionaron sorprendido y contestaron que esas cosas no tenían por que eran una radio comunitaria, *“nosotros somos una radio comunitaria, comunitaria en serio”*. En este sentido otra radio señala en relación con el personal *“prevalece el voluntarismo por sobre todo”*. Esta forma de identificarse e identificar a las

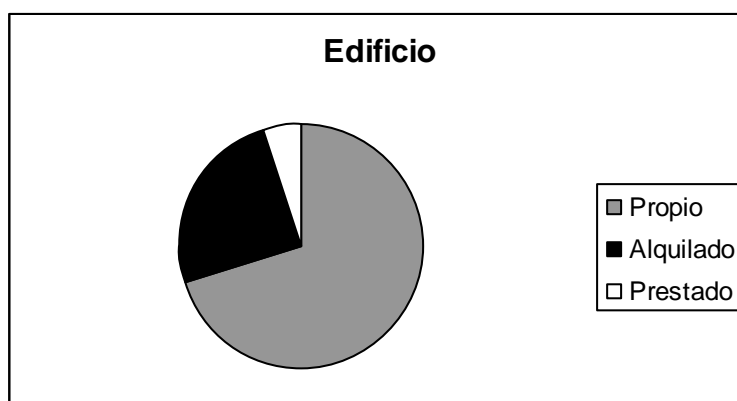
⁶⁷ Ver capítulo El Derecho a la comunicación

radios comunitarias y populares es la que más circula desde el sentido común, incluso en ámbitos como la propia Facultad de Comunicación.

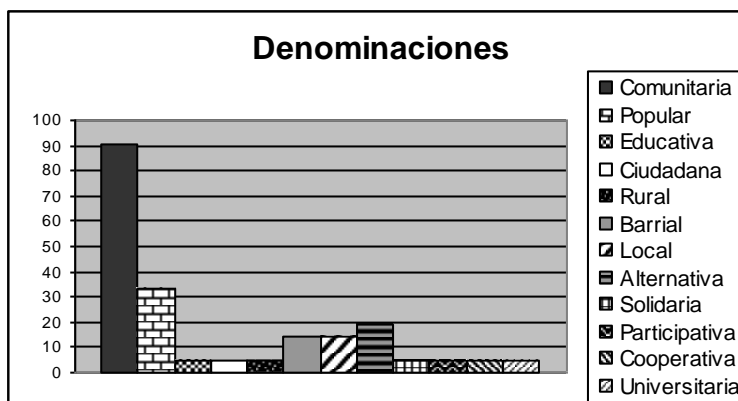
Es importante destacar que la mayoría de las radios no reconoce esta característica como un rasgo de identificación, incluso a partir de las visitas realizadas pudimos observar que muchas de las radios mantienen un muy buen equipamiento, un grupo rentado y compite en los primeros lugares de audiencia con un importante reconocimiento social.

Muchas de las diferencias que encontramos son posibles de entender desde la historia de cada una de las radios y del lugar y el momento en que se encuentran. No es lo mismo ser una radio comunitaria y popular en Jujuy que en Capital Federal. Sin duda esa diferenciación es una de las principales características de estas radios.

Teniendo en cuenta la diferencias señaladas, podemos afirmar que a lo largo de los años y con la ayuda y el compromiso de sus comunidades han logrado una estabilidad y equipamientos tecnológicos adecuado. Un 70% de las radios cuenta con un edificio propio para su funcionamiento, en muchos casos el espacio es utilizado para realizar otras actividades de la radio y de otras instituciones u organizaciones comunitarias.



En cuanto a la denominación de adoptan es predominante la designación como "comunitaria", es sólo 2 caso que no reconoce esta denominación, sin embargo muchas adoptan simultáneamente otra forma de designarse.



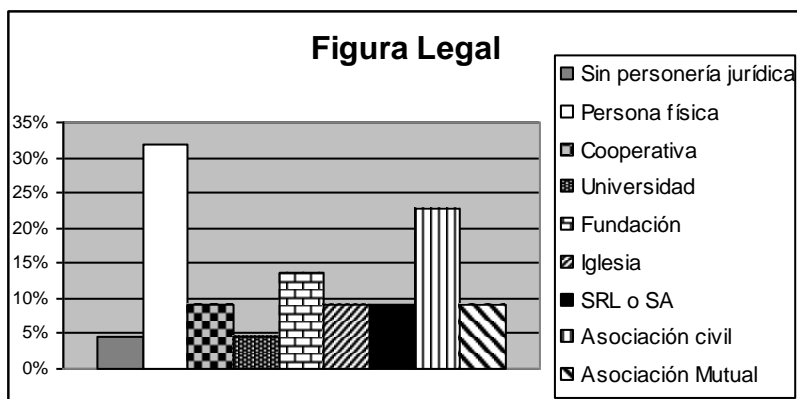
Creemos que esta forma generalizada responde a diferentes motivaciones y no necesariamente al concepto de comunitaria planteada anteriormente. Algunas primeras explicaciones planteadas por las mismas radios son:

“Creemos que en Argentina esta incorporado el termino comunitaria y nos sentimos radio popular”

“Las radios que pertenecen a ONG, etcétera en la Argentina se las llama COMUNITARIAS como en otros países se las denomina de otra manera”

“No es excluyente, nos podríamos identificar igualmente con las otras denominaciones”

La propiedad de las radios populares y comunitarias es diversa, el 54,5% pertenece a organizaciones sociales (fundaciones, asociaciones civiles, asociaciones mutuales, cooperativas), 4,5% a Universidades, 9,1% a la Iglesia Católica, 31,8% a personas físicas y 9,1% a sociedades comerciales. Hay radios que combinan más de una figura legal por la limitación jurídica existente. Las radios que utilizan la figura de sociedades comerciales (SA o SRL) mantienen de forma la figura de asociaciones sin fines de lucro (mutuales o asociaciones civiles). Lo mismo pasa con algunas radios de la Iglesia (lo que permite el acceso a la frecuencia) y con los casos de propiedad particular.



Radio Pocahullo, por ejemplo, nace originalmente como una radio comercial con fines partidarios, pero al poco tiempo de estar al aire se decide su cierre. Los trabajadores de la radio se organizan y junto a miembros de la comunidad compran la radio. Pocahullo pertenece a 150 dueños que aportaron el dinero necesario para realizar la compra. Originalmente ese grupo se conformo como una cooperativa, pero los impuestos y obligaciones que les impuso el entonces Ministro Cavallo, los llevó a organizarse como Asociación Civil. Ninguna de las dos figuras legales les permitió comenzar los tramites para la obtención de la licencia.

Públicos

En cuanto a los públicos a los que se dirigen, casi la totalidad de las radios señalan la población general, pero aparece con fuerza la idea de públicos privilegiados y el lugar desde donde se parte:

“Pretendemos que nuestro mensaje parta desde los pobres, los desprotegidos, los trabajadores, los creadores, los soñadores, los que pelean... Hacia toda la sociedad”

“Población general, preferencialmente los sectores populares”

Es decir, lo que se intenta es una combinación de “públicos fuertes” y “públicos débiles”. Entendemos por públicos fuertes, siguiendo el planteo de Rosa María Alfaro⁶⁸, a aquellos que tienen capacidad de decidir políticamente, y los públicos débiles son justamente los que no tienen posibilidades de influir en ninguna de las decisiones. *“La comunicación popular, alternativa,*

*comunitaria tienen hoy como gran reto justamente, el poder crear estos espacios públicos que van a generar procesos de democratización, pero también procesos de influencia sobre la sociedad, redefiniendo, por lo tanto, el sentido de la participación: no se participa sólo por participar, se participa y se busca la participación para crear estos intereses comunes, para crear estos espacios comunes, estas imágenes, para crear diálogo, discusión, foro público y relación entre quienes influyen y los que no influyen”*⁶⁹

Por otra parte señala una división entre públicos y contrapúblicos; “*hay públicos que entran mucho más en la identificación con lo que crea la sociedad de masas y otros públicos que son los que no están de acuerdo, que son disímiles*”⁷⁰. A las radios populares y comunitarias les cuesta llegar y mantener niveles de audiencia entre los ‘públicos’, que suelen sintonizar la radio ante cuestiones y conflictos más puntuales. Por el contrario entre los ‘contrapúblicos’, es donde las radios populares y comunitarias tienen su audiencia más fiel⁷¹. De todas formas, es necesario aclarar, que en todas las radios visitadas hay una preocupación por llegar a todos los públicos.

Situación tecnológica

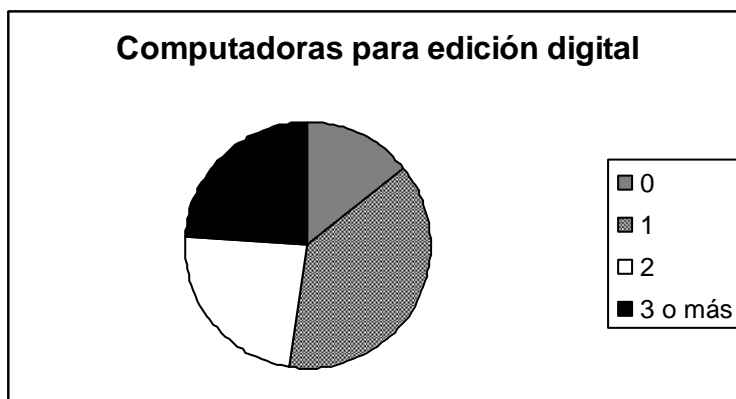
Gran parte de las radios cuenta con al menos 1 computadora para edición digital, el 85,7%, y un 47,6 % cuenta con más de una.

⁶⁸ *Comunicación. Ciudadanía. Espacio Local*. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires – Centro Nueva Tierra. Buenos Aires, 1999

⁶⁹ *Idem*

⁷⁰ Alfaro, Rosa María. “La radio popular se ha quedado con los ‘contrapúblicos’”. En: Gutiérrez, Hernán y María Cristina Mata. *Op cit*

⁷¹ Esta observación es realizada a partir de lo visto y lo conversado con las radios. Para obtener mayores precisiones sería necesario contar con un estudio de audiencia de características cualitativas, que excede las pretensiones de esta tesis.

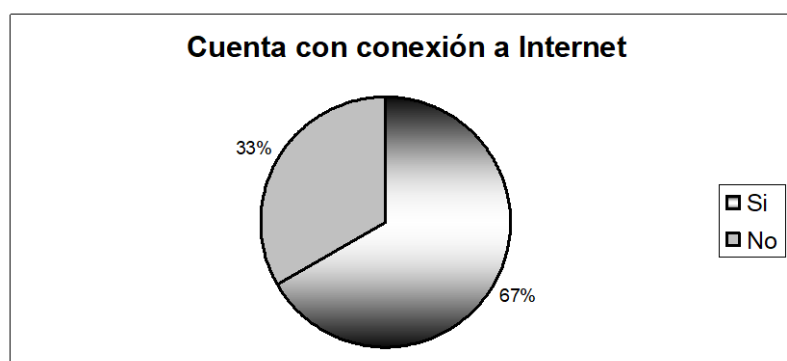


En cuanto al uso de Internet, los porcentajes bajan significativamente, sólo el 67% cuenta con conexión a la red, eso se debe fundamentalmente a la falta de recursos económicos, que les impide afrontar el pago mensual del servicio, a pesar de considerarlo necesario. Todas las radios que están conectadas a Internet la utilizan como fuente informativa, incluso resulta significativo que sea una fuente informativa utilizada por radios que no cuenta con el servicio de conexión propio. Son el 81% de las radios las que señalan a internet como fuente informativa.

La utilización de este servicio es rescatado especialmente por las radios del interior del país, ya que la red les permite consultar los diarios nacionales que llegan tarde a las localidades y mantenerse permanentemente al tanto de las noticias que suceden en Capital Federal.

La red también es utilizada para ‘bajar’ música. Hoy la mayoría de las radios utilizan música en el formato MP3 lo que permite bajar considerablemente los costos y contar con discotecas bien nutridas.

El correo electrónico, utilizado por todas las radios a excepción de un caso, también ha optimizado el trabajo de los servicios informativos, ya que a través de este medio les llegan el informativo Pulsar, REDECO, distintas agencias informativas alternativas, información de organizaciones no gubernamentales nacionales, partidos políticos, sindicatos, y también permite la interconexión de otras radios populares y comunitarias del resto del país y de países vecinos.



Por otra parte, 13 radios tienen páginas de Internet propias (teniendo en cuenta la totalidad de las páginas de radios de FARCO conocidas). La mayoría de ellas todavía son institucionales y no cuentan con una actualización periódica. La página de Radio Encuentro permite leer diariamente las noticias más importantes.

En Argentina hay 6 radios con conexión satelital conectadas a ALER Satelital, una red informativa conformada por más de 90 radios y 40 corresponsales en toda América Latina, coordinada desde la Secretaría Ejecutiva de Aler. Estas radios, a su vez, reciben la señal de Radio Nederland.

El apoyo de las redes, en especial de FARCO, se ve también en lo tecnológico y en la solidaridad en cuanto a equipamiento técnico. FARCO no cuenta con ningún tipo de posibilidad de préstamo, compra o financiación de equipos, pero si hay un compromiso en las radios que la integran de mantener y acompañar, en la medida de lo posible, a las radios que tienen problemas. Cuando a Alas les precintaron los equipos FM La Tribu les prestó un transmisor, hoy Alas les presta otro transmisor a FM Bajo Flores, por su parte Estrella del Frutillar transmite con un transmisor prestado por Radio Encuentro.

Sostenibilidad

“Se puede diferenciar tres niveles de sostenibilidad: institucional, social y económica. La sostenibilidad institucional se refiere a la ‘institucionalidad’ que debe existir (roles, funciones, autoridades, estructura organizativa, etc.). La sostenibilidad social es el ‘soporte’ de cada radio, centro, coordinadora: sus relaciones con los públicos y los actores sociales de la sociedad civil, desde donde debe tener reconocimiento. Y la sostenibilidad económica es la

*capacidad para proveerse de los recursos necesarios que aseguren su funcionamiento y el cumplimiento de sus objetivos*⁷².

En cuanto a la sostenibilidad institucional y social no parece haber mayores dificultades⁷³. La mayoría de las radios cuenta con mucho tiempo en el aire, un equipo constituido y una fuerte vinculación con la sociedad.

Hay una preocupación y planificación para la continuidad del proyecto. Resulta significativa la apuesta de Radio Comunitaria Bajo Flores que ve como logro el ingreso de tres miembros del equipo de la radio a la carrera de Comunicación en la Universidad de Buenos Aires.

El 77,8% de las radios encuestadas señalan lo económico como una de las principales dificultades, aunque la gravedad y características de la problemática es diferente. Baja a un 27,8% las radios que señalan lo económico como una necesidad inmediata a solucionar, aunque va a aparecer lograr autofinanciamiento y aumentar la venta de publicidad con un 16,7% cada una, así como otras problemáticas relacionadas (exceso de trabajo, sostenibilidad).

Las estrategias utilizadas para mantener la radio al aire varían según el contexto de inserción, el grupo de trabajo y el momento histórico-social.

Ninguna de las radios se mantiene, actualmente, de forma exclusiva de la publicidad, pero sólo el 23,8% no la cuenta entre sus ingresos. El 14,3% combina la publicidad y la venta de espacios como única forma de financiamiento. Las radios que no cuentan con publicidad recurren a diversas estrategias, no encontrándose ningún caso que dependa de forma exclusiva de una única forma de financiamiento.

Las radios visitadas señalan como falencia importante la venta de publicidad, logran competir en el mercado radiofónico pero no en el mercado publicitario.

A partir de las manifestaciones realizadas podemos establecer algunas causas: Un sentido común del comerciante que cree que la publicidad en una radio popular y comunitaria no es eficaz; falta de preparación de los trabajadores de las radios para la venta de publicidad; su posicionamiento

⁷² Geerts, Andrés y Víctor van Oeyen. Op. Cit.

ideológico, que no están dispuestos a negociar por tanda publicitaria, que los separa del gobierno (principal anunciante) y de los poderes económicos locales; una imagen que presupone que estas radios no necesitan apoyo financiero por que 'el trabajo comunitario debe ser no-rentado', 'reciben aporte externo'.

Varias radios que cuentan con publicidad oficial señalan que en situaciones de tensión suelen ser condenadas a la quita de la pauta publicitaria, poniéndolas en situación de crisis económica como forma de presión. En este sentido Esperon y Lamas afirman que el mercado publicitario argentino *"siempre operó como un importante factor de presión sobre los contenidos emitidos por los medios de comunicación, chantajeando sin ningún rubor a los responsables de los mismos, amenazándolos con retirar su apoyo económico si sus 'sugerencias' no eran aceptadas"*⁷⁴. En este sentido, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en su Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión aprobada en su 108º Período de sesiones (octubre 2000), afirma

*"La utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley"*⁷⁵.

Sólo el 23,8% de las radios recibió en algún momento aportes de cooperación internacional. Los fondos recibidos fueron utilizados para la instalación de las radios y/o la compra de equipamientos y nuevas tecnologías (digitalización, satélites, etcétera). También se han recibido aportes para la puesta en marcha de programas sociales (espacios culturales, capacitación para organizaciones de la comunidad, colonias de vacaciones, cabinas radiales

⁷³ Ninguno de los casos presentados presenta dificultades en este sentido, al igual que las radios que forman parte del "núcleo duro" de FARCO.

⁷⁴ Esperon, Carlos Rodríguez y Ernesto Lamas. "Comunicación alternativa: encuentros y desencuentros". *Revista Causas y azares* N° 3 primavera 1993

⁷⁵ Citado en la Presentación conjunta realizada por ALER y AMARC ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos

en los barrios, proyectos productivos), para los cuales existió financiación de los distintos niveles del Estado.

Es importante destacar que en nuestro país no ha existido casos de dependencia a los subsidios otorgados desde la cooperación internacional, y que los recursos propios siempre fueron el recurso más importante y el que ha permitido el mantenimiento y sostenibilidad del proyecto.

Las únicas radios que reconocen un apoyo de la institución propietarias son las radios de la Iglesia y de la Universidad. Radio Revés, perteneciente a la Escuela de Ciencias de la Información de Córdoba, recibe de la Universidad el espacio con todos los servicios, incluido el gasto de la luz, y dos pasantías rentadas para operadores⁷⁶

Festivales, peñas, rifas suelen ser fuentes de financiamiento muy valoradas por las radios, el 33,3% recurre a esta estrategia entre sus ingresos.

La venta de espacios es un recurso muy controvertido, si bien el 57,1% recurre a esta estrategia, en la gran mayoría de los casos, se mantienen fuertes condicionamientos para la salida al aire. El pago del espacio, en algunos casos, sólo equivale al costo que le significa a la radio, incluso es posible el pago mediante algún servicio o insumos para la radio. Los espacios considerados estratégicos no son cedidos.

El club de oyentes, utilizado por el 23,8%, es una opción, pero FM ALAS, una radio con mucha tradición en esta estrategia señala que resultó un recurso eficaz para situaciones de crisis, robo de equipos, riesgo de cierre, pero no ha logrado constituirse como apoyo constante para el mantenimiento diario.

Un recurso incalculable es el realizado por los trabajadores voluntarios, o por la aceptación de menores sueldos a los que podrían ganar en otros lugares, lo cual implica una opción y una valoración del proyecto. El 52,4% de las radios señalan como forma de mantenimiento económico el aporte de los trabajadores de la radio.

También podemos señalar el aporte de organizaciones sociales (33,3%), capacitaciones (19%), proyectos sociales (19%), aportes empresariales (9,5%) y otras (3,3%) son las estrategias que va encontrando cada radio para llevar adelante su proyecto.

⁷⁶ Al momento de la visita estaban autorizadas pero todavía no se habían efectivizado.

En algunos casos las estrategias parecen estar totalmente alejadas del proyecto comunicacional. Una de las radios monto durante un tiempo venta de cubanitos rellenos con dulce de leche y otra salía por las calles con el “Chanco móvil” (un carrito donde se iba asando un lechón) acompañado por el equipo de la radio vendiendo rifas del sorteo del lechón.

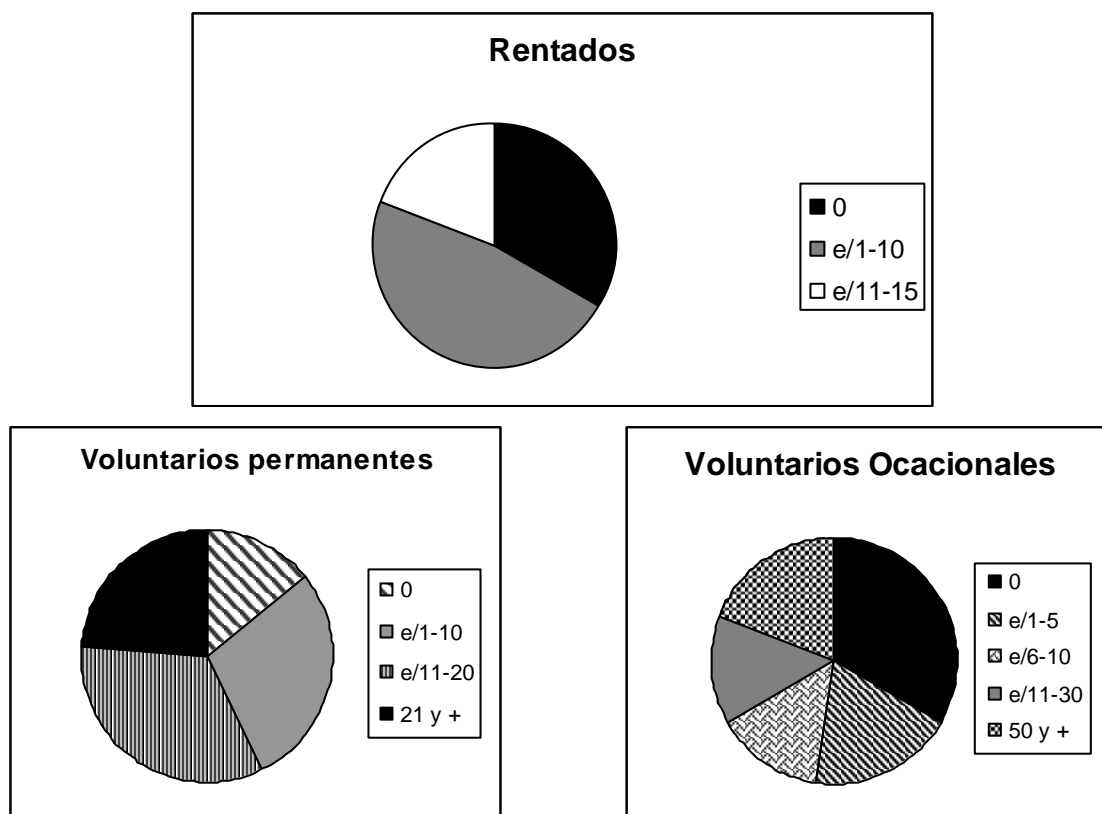
Con respecto a esto Néstor Busso, de Radio Encuentro, sostiene: *“en lo económico nuestra fuente genuina de ingresos es la publicidad y la radio popular debe competir con otras propuestas que tienen costos muy inferiores. Hacer radio popular, comunitaria, participativa... es caro. Nuestra competencia comercial en las grandes ciudades responde a grupos económicos poderosos. En las ciudades menores la competencia es musical con costos ínfimos o está colgada por satélite de una cadena nacional también con costos reducidos (...). Una radio con producción propia, con varios periodistas, móvil en la calle, etcétera es costosa y comercialmente ilógica.*

Debemos pensar en articular nuestro trabajo con programas sociales y con organizaciones sociales gubernamentales o no gubernamentales. De allí obtener recursos importantes sin desvirtuar nuestro proyecto”.

La precariedad económica en la que se encuentran muchas de las radios que conforman FARCO, hace que cualquier problema con los equipos los saque del aire, y ponga en peligro la continuidad del proyecto por la imposibilidad de la reposición o la reparación. Es muestra de esto Radio Popular de Santa Fe, que perdió todo por las inundaciones; Radio Raíces de Cervantes que fue desplazada del edificio que ocupaban y que no puede enfrentar los costos de reinstalación.

Personal voluntario y rentados

Las radios populares y comunitarias mantienen un porcentaje importante de trabajadores voluntarios, incluso el 33,3% señala no tener personal rentado, en algunos casos por imposibilidad económica y en otros por decisión del equipo.



Andrés Geerts y Víctor Van Oeyen señalan que las grandes ventajas del trabajo voluntario son:

- **La poca carga económica** para la radio. Ésta es sin duda la principal razón porque muchas radios siguen con el voluntariado.
- **La ligazón con la comunidad**, la compenetración de muchos actores sociales en la radio.
- **El entusiasmo**, la mística, la entrega.

Y como principales problemas

- **Es un trabajo a tiempo parcial.** Los voluntarios pueden trabajar a tiempo parcial.
- **La profesionalidad.** Muchos voluntarios en las radios comunitarias no consolidadas son 'jóvenes sin compromiso y sin experiencia'. En algunos países se dice que 'juegan a la radio'.
- **La permanencia.** El voluntariado es volátil: viene y se va. Por razones familiares, económicas o de estudios se deja el trabajo. Para algunos, la radio es un trampolín para aprender el oficio de radialista.

- **La 'libertad'**. Lo que gratuitamente se da, gratuitamente se quita. Una queja común en muchas radios con voluntarios es que son 'incontrolables'. Como no tienen contrato, no se dejan evaluar. Y si se les llama la atención, no les cuesta nada abandonar el trabajo.
- **El deficiente marco laboral**. Varias radios que trabajan con voluntarios se basan sobre la confianza mutua a la hora de fijar recompensas o salarios. No se fijan mucho en el código laboral. Mientras dure la confianza y la amistad no hay problemas. Pero cuando hay conflictos y se lleva el caso al ministerios de trabajo, esto puede causar la quiebra de la institución. Hay muchos casos concretos en radios e instituciones populares para comprobar esto.

Estas características que señalan Geerts y Van Oeyen del voluntariado en las radios de América Latina, se dan en las radios estudiadas y en el trabajo de FARCO. Aunque es importante destacar que, en nuestro país, encontramos radios que trabajan exclusivamente con voluntarios, donde nadie recibe compensación económica por su trabajo. Esta realidad, si bien intenta ser revertida, es vivida como positiva en lo que se refiere al compromiso que implica ser parte del proyecto, que el la radio no sea vivida sólo como un "trabajo", sino que implique "una opción". Esta preocupación se refleja, también, en el personal rentado.

Sin embargo genera dificultades en cuanto al tiempo de dedicación y las dificultades organizativas que esto genera.

"La permanencia", como señalan Geerts y Van Oeyen, es un reclamo permanente, nos decían en una radio *"se ha formado mucha gente aquí adentro y se termina yendo, consiguen un laburo mejor, o sea mejor rentado, o se van de la ciudad porque los jóvenes llega un momento que quieren irse a perfeccionar o a estudiar una carrera universitaria. Nosotros seguimos insistiendo, decimos que la cuando empiecen a volver va a ser espectacular"*.

La problemática de los jóvenes que se van para seguir sus estudios universitarios es inversa en el caso de Radio Revés de Córdoba. Esta radio se encuentra ante la dificultad de los jóvenes que una vez recibidos se vuelven a sus localidades o aspiran a otros trabajos. Radio Reves se constituye como

una experiencia laboral durante la formación y no como lugar de crecimiento profesional.

Radio Reves también presenta otras dificultades por la falta de personal rentado. Hay programas que no cumplen con el horario pautado o que desaparecen sin ningún tipo de aviso o justificación, baja durante el periodo de exámenes (durante el segundo año esto bajo significativamente), así como también la necesidad de no salir del aire durante las vacaciones de verano, porque los estudiantes, provenientes del interior de Córdoba y el Norte Argentino, vuelven a sus casas, además del cierre de las instalaciones de la Escuela donde se encuentra ubicada la radio.

Los operadores son la función con más porcentaje de personal rentado. Estos por cumplir un horario fijo y ser, materialmente, los responsables de la salida al aire, se los considera vitales y son los primeros a quienes se les intenta garantizar la renta.

Cabe señalar que hay radios que han tenido problemas de personal. Por lo menos dos radios tuvieron que sortear juicios laborales, riesgo que se corre, como señalan Geerts y Van Oeyen, al contar con personal voluntario basados en la palabra y en la amistad sin ningún tipo de marco legal.

Marco metodológico

Por la complejidad del problema, y la necesidad de analizar distintos valores del mismo fenómeno, fue indispensable utilizar diferentes perspectivas metodológicas. El trabajo requirió de la complementariedad de metodologías de investigación cuantitativas y cualitativas.

Es importante destacar que a lo largo de todo el trabajo de producción de la tesis se mantuvo contacto con el Foro Argentino de Radios Comunitarias que fueron suministrando información, aportes y nuevas preguntas de investigación, incluso algunas herramientas metodológicas fueron consensuadas a fin de obtener los datos necesarios para la investigación y la organización.

Consideramos que en el presente estudio los métodos de conocimiento cualitativos y cuantitativos no son excluyentes, ya que *"la totalidad de la realidad social no se agota con la cuantificación y que un número significativo de fenómenos sociales sólo puede cualificarse y no cuantificarse a menos que previamente se hayan cualificado"*⁷⁷

Para esta tesis se complementaron informaciones primarios e informaciones secundarios, que nos permitieron un mayor conocimiento del campo.

Sin embargo, a pesar de que cada momento de campo tiene objetivos diferentes, estos podrán ser analizados de forma comparativa, entendiéndolos no como control de uno sobre otro, sino como *"modos diferentes de saber que deben ser explicados e integrados teóricamente"*⁷⁸.

El relevamiento cuantitativo nos permitió obtener una evidencia exacta sobre la distribución de la población entre las categorías a ser usadas en las descripciones o verificaciones. Por el contrario los datos cualitativos nos permitirá descubrir nuevas categorías y sus propiedades, y sugerir las interrelaciones dentro de una teoría.

⁷⁷ Bonilla-Castro y Rodríguez, 1997:45 confirmar la cita

⁷⁸ Glasser y Strauss. The Discovery of grounded theory. Strategy for qualitative research. Nueva York, Editorial Aldine, 1967

Con el fin de construir un mapa situacional que permitiera ubicar el relevamiento y tratamiento de información, realicé un *rastreo bibliográfico* para conocer lo que se ha escrito y problematizado sobre el tema. Es importante destacar que, como ya lo hemos señalado, existe muy poco material sobre las radios en Argentina. Se han escrito artículos en diversas revistas y diarios. Sólo encontramos dos investigaciones realizadas sobre las radios en Argentina⁷⁹.

También se trabajó con *análisis de documentos*, recurriendo principalmente a actas de FARCO y a diversos relatos de las páginas web institucionales de la asociación y de las radios.

El rastreo bibliográfico y el análisis de documentos nos permitieron una reconstrucción histórica y teórica. Estos datos fueron cruzados y complementados con las entrevistas posteriormente realizadas.

Si bien no fue posible dedicar mayor tiempo y recursos a la recuperación histórica, consideramos importante su reconstrucción, ya que este acercamiento al análisis diacrónico nos aporta elementos para el análisis de la situación actual. Consideramos que *“la historia institucional es un condicionamiento del funcionamiento que ‘interviene activamente en la determinación del producto institucional’. (...) La historia institucional opera como un criterio organizador de la vida de la organización que indica pautas, establece prioridades, propone estrategias”*⁸⁰.

Con este primer marco se entró en una etapa de relevamiento de informaciones primarias. Nuestro propósito consistía en llevar adelante un censo de las radios de Farco. Las dificultades para conectarse con todas las radios hicieron imposible la realización del censo (es decir el relevamiento de la totalidad del universo), realizándose una encuesta a 22 radios.

El acotamiento a las radios de FARCO se debe a que por sus diferentes orígenes y vertientes, como así también por su situación legal, es muy difícil saber con exactitud cuántas radios conforman este movimiento en nuestro

⁷⁹ Una que corresponde a María Cristina Mata y Javier Cristiano de febrero de 1995, donde se realiza una aproximación a las radios de nuestro país teniendo en cuenta datos cuantitativos. El segundo trabajo es el Informe Nacional del Estudio de Vigencia e Incidencia que se enmarca en una investigación Latinoamericana realizada por ALER. El informe Nacional de Argentina fue realizado por Andrés Geerts con la colaboración de Claudia Villamayor como investigadora nacional. Ambas investigaciones son de uso reservado y fueron aportadas por FARCO para la realización del presente trabajo.

⁸⁰ Nicastro, S., *La historia institucional y el director en la escuela*. Paidós.

país, además que superaría las pretensiones de este trabajo identificar y seleccionar qué radios de nuestro país son comunitarias y/o populares. Por lo tanto, la decisión fue trabajar solo con las radios que pertenecen al Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO).

Es importante aclarar que no entiendo a las radios populares y comunitarias sólo desde su función puramente radiofónica, sino que me interesa trabajar con las radios como instituciones sociales. Es necesario señalar que muchas radios realizan otras actividades que van a ser parte constitutiva de su ser comunitario (bibliotecas populares, roperos comunitarios, capacitación laboral, talleres en comunicación, capacitación para organizaciones barriales, etcétera). En esta tesis no se trabajó con la salida al aire.

Solo se tuvo en cuenta los proyectos radiales. INCUPO, institución que integra FARCO pero no es una radio y las asociaciones y organizaciones que, a partir del proyecto de fundar una radio popular y comunitaria, son miembros de FARCO, no fueron relevados, ya que sus particularidades requerían otro enfoque de investigación.

Previo a la realización de la encuesta y durante la misma fue necesario la reconstrucción y actualización de los listados de FARCO.

No fue posible contar con listados completos y actualizados de los miembros de Farco. El Foro no cuenta con mecanismos de comunicación fluidos con todos los miembros, llegando a desconocer la continuidad de numerosos proyectos.

Los listados suministrados por FARCO sumaban alrededor de 80 radios. Hoy podemos afirmar que existen 47 radios que mantienen algún tipo de vinculación con la asociación.

En el plan de tesis la primera etapa de campo estaba prevista con una duración de un mes y una semana para la codificación y primer análisis de los datos.

En el último tiempo una de las radios miembros funciona como encargada de la comunicación interna, utilizando el correo electrónico, pero son a penas un grupo de 15 radios quienes se mantienen en contacto por este

medio de comunicación. Con esta radio se trabajó en común para la reconstrucción del listado.

La encuesta fue suministrada por vía correo electrónico a la mayoría de las radios. Con el fin de llegar a la mayor cantidad de radios posibles me conecte con los teléfonos existentes en el listado, con lo que conseguí 4 nuevas direcciones electrónicas, 2 números de teléfono nuevos y eliminar los números de 24 radios los cuales ya no existen o fueron cambiados.

Estos avances obligaron a replantearme los medios por los cuales tenía prevista la realización de la encuesta, utilizando el correo postal. Envié 30 cartas, algunas fueron devueltas porque la dirección no correspondía⁸¹. Sólo recibí contestación de dos radios, con las cuales fue posible retomar el contacto con Farco.

Este trabajo, por momentos, desvió y alargó el objetivo de mi tesis, sin embargo considero fundamental la reconstrucción del listado. Para esto me mantuve en contacto con los miembros más activos de FARCO con los que fuimos intercambiando información para agilizar y facilitar esta tarea.

Por lo tanto podemos afirmar que el proceso fue cíclico, poniendo mucha atención a las necesidades y demandas de Farco, por lo que la reconstrucción y búsqueda de recontactarse con las distintas radios fue permanente y continuó hasta el cierre del trabajo.

De todas formas sólo se logró información de 23 radios⁸², el 48,9% de las radios que comprobamos que efectivamente están saliendo al aire y siguen interesadas en ser parte de Farco.

La utilización de técnicas y herramientas cuantitativas nos permitió describir y definir aspectos estructurales de las radios comunitarias. Por otro lado, nos permitió llegar a mayor cantidad de radios y obtener de manera más rápida una primera mirada de la situación de las radios comunitarias de nuestro país (año de fundación, cantidad de personal, zona de influencia, equipamiento tecnológico, situación legal, etcétera)⁸³. Es decir, nos permitió la construcción del mapa situacional desde una mirada sincrónica.

⁸¹ No es posible establecer si las radios efectivamente se mudaron o tuvieron que cerrar.

⁸² 22 radios contestaron el cuestionario, entre ellas la totalidad de las radios visitadas a excepción de Radio Revés.

⁸³ La encuesta suministrada se encuentra en el anexo.

Es importante señalar que se incorporaran aquellos elementos que institucionalmente FARCO consideró necesarios relevar, ya que nuestro propósito es problematizar “con” las radios y FARCO, contribuyendo en sus prácticas y organización.

Para el análisis y cuantificación de los datos relevados en la encuesta sólo se trabajó con las respuestas validas, es decir que no se conmutaron en los porcentajes las respuestas no contestadas, aunque fueron muy pocos casos los que no contestaron la totalidad de las preguntas realizadas.

Algunas de las preguntas realizadas no fueron tenidas en cuenta al momento del análisis y redacción de la tesis, ya que considero que necesitan mayor trabajo de indagación y problematización.

A partir de los datos recolectados, y el conocimiento del ámbito y las posibilidades materiales, se definieron los casos con los cuales trabajé, ya que se haría inabarcable realizar un análisis de todas las radios. El principio que se tuvo en cuenta fue la construcción de una muestra que permitiera una mirada sobre la globalidad.

La perspectiva cualitativa, central en esta etapa, nos permitió entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor. A partir de esta perspectiva intentamos superar la descripción y lograr una mayor comprensión de los sentidos de las radios comunitarias.

Se trabajó con una metodología de estudio de caso, lo cual nos permitirá, al momento del análisis, un trabajo de comparación constante⁸⁴ mediante el que intentamos visualizar constantes y diferencias entre las distintas radios. El estudio de casos tiene una amplia tradición en las ciencias sociales. Coller afirma que “un caso es un objeto de estudio con unas fronteras más o menos claras que se analiza en su contexto y que se considera relevante bien sea para comprobar, ilustrar o construir una teoría o una parte de ella, bien sea por su valor intrínseco”⁸⁵.

Nos basamos en un muestreo teórico para la elección de los casos. “*El muestreo teórico es el proceso de la recolección para generar una teoría por la*

⁸⁴ Glasser y Strauss. Op cit.

⁸⁵ Coller, X. Cuadernos metodológicos. Estudio de casos. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, 2000.

*cual el analista conjuntamente selecciona codifica y analiza su información y decide que información escoger luego y donde encontrarla para desarrollar su teoría*⁸⁶.

Las posibilidades de comparación son múltiples, por lo tanto las radios fueron elegidas de acuerdo con un criterio teórico, que se definió a partir del primer momento de trabajo de campo y el marco teórico que guía el trabajo. Es decir, *“nuestros criterios son aquellos de propósito teórico y de relevancia, no de circunstancia estructural. Aunque limitado por la misma circunstancia estructural de investigación, no basamos la investigación en ellas*⁸⁷.

Con el fin de comprender las prácticas cotidianas de las radios comunitarias se realizó *observación* del funcionamiento y las actividades institucionales. Entendiendo la observación como una herramienta de relevamiento que permite recoger información detallada y de primera mano sobre las prácticas sociales de recepción en contextos determinados. Es uno de los caminos a recorrer para comprender los mapas de significación que guían las acciones de los actores sociales en los ámbitos en los que están insertos.

Cada radio fue visitada durante dos, en los cuales se pusieron en juego distintas herramientas de relevamiento las cuales intentaron avanzar en la comprensión desde la propia dinámica institucional, y que fueron elaboradas en relación con cada una de las radios.

*“En el muestreo teórico, ninguna clase de datos sobre una categoría ni ninguna técnica para la recolección de datos es necesariamente apropiada. Diferentes clases de datos dan al analista diferentes puntos de vista o visiones a través de los cuales comprender una categoría y desarrollar sus propiedades (...) Una razón para esta apertura en la investigación es que, cuando está obteniendo datos sobre grupos diferentes, el sociólogo [investigador] trabaja bajo las variadas condiciones estructurales de cada grupo (...) Claramente para tener éxito debe ser flexible en sus métodos y en sus medios de recolección de los datos de un grupo a otro*⁸⁸

⁸⁶ Glasser y Strauss. Op Cit

⁸⁷ Idem

⁸⁸ Idem

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, consideramos en principio algunas de las herramientas de relevamiento:

- Entrevistas en profundidad de los fundadores, directores y/o referentes de cada una de las radios, la idea fue, a partir de una charla abierta, recuperar la historia de la radio, las vertientes o fundamentos que los guían, los objetivos funcionales, los cambios e hitos relevantes. La elección de este instrumento prioriza la palabra del actor social, ya que, como señala Franco Ferraroti⁸⁹: *“Toda praxis humana individual es actividad sintética, totalización activa de todo un contexto social”*.

- Análisis de contenido de material bibliográfico de las instituciones: actas de fundación, documentos, proyectos realizados y en ejecución, etcétera, con el fin de recuperar la historia de las instituciones, los objetivos de fundación, las nociones que allí aparecen, etcétera.

Los ejes que guiaron las visitas fueron:

- Origen de la radio
- Objetivos
- Sostenibilidad institucional y económica
- Vinculación con organizaciones sociales
- Practicas institucionales
- Situación tecnológica
- Organización interna
- Situación jurídica
- Relación con FARCO
- Participación de la audiencia y de la comunidad

La visita a las radios se desarrolló con muy poca alteración de los tiempos previstos. Al no contar con la primera etapa concluida la elección de los casos resulto más dificultosa. Se intento mantener el criterio de diversidad, basándonos en los datos obtenidos y el conocimiento de las radios.

⁸⁹ Citado por Radulich, Graciela y Lucila Trufo. “Herramientas metodológicas para el diagnóstico, la planificación y la gestión de procesos comunicacionales”. UNLP, 1999. Mimeo

| Objetivos específicos | Técnicas de relevamiento |
|--|--|
| 1. Definir aspectos estructurales de las radios comunitarias y populares en Argentina | Encuesta a todas las radios de FARCO |
| 2. Caracterizar el origen y la historia de las radios comunitarias y populares en nuestro país | Rastreo bibliográfico Análisis de documentos |
| 3. Caracterizar el origen y la historia del Foro Argentino de Radios Comunitarias –FARCO- | Rastreo bibliográfico Análisis de documentos Entrevistas (casos) |
| 4. Relevar las diferentes practicas institucionales de las radios comunitarias y populares en su relación con la comunidad | Entrevistas (casos) Observación (casos) Análisis de documentos (casos) |
| 5. Identificar las nociones comunicacionales y educativas de las radios comunitarias y populares | Entrevistas (casos) Observación (casos) |
| 6. Conocer la pertenencia y grado de participación de las radios comunitarias y populares a organizaciones, redes, asociaciones nacionales, regionales e internacionales | Encuesta Entrevistas (casos) |
| 7. Describir las representaciones que los actores de las diferentes radios comunitarias y populares tienen de ellas | Entrevistas (casos) |

Los casos

Radio Revés

Origen de la radio

Radio Revés es la radio de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, está en el aire desde el mes de mayo de 2001, actualmente con una programación de 15 horas diarias. Transmite con una potencia de 1 KW., y llega a casi todos los barrios de la ciudad de Córdoba y a varias ciudades vecinas en un radio aproximado de 30 kilómetros a la redonda.

Esta experiencia surge desde un grupo de alumnos, en su mayoría parte del Centro de Estudiantes, y algunos docentes de la institución, recuperando experiencias anteriores. En este sentido sostienen, *“la Radio es producto no de la voluntad de un grupo, sino de las experiencias acumuladas históricamente en la Escuela y en otras radios de Córdoba y el país, del aporte de docentes y capacitadores, del trabajo sostenido de muchos estudiantes, del apoyo de ciertos espacios de dirección, de la confianza de grupos y espacios culturales, organizaciones sociales y radios comunitarias, alternativas y universitarias de todo el país”*⁹⁰.

Los fondos necesarios para solventar la instalación de la radio fueron compartidos por la Escuela y por los alumnos, quienes organizaron fiestas, rifas, bonos contribución con lo que compraron parte de los equipos que fueron donados a la Escuela para la instalación de la radio.

*“Radio Revés está dirigida a públicos universitarios y profesionales, sectores medios de la población cordobesa con capacidad de acceso a una diversidad de propuestas culturales, educativas y comunicativas, y que no encuentran espacio en las radios actuales”*⁹¹. Esta opción marca una diferencia con otras radios ya que se dirige a niveles medios y a los que una alternativa. Es importante destacar que Radio Revés trabaja especialmente el tema de lo alternativo, lo cual se manifiesta especialmente en la música.

⁹⁰ Radio Revés. Documento interno.

Objetivos

En su nacimiento Radio Revés se propone:

1. Responder a las necesidades de escucha radiofónica y comunicativas del público del campo crítico en general.

2. Construir un escenario mediático que imprima visibilidad pública a los más diversos actores de la sociedad civil cordobesa no contemplados como actores comunicativos, sociales ni políticos por las radios comerciales en particular, y la comunicación hegemónica en general; interpelando a la sociedad política y otras instancias de poder desde el campo crítico de la sociedad civil.

3. Abordar y ensanchar la agenda de temas públicos fijados por el poder, los medios de comerciales, la cultura y el poder hegemónico en general, con voces y perspectivas independientes del Estado, partidos y –en general– poder político, económico e institucional.

4. Capacitar técnica y críticamente al estudiantado en el ámbito de la actividad radiofónica en particular, y en los niveles de la comunicación social en general; fomentando la concepción estética, la investigación periodística, el compromiso y la ética social en la comunicación radiofónica.

5. Coordinar las tareas en el medio con las cátedras que abordan las temáticas específicas de la radio y con el plan educativo de la licenciatura en general.

“La Radio es un espacio de experimentación de lo nuevo que nace en las aulas, pero también un oído atento a lo que sucede en las casas, en los barrios, en las instituciones. Radio Revés integra en su programación la información e investigación periodística con un perfil crítico, nuevas alternativas musicales y artísticas, las voces de diversos actores y personalidades de nuestro país, y apuesta al desarrollo de formatos y lenguajes innovadores a partir de los trabajos realizados desde la Escuela de Ciencias de la Información. Es una Radio hecha fundamentalmente por jóvenes, que se

⁹¹ Idem

propone abrir el diálogo generacional para construir una audiencia plural y diversa

Porque Radio Revés integra también en su programación el trabajo de grupos, instituciones y organizaciones de nuestra ciudad, que producen sus propios programas a lo largo de la semana.”⁹².

Sostenibilidad institucional y económica

La sostenibilidad institucional y económica de la radio se respalda en la pertenencia a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, lo cual le asegura recursos humanos (alumnos y docentes), recursos materiales mínimos (computadoras, todos los servicios, internet, espacio físico, etcétera), y continuidad institucional.

La radio se mantiene del apoyo institucional, la Escuela brinda el lugar y todos los servicios; distintos festivales; bonos contribución; y un aporte de 20\$, que puede ser pagado en trabajo o insumos para la radio, de los programas independientes.

Es importante destacar que la Radio no cuenta con personal rentado, sólo existen becas para el comedor universitario que utilizan los operadores, y se está gestionando que la universidad pague 2 becas de trabajo que también estarán destinadas a los operadores quienes deben garantizar, en última instancia, la salida al aire. También está previsto que los integrantes de la dirección de la radio reciban algún aporte, pero hasta el momento no fue posible, ya que la radio no cuenta con ingresos suficientes.

La falta de recursos económicos y el trabajo voluntario dificultan la gestión y la continuidad durante los periodos no escolares, como mencionamos anteriormente⁹³.

Vinculación con organizaciones sociales

Desde su inicio la radio ha intentado relacionarse con distintas organizaciones sociales, logrando una incipiente relación que incluye la

⁹² ¿Qué es Radio Revés?. En: www.radioreves.com.ar

participación de distintas organizaciones (CISPREN, Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, Hijos) en diversos programas.

En la fundamentación del proyecto se sostiene: “...*tareas de intervención social, intentando establecer vínculos con las organizaciones de la sociedad civil, es decir, con aquellas iniciativas populares nacidas a partir de las más diversas reivindicaciones, temáticas e inquietudes (sindicales, sociales, artísticas, culturales, derechos humanos, ecología social, jóvenes, barriales y villeras, cristianismo de base, instituciones de promoción popular, grupos de estudio, etc)*”.

Se han montado radios abiertas en distintas manifestaciones sociales (escarches, 24 horas de arte, actividades por el 24 de marzo entre otras) acompañando y apoyando a las organizaciones sociales de la región.

Prácticas institucionales

Revés además de la salida al aire realiza charlas y debates sobre la radio y la comunicación popular⁹⁴, como también acompañó la puesta en marcha de un proyecto de una radio comunitaria en el Norte de la provincia, Radio Comunitaria San Cayetano de Serrizuela, realizando dos pasantías con jóvenes de Serrizuela en Radio Revés y con viajes regulares de miembros del equipo informativo para capacitar en producción periodística.

Al momento de nuestra visita se desarrollaba un proyecto de trabajo y vinculación con bibliotecas de no-videntes. Para esto, como primer actividad, cada programa de la radio debía grabar por lo menos un cuento para la biblioteca.

Su pertenencia a otra institución, como la Universidad, dificulta delinear las prácticas y actividades propias de la radio, como radio popular y comunitaria, y las de la institución, como puede ser la extensión universitaria.

Situación tecnológica

⁹³ Este punto fue abordado en el apartado sobre personal voluntario y rentados

⁹⁴ Jornada de debate sobre políticas de comunicación en la Argentina. 1978-2002: LA LEY DEL MÁS FUERTE. Escuela de Ciencias de la Información. 23 de noviembre de 2002

La situación tecnológica de la radio es precaria, no se cuenta con los recursos económicos suficientes para mejorar el estudio y los equipos. El estudio, usado anteriormente para producciones curriculares, es muy pequeño y no cuenta con el aislamiento acústico necesaria.

Organización interna

La conducción de la radio está integrado por un docentes, graduados y estudiantes y recientemente la radio pasó a depender institucionalmente de la Secretaria de Extensión de la Escuela.

Su organización interna se basa en un cuerpo directivo de 9 personas, que tiene a cargo las distintas áreas de trabajo, que se reúnen regularmente. Cuentan con tres plenarios anuales donde participan todo el equipo de la radio y todos aquellos miembros de la Escuela que quieran sumarse, es en este ámbito donde se toman las decisiones más significativas.

Situación jurídica

Revés realizó una presentación ante el COMFER pidiendo se le conceda una licencia como radio universitaria, la cual fue negada argumentándose que la Universidad de Córdoba ya cuenta con una señal⁹⁵.

Relación con FARCO

La vinculación con FARCO surge a partir de una búsqueda de su propia identidad. Al interior de la radio es una discusión si son o deben ser una radio Universitaria o una radio popular y comunitaria. A partir de esta búsqueda se vinculan a otras radios participando de encuentros de radios universitarias y de la asamblea de Farco, aquí deciden que poco los une a las radios universitarias más allá del ámbito y que comparten una opción comunicacional y social con las radios que conforman Farco. *“La identidad la fuimos construyendo a los*

⁹⁵ La Radio de la Universidad de Córdoba es gestionada por el rectorado, y la Escuela de Ciencias de la Información no tiene participación.

tumbos y en vinculación con otros”, afirma uno de los miembros del grupo directivo.

Hoy se definen en conjunto con las radios de FARCO pero saben que deben respetar su origen y particularidad de ser una radio universitaria, o mejor dicho hecha por universitarios y perteneciente a la Escuela de Comunicación.

Participación de la audiencia y de la comunidad

Una de los rasgos característicos de Radio Revés es su naturaleza participativa y abierta, actualmente participan del grupo estable alrededor de 40 personas, sumando 150 con las producciones independientes. *“La naturaleza participativa es un rasgo central en la misión de Radio Revés. Así, cuando se plantea promover el dialogo de los saberes académicos con los saberes de los sectores populares, se torna fundamental el desarrollo de mecanismos democráticos que intervengan en las relaciones comunicativas y en la toma de decisiones”.*

Encuentro

Origen de la radio

Radio Encuentro comienza sus transmisiones el 20 de abril de 1991. Funciona en la ciudad de Viedma, actualmente en Guemes 133, y se encuentra en el 103.9 del dial. La radio tiene una fuerte inserción en la región, no sólo como medio de comunicación sino también como entidad de apoyo a las organizaciones sociales.

La radio pertenece a la Fundación Alternativa Popular en Comunicación Social, Organización de derecho privado (no gubernamental) sin fines de lucro, con Personería Jurídica reconocida por Decreto del Poder Ejecutivo de Río Negro N° 460/90, inscripta en el Centro Nacional de Organizaciones Comunitarias (CENOC) con el N° 680.

Encuentro nace vinculada a sectores ligados a la Iglesia Católica. Esteban Hesayne, entonces obispo de la Diócesis de Viedma, quien crea la

fundación que dará origen a la radio. Una vez creada la fundación Hesayne se aparta, funcionando de forma totalmente independiente y autónoma de la estructura eclesial.

Radio Encuentro nunca se constituyó como radio católica, sino que pensándose desde los valores cristianos se pone al servicio de los sectores populares.

Objetivos

El objetivo institucional de la Fundación y de la radio es democratizar la palabra y darle posibilidad de expresión a los sectores más pobres y vulnerables. Para eso es indispensable que esa palabra se exprese en un medio con “reconocimiento social”. Que no sea sólo lugar de expresión de los pobres, sino un medio de comunicación con legitimidad y reconocimiento social.

En el Estatuto de constitución de la Fundación se establece:

- Promover y posibilitar el ejercicio del Derecho a la comunicación de los sectores populares
- Promover a través de los medios de Comunicación, el respeto a la dignidad de todo el hombre y todos los hombres, varones y mujeres.
- Promover en la sociedad los valores de la Justicia, la Libertad, la Solidaridad y la paz, desde los medios de comunicación
- Fomentar la igual dignidad de todos los hombres, posibilitando el acceso de todos a los Medios de Comunicación Social
- Fomentar la formación en Comunicación Social
- Promover la formación de Comunicadores
- Promover medios de Comunicación social donde los protagonistas sean los pobres y los sectores populares
- Promover una actitud crítica ante los Medios de Comunicación
- Realizar estudios y análisis sobre comunicación y medios
- Crear y operar medios de Comunicación alternativos y populares
- Promover y colaborar con la presencia y acción evangelizadora de las Comunidades Cristianas en los Medios de Comunicación

Sostenibilidad institucional y económica

Hoy, después de más de 10 años al aire, la radio cuenta con un plantel importante de personal rentado permanente, tecnología digital, varias computadoras (algunas de ellas al servicio de los talleres que brinda), edificio propio⁹⁶ y una cabina de transmisión en un barrio. Sin embargo, vivió momentos de graves crisis económicas, que se fueron superando y permitieron un paulatino crecimiento.

Tuvo momentos donde se mantuvo exclusivamente de la publicidad, aunque la crisis en la provincia, la prostitución del mercado publicitario y el mismo crecimiento del proyecto de la radio hizo que se busquen mecanismos alternativos.

La radio ha tenido importantes aportes de la cooperación internacional. El aporte más significativo fue el capital inicial para la instalación de la radio (equipos, antena, móvil) y, durante principios del año 2001, parte del dinero necesario para la compra de la casa propia.

También ha sido importante el financiamiento conseguido a partir de distintos programas sociales, de los cuales la radio se ha presentado en los concursos y ha logrado que les sean otorgados. De esta forma ha realizado proyectos de prevención del SIDA, financiado por LUSIDA; trabajos con jóvenes, financiados por el PROAME; y le acaba de ser aprobado un proyecto para el financiamiento de trabajo con mujeres de los barrios.

Vinculación con organizaciones sociales

Radio Encuentro entiende *“la radio como un medio importante para construir poder popular. El reconocimiento social y la inclusión desde un proceso comunicacional integrador es el eje del trabajo de la radio, que apuesta al trabajo junto a otros proyectos sociales que compartan estos objetivos”*.

La Radio es reconocida y valorada desde las distintas organizaciones

⁹⁶ En este momento se están ampliando las instalaciones, construyéndose un aula.

sociales (juntas vecinales, organización de desocupados, sindicatos, mapuches, chilenos, entre otras organizaciones) y a funcionado como mediador entre las demandas de los sectores más excluidos y los distintos niveles del Estado, en especial el Municipio y la Provincia. Muchas organizaciones cuentan con espacios propios dentro de la programación, y otro participan de los distintos espacios de la radio.

“En el camino de construcción de poder popular, creemos que las radios comunitarias deben dejar de ser marginales y competir en el mercado radiofónico”. En el último sondeo de audiencia realizado por docentes y estudiantes del Centro Universitario Zona Atlántica y financiado por la Asociación Latinoamericana de Educación en Radiofónica (ALER), Radio Encuentro está primera en audiencia con un 32 % de escucha. De esta manera se convierte en un espacio de disputa a los discursos dominantes, con fuerte incidencia en la opinión pública.

Practicas institucionales

En el marco del proyecto social de la radio, se comenzó a trabajar hace más de un año con la creación de un Centro de Expresión Juvenil. El proyecto fue presentado y aprobado por el ProAme (Programa Nacional de Atención al Menor).

Hoy la radio cuenta con un estudio de transmisión en el barrio conocido como 1016 viviendas⁹⁷, uno de los barrios más pobres y empobrecidos de Viedma. Desde allí un grupo de jóvenes producen y realizan programas radiales. Para esto son capacitados en computación, audio digital, operación técnica y producción de radio.

Los jóvenes del barrio *“están y se sienten excluidos porque al no ser consumidores se los considera marginales y por tanto siempre sospechosos como potenciales delincuentes. Ellos van adoptando y asumiendo ese rol que la sociedad les asigna. Nos proponemos romper al menos en parte, o con un grupo, ese círculo de exclusión”.* Por lo que *“el objetivo de esta propuesta es*

⁹⁷ El barrio fue construido para albergar a los obreros que construirían la “nueva capital federal” en el año ‘86. La vida útil de esas viviendas estaba planificada para 5 años y hoy viven, más de 15 años después de iniciada la construcción, unas 6.000 personas.

que los adolescentes de sectores pobres tengan un espacio de expresión, de comunicación, de encuentro y en él tengan contención psicológica, afectiva y capacitación laboral. Un espacio de inclusión y de reconocimiento social de sus propios saberes, para ser capaces de elaborar un 'proyecto de vida' y fortalecer su identidad".

Situación tecnológica

Encuentro cuenta con un estudio equipado con tecnología digital y aislación acústica.

Tiene 12 computadoras preparadas para edición digital (dos conectadas a internet de forma permanente) que son utilizadas para el funcionamiento de la radio (producción, salida al aire, tareas administrativas) y para los cursos de capacitación.

La radio esta conectada al sistema satelital de ALER, envía despachos y recibe la información diariamente. Cada día se cuenta con informativos latinoamericanos de ALER Satelital, e internacionales a través del servicio informativo de Radio Nederland desde Holanda. Lo local y lo global se integran de esta manera a la programación de la radio, recurriendo a otras radios comunitarias del país para cubrir hechos relevantes en otras localidades.

Organización interna

Radio Encuentro tiene un plantel de 12 personas rentadas y un importante grupo de voluntarios.

La radio cuenta con un director y se realizan distintas reuniones generales para definir el rumbo de la radio, aunque estas no se realizan con tiempos establecidos.

El programa con jóvenes, el proyecto actual más importante que se lleva, cuenta con un coordinador propio que forma parte del equipo de la radio. Si bien del proyecto participan casi la totalidad del equipo, también se integra otra gente, por lo que se coordina de manera autónoma con periódicos encuentros. El proyecto mujer, a ser puesto en marcha, también contará con un coordinador propio.

Situación jurídica

Radio Encuentro se encuentra en juicio con el Estado Nacional por impedirle, como asociación sin fines de lucro, acceder a una frecuencia. Contando desde hace varios años con un amparo judicial.

A pesar del amparo judicial que rige sobre la frecuencia, ésta fue llamada a concurso, medida que tiene que ser vuelta a tras por orden directa de la justicia ante la denuncia de Radio Encuentro.

Relación con FARCO

Radio Encuentro es una de las radios fundadoras de la Asociación Norpatagónica de Radios Populares, que será una de las asociaciones que funda la Federación Argentino de Radios Comunitarias, que luego se convertirá en el Foro Argentino de Radios Comunitarias.

Desde su fundación Radio Encuentro a participado de manera activa en FARCO, formando repetidas veces parte de su mesa directiva, actualmente ocupa el cargo de Presidente.

Participación de la audiencia y de la comunidad

La participación del público encuentra distintos mecanismos, uno de ellos es el móvil de la radio que recorre permanentemente los barrios recogiendo las inquietudes y necesidades de los vecinos y sus organizaciones. Los vecinos piden y reclaman el móvil, tanto para convocar como para difundir sus distintas actividades y reclamos. El móvil es reconocido y valorado por la gente de los barrios, y se convirtió en un elemento característico y diferenciador de la forma de entender y hacer comunicación de Radio Encuentro: Es el medio el que se moviliza hasta los barrios y sus organizaciones, la gente es el centro de la vida de la radio, por lo tanto es la radio la que va así ellos y no la gente así la radio.

El móvil también funcionó por mucho tiempo, hoy no se cuenta con las bocinas necesarias, para convocar a las actividades de organizaciones e

instituciones barriales, como así también para marchas y celebraciones religiosas. Era un elemento más a disposición de los vecinos y las organizaciones.

Radio Comunitaria Bajo Flores

Origen de la radio

Durante el transcurso de esta investigación Radio Comunitaria Bajo Flores dejó momentáneamente de salir al aire por problemas con su transmisor. De todas formas considero un caso importante a destacar, además de tener la plena convicción que la radio volverá a salir al aire.

Radio Comunitaria Bajo Flores empieza a transmitir en marzo de 1996 desde la cocina del comedor Enrique Angelelli ubicado en el límite de la Villa 1-11-14 del barrio de Bajo Flores de la Ciudad de Buenos Aires. Pero la historia no empieza ahí...

El grupo fundador de la radio son “viejos militantes sociales”, como señala Eduardo uno de los referentes y miembros del equipo de coordinación, que militaron durante muchos años en el Partido Justicialista convirtiéndose en referentes políticos importantes en el barrio.

En 1989, luego de la asunción de Carlos Menem como Presidente de la Nación renuncian al partido y fundan el comedor Enrique Angelelli. *“Empezamos con una olla popular, o sea leña, ir a los comerciantes manguearles el arroz, la carne, hacer el guiso y ahí empezó el proyecto, pero como nosotros veníamos con el tema de la militancia social teníamos en la cabeza de la dirección política, la organización, siempre tuvimos en claro que la cosa no tenía que tener el límite de cumplir con el tema de alimentación y el asistencialismo, o sea la organización del barrio y todo eso.”*

La preocupación por la organización y la vida del barrio los llevó a publicar una revista para *“comunicar las actividades de las instituciones, del apoyo escolar, talleres que había”*. Al poco tiempo de editada se unen con otro

grupo que venía haciendo paralelamente el mismo trabajo. Ambos grupos editan durante 6/7 meses “Voces y miradas del Bajo Flores”. La revista tiene un fuerte impacto entre los vecinos, *“inmediatamente como empezó un ida y vuelta con los vecinos se dio impulso, te impulsa a construir un medio”*, es ahí, ante la necesidad de los propios vecinos del barrio surge la idea de fundar la radio. El primer paso fue ‘Radio 1-11-14’, una propaladora que dura 2 años y se escucha en el interior de la villa.

Es ese grupo el que el 11 de mayo de 1996 sale al aire en el 88.1 de frecuencia modulada, *“nosotros en principio transmitíamos de la cocina del comedor Angelelli sacando la antena por la ventana, con un trasmisor de 10 vatios, después con el tiempo hubo compañeros y compañeras que empezaron a dedicar su tiempo y sus ganas a construir la radio, un poco nos fuimos tomando distancia de lo que es el grupo Comunitario Angelelli, por lo que es el proyecto de comunicación, que es muy diferente a un comedor infantil a una guardería, si bien estamos trabajando siempre, cotidianamente con ellos, ya la radio tomo un proyecto, un proyecto separado de comunicación, igual hoy día después de muchas idas y vueltas, después de muchos tropiezos y muchas circunstancias, hoy estamos acá en el edificio de la radio que cuenta con un local y dos pisos, con 35 programas al aire, la mayoría hechos por vecino del barrio e instituciones, con un Consejo de Coordinación y con un ámbito donde se reúnen todos los compañeros de la radio”*.

Después de su paso por el comedor, empiezan a transmitir desde un pequeño espacio que les presta un vecino del barrio, hasta que finalmente logran construir entre todos la actual casa de la radio. Es importante destacar que la construcción se realizó sin ningún tipo de apoyo externo, los vecinos del barrio fueron aportando material y la mano de obra necesaria. Esta construcción colectiva ayudó a que los vecinos del barrio sientan a la radio realmente como propia, que es su radio.

La radio empieza a salir al aire con un pequeño transmisor donado de 10 vatios. Al poco tiempo salen al aire con un transmisor de 400 vatios con el que venían transmitiendo hasta septiembre.

Objetivos

Consideran a la radio como una herramienta, *“un medio que con el tiempo nos dimos cuenta que organiza a la gente, junta a los vecinos, va rompiendo minimamente, este es un barrio que como todos los barrios humildes esta fraccionado entre los mismos barrios, entre las mismas colectividades, Bajo Flores es un barrio donde hay colectividades, esta la Boliviana, la Paraguaya, la Uruguaya, la chilena, la argentina y la peruana que es muy grande también, y que esta fragmentado esta cada uno con su cultura, con sus historias, con sus problemas. La Radio lo que hace minimamente es romper eso, y con los jóvenes también. Tener el micrófono es una herramienta que si se utiliza bien es muy poderosa, nos hace tomar conciencia de que podemos armar un destino en común”*.

El objetivo de la radio es constituirse como la radio del barrio. Desde la fundación de la radio se intento *“que sea la radio del barrio y que el día de mañana sea el propio barrio, los vecinos que se adueñan del medio y que la lleven adelante, que la dirijan, que hagan la producción, la programación” lo vamos logrando de a poquito.*

Esta apropiación de la radio es lo que la diferencia de las radios comerciales y las constituye como comunitaria. En este sentido señalan: “la diferencia con otros medios me parece que reside en eso, en que esta radio realmente los vecinos se adueñaron del medio y que la hacen comunitaria, o sea, no podríamos ser otra cosa. Son los vecinos los que ponen el esfuerzo, ponen el hombro, ponen las ganas, la defienden, la producen, porque ahí reside la principal diferencia. Esperemos que siempre sea así, es un desafío, pero en este ultimo tiempo también nos estamos encontrando con otras radios que nos muestran que es posible”.

Sostenibilidad institucional y económica

El 12 de septiembre del 2003 FM del Bajo Flores se quedó sin aire, el transmisor con el que funcionaban se quemó por un pico de tensión provocado por la empresa de energía.

Pero el proyecto no se fundió, se fortaleció. Los vecinos del barrio se movilizaron y se sumaron a pensar alternativas para salir de la crisis.

La primera acción fue juntar plata para pintar el frente de la radio, inaugurando una nueva etapa. Este dato cuasi pintoresco, da cuenta de la apropiación que hace la gente del barrio de la radio.

Entre los vecinos y el equipo de la radio se decidieron los pasos para volver a poner la radio al aire. Se recolectaron firmas en todo el barrio, se organizó una rifa y se realizaron radios abiertas desde distintos puntos.

FM ALAS les prestó un transmisor. El mismo transmisor, cedido por FM La Tribu, que años atrás les permitió salir al aire cuando el COMFER les precintó los equipos.

La cantante popular Mercedes Sosa donó una consola, micrófonos, placas acústicas y una computadora. El año pasado conoció la radio cuando participo del festival en reclamo del esclarecimiento del crimen de Ezequiel De Monti.

Los jóvenes del barrio recurrieron a su fe para apoyar el trabajo de la radio y fueron a la peregrinación a Luján portando una bandera de la radio (que fue bendecida cuando llegaron a la Catedral).

Es un medio que se sostiene del trabajo voluntario y un pequeño aporte de los programas independientes, que pagan a partir de la publicidad obtenida. No han recibido ningún tipo de subsidio, donación o aporte de la cooperación internacional, más allá de los aportes de los vecinos del barrio, hasta el aporte en equipamiento de Mercedes Sosa.

La radio pasa publicidad, aunque tiene muchas dificultades para conseguir anunciantes. Los comercios del barrio publicitan en la radio, pero es muy poco el aporte que pueden realizar, en general el pago es mediante el sistema de canje.

Ciudad de Buenos Aires los convocó, el año pasado, para darles publicidad oficial, ya que por una ordenanza municipal es deber del gobierno de la ciudad repartir un porcentaje de la publicidad en los medios barriales, sin embargo las otras radios se negaron que se les conceda publicidad por no tener su situación legal regularizada. Fueron las mismas radios las que impusieron la condición de tener licencia otorgada, PPP o medida cautelar ante

la justicia.

Vinculación con organizaciones sociales

La radio mantiene una fuerte vinculación con las distintas colectividades del barrio (peruanos, bolivianos, uruguayos), con sus organizaciones primarias o con sectores representativos.

La radio es reconocida por las distintas organizaciones del barrio. Forma parte junto a otras organizaciones del proyecto para adolescentes del Bajo Flores e integran la Comisión de Derechos Humanos, formada a partir del asesinato de Ezequiel Demonti.

Prácticas institucionales

“Tenemos el laburo además del radiofónico el social, tenemos escuela de fútbol, talleres de plomería, taller de electrónica, además también integramos una red que es la de adolescentes de Bajo Flores, donde hay diferentes instituciones, y ahora estamos laburando también con la comisión de derechos humanos del barrio, pero bueno en un primer momento fue la fundación de este espacio que fue en el 89 y siempre tuvimos en la cabeza el tema de relacionarnos con otras instituciones”.

Situación tecnológica

La situación tecnológica de la radio era muy precaria. El estudio no contaba con aislamiento acústico, los micrófonos, consola y transmisor eran de baja calidad y habían podido adquirir una antena que no la podían instalar por falta de recursos. Sin embargo, luego de verse obligados a salir del aire por la quema del transmisor, con mucho esfuerzo y colaboraciones volverán al aire con un mejor equipamiento (consola, transmisor, micrófonos, se monta la antena) e instalaciones (aislamiento del estudio y mejoramiento del frente de la emisora).

Organización interna

De la conducción de la radio participan todas las colectividades que viven en el Bajo Flores. Este hecho responde a una decisión política de garantizar que los distintos pueblos cuenten con representación para que todos sienten a la radio como propia. También participan de la conducción los operadores y las mujeres.

La idea es que todos los grupos que participen y hacen la radio formen parte de su conducción que se reúne semanalmente y que decide sobre el funcionamiento de la radio.

Esta forma de organización responde a que consideran que *“los sectores populares no sólo tienen que estar en el aire, sino en la dirección y producción de sus medios”*.

Situación jurídica

Bajo Flores no a realizado tramites para la obtención de la licencia, ya que el impedimento legal los obliga a accionar judicialmente para lo que no cuentan con los fondos necesarios para contratar a un abogado.

Relación con FARCO

FM Bajo Flores participa activamente de FARCO, ya que consideran que juntarse con otros les permite dar un paso para salir de la marginalidad que los condena vivir en un barrio humilde y que sean los pobres los que hagan radio, *“si no nos integrábamos el proyecto iba a estar condenado al enanismo, nunca iba a crecer”*.

La vinculación con FARCO les permitió verse reflejado en otras radios, que con otras características, otros sectores, tenían una cantidad de cosas que los hacia iguales: *“las ganas de construir un medio alternativo, un medio que este por afuera de los medios masivos de comunicación, eso nos hace sentir que estamos haciendo algo que se puede, se puede construir”*.

Participación de la audiencia y de la comunidad

La comunidad es parte activa y constitutiva de la radio. Son los jóvenes, las madres, los vecinos del barrio los que hacen día a día los distintos programas de la radio.

Como señalabas anteriormente, es el objetivo de los que fundaron la radio que la gente se la apropie como propia. Mucho se ha logrado en este sentido y tomo visibilidad con la salida del aire de la radio.

Pocahullo

Origen de la radio

El comienzo de FM Pocahullo difiere bastante de otras experiencias de radios populares y comunitarias en Argentina. Esta radio originalmente nació para ser comercial, más precisamente, para estar al servicio de los intereses políticos de sus dueños. Sin embargo la comunidad de San Martín de los Andes hizo que la historia sea otra.

Pocahullo transmite hace más de 12 años, sale al aire el 2 de enero de 1991 en la ciudad de San Martín de los Andes, Provincia de Neuquen. La radio pertenece a 160 miembros de la Asociación Civil sin fines lucro Don Jaime De Nevares, que aportaron 60\$ cada uno para la compra de los equipos. Sus dueños originales decide cerrar la radio ante una elección que no le es favorable, y los trabajadores convocan a los oyentes a comprar y mantener el medio de comunicación.

La primera organización que se forma para la compra de los equipos es una cooperativa de prestación de servicio. Los gravámenes impuestos por el entonces ministro Domingo Cavallo hacen que se tenga que optar por una nueva figura jurídica

Objetivos

Sostenibilidad institucional y económica

El equipo de la radio esta compuesto totalmente por personal voluntario. En algún momento se logró una pequeña renta, la cual se dividió en partes iguales para todos los trabajadores.

Pocahullo, al igual que la mayoría de las radios de FARCO, no ha contado con apoyo externo, ni subsidios de organismos nacionales ni internacional.

La radio se financia exclusivamente mediante la publicidad y la realización de fiestas y peñas. A pesar de ser la publicidad su mayor entrada de ingresos señalan dificultades para la conformación y funcionamiento del departamento de publicidad.

Vinculación con organizaciones sociales

Una parte significativa del equipo de trabajo de la radio participa de forma activa en otras instituciones y organizaciones de la comunidad, por lo que la relación es sumamente fluida. Por mucho tiempo esta era una obligación para ser parte del equipo de la radio. Entre otras organizaciones podemos mencionar: los jóvenes Mapuches, los desocupados, los empleados estatales.

Prácticas institucionales

Desde su fundación la radio trabaja con mucha fuerza en el ámbito local, crea una nueva ordenanza de juntas vecinales, cambia una fuerte discriminación hacia los extranjeros, en especial hacia los chilenos; se logra crear otra organización, la organización interbarrial, y se logra poner todos los servicios en los barrios.

La radio realiza un importante trabajo de acompañamiento el pueblo Mapuche. Sus reivindicaciones, sus luchas y su música tienen un importante espacio en la programación. Incluso funciona como lugar de encuentro y comunicación con la comunidad Mapuche que vive sobre la montaña, con quienes se comunican mediante un equipo de radio VHS.

Para Pocahullo la construcción en red es una prioridad, así como el surgimiento de otros medios de comunicación populares. Por esto han acompañado y promovido la puesta en marcha de una radio en Junín de los Andes, “FM Che”, aportando asesoramiento y capacitación. También acompañan y trabajan en conjunto con un periódico de Villa La Angostura, La Voz de los vecinos.

Otra apuesta, en este sentido, es la agencia de noticias Mapuches, Toqui (tecnologías Organizadas Que Unidas Informan), realizada a partir del proyecto de comunicación popular realizado junto a otras organizaciones y comunidades mapuches. El objetivo de esta agencia *“es elaborar una herramienta de apoyo a la lucha del Pueblo Nación Mapuche en la recuperación de su Territorio y los Derechos como Pueblo Originario”*.

También cuenta con una biblioteca y realiza otras actividades como festivales, talleres de periodismo, charlas-debates, entre otras.

Situación tecnológica

La radio cuenta con tecnología digital, así como con la antena y receptor satelital, el cuál no han podido instalar por las sucesivas mudanzas que tuvo que hacer la radio.

Tiene una computadora, que es utilizada para la salida al aire, ya que la otra fue “robada”.

Organización interna

Hoy trabajan en la radio más de 80 personas. Todos aquellos que realizan algún programa en la radio deben participar, como mínimo, de dos reuniones de coordinación semanales. Estas reuniones son consideradas el gobierno de la radio y en ellas se toman las distintas decisiones institucionales, de ellas también participan oyentes de la radio.

Todo el equipo elige tres personas encargadas del directorio de la radio, las cuales pueden ser revisadas todas las veces que se crea necesario.

Cada 6 meses se realiza talleres de capacitación y de renovación de la programación, donde participan todos aquellos que llevan adelante un

programa y los que quieran tener un programa. Todos los programas son evaluados teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la producción, el mensaje y los valores. Las críticas son escritas y son elementos de evaluación para los próximos talleres, si no se mejoro se cambia de horario o se achica o se levanta el programa

Existen cinco departamentos: informativo, administrativo, creativo, de creatividad y de publicidad. Cada departamento tiene la obligación de crear equipos de trabajo y hay un encargado o coordinador.

Situación jurídica

Pocahullo fue decomisada por el Comfer y miembros de la Gendarmería Nacional. La gente de San Martín de los Andes, quiso impedir el decomiso, juntándose en la puerta de la radio. Para que la situación no genere mayores inconvenientes, parte del equipo de la radio pidió a la gente que permita la salida de los funcionarios.

La radio estuvo sin poder salir al aire unos 15 días, pero el trabajo y la movilización continuo. Se pintaron en diferentes puntos de la ciudad periódicos murales, con brocha y aerosol, donde se iban pintando las noticias más importantes. Finalmente, ante la presión de los vecinos, Pocahullo vuelve nuevamente al aire consiguiendo sea declarada de interés municipal y con una subvención para comprar los equipos necesarios.

Relación con FARCO

Pocahullo considera la construcción de FARCO como una de sus prioridades institucionales, destinando fondos para participar de forma activa desde la mesa directiva en el rumbo de la asociación.

Participación de la audiencia y de la comunidad

FM Pocahullo *“es un medio de comunicación caracterizado por ser una voz disidente del poder y en esa línea de trabajo se ha mantenido todo este tiempo, esa característica da testimonio y marca la independencia de FM*

*Pocahullo de los distintos poderes, ya sea económico o político, pero con una particularidad: una constante y clara construcción junto a los sectores populares*⁹⁸.

Alas

Origen de la radio

FM Alas empieza a salir al aire el 10 de septiembre de 1987 en la ciudad de El Bolsón, Río Negro. Convirtiéndose en la primer radio de la pequeña ciudad rionegrina, hasta el momento sólo se escuchaba LRA 57, Radio Nacional.

La primera salida al aire se realizó con un transmisor casero de un vatio (cubría un par de cuadras a la redonda), armado a partir de las instrucciones de una revista española de técnica electrónica.

La radio pertenece a la Asociación Civil Alas para la Comunicación Popular, pero para poder acceder a un PPP, para el Comfer, figura como propiedad de uno de los fundadores. Los trabajadores apuestan a que en breve tiempo los papeles digan lo que son, una radio de la gente.

Consideran que la propiedad del medio es un elemento esencial en su ser comunitario, *“la figura de la asociación civil permite que se sume cualquiera que le interese”*. *“Somos parte de la comunidad, no hacemos radio ‘para’. Nos toca hacer radio y si es de la comunidad tiene que ser diferente que si es de alguien”*.

Objetivos

Los objetivos de la radio son:

- Elaborar, desarrollar y utilizar técnicas y tecnologías de comunicación social, especialmente todas aquellas referidas a la radiodifusión

⁹⁸ “Lucha y tesón reconocidos”. En: *La voz de los vecinos* año 0 N° 3, 17 de enero de 2003. Publicación quincenal editada en Villa La Angostura, Neuquen

comunitaria, para estimular, difundir y apoyar acciones de desarrollo social, promoción humana y defensa irrestricta de los derechos humanos.

- Crear y desarrollar espacios que permitan nuclear y potenciar actividades de nuestra comunidad (rescate de la cultura popular, campesina e indígena; talleres de comunicación; seminarios y otras actividades no sólo en el edificio de la radio sino también en espacios públicos).
- Fortalecer canales de expresión popular con una concepción abierta y participativa.
- Organizar y apoyar acciones de capacitación a distintos niveles, contribuyendo a la formación teórico práctica para el análisis crítico de las personas.
- Contribuir al afianzamiento de las instituciones democráticas, organizaciones sociales, culturales, vecinales, de Derechos Humanos y todas aquellas que impulsen la construcción social desde la defensa de excluidos y marginados.

Sostenibilidad institucional y económica

Alas a llevado adelante las estrategias económicas más diversas para mantener el proyecto.

El Club de amigos, formado a partir de una de las crisis que le toco atravesar a la radio, fue un sostén muy importante, haciéndose cargo del alquiler del local por un año. Hoy sigue funcionando pero su aporte es más esporádico, no les permite el mantenimiento cotidiano, pero resulta una importante ayuda ante crisis o hechos extraordinarios.

“el trabajo voluntario es un aporte de ingreso hoy en la radio, porque sino no existiría a esta altura del partido, (...) todos tenemos que buscar laburos externos para poder sostener acá, entonces son muchas horas que laburamos todos, todos los días para aportar acá”

La publicidad es una de sus principales entradas de ingresos, aunque lo restringido y los vaivenes del mercado publicitario hacen que hoy no cubra

todos los gastos.

En distintos momentos se han buscado alternativas como las rifas y la venta de comidas. Estas estrategias fueron puestas en práctica, especialmente, durante el tiempo que la radio no pudo salir al aire.

Han recibido un subsidio del Fondo Nacional de las Artes que les permitió la compra de la computadora de aire y el financiamiento de un curso de capacitación por parte de la provincia. Nunca recibieron aportes de cooperación Internacional u otro organismo.

Hoy el ingreso más fuerte proviene de las actividades que se realizan en el SUM: Capacitaciones, fiestas, talleres, peñas, radio en vivo, entre otras.

Vinculación con organizaciones sociales

Las organizaciones sociales reconocen y participan de ALAS y se encuentran representados en el Consejo Editorial, encargado de decidir, en última instancia, la programación y el rumbo de la radio.

Se mantiene una relación, especialmente fluida, con las organizaciones culturales de la zona, acompañando y promoviendo “la movida cultural”. Los músicos locales, hoy organizados a partir del encuentro promovido por la radio, tienen un programa con continuidad y aceptación.

La comunidad Mapuche también mantiene una relación estrecha con la radio, a donde recurren para realizar demandas, exigir soluciones sobre distintas problemáticas y mostrar su música y sus costumbres.

Prácticas institucionales

Uno de los rasgos que destacan a FM ALAS es el trabajo cultural. El SUM de Alas fundado en el 96, y es un espacio permanentemente de producción artística y cultural, así como charlas, talleres y seminarios, organizados por la radio y por otras organizaciones sociales.

FM ALAS trabaja mucho con formatos radiofónicos dramatizados, ya que consideran que hay que rescatar esta forma de decir, que hay más posibilidades de acercar distintas temáticas a la realidad de la gente. Estos

formatos se fueron convirtiendo en espectáculos públicos que se desarrollan en el SUM y del que participan gran cantidad de vecinos, recuperando la vieja radio en vivo.

Es una de las prioridades de FM ALAS la capacitación del equipo de trabajo y de los vecinos de El Bolsón. Se desarrollan cursos y talleres de capacitación en operación técnica para radio, corresponsales barriales, formatos radiofónicos, producción artística, radioteatro y otros formatos dramatizados, periodismo infantil.

También se promueven jornadas y encuentros de reflexión abiertos a la comunidad sobre diversas temáticas: violencia contra la mujer, derechos indígenas, encuentros de escritores, música popular patagónica, cultura campesina, periodismo.

Para su cumpleaños número 16, FM ALAS, fundó un nuevo espacio para los vecinos, una biblioteca popular, donde no sólo se puede encontrar numerosos libros y revistas, sino que se cuenta con un espacio donde ir a leer. Otra oportunidad de que los vecinos se acerquen a la radio.

Situación tecnológica

FM ALAS cuenta con tecnología digital. Recientemente, luego de varios intentos frustrados, lograron captar la señal de ALER satelital, ya que un problema en la posición de la antena les impedía sintonizar la señal. Varios técnicos de la zona intentaron, sin mayor éxito, sintonizar la señal, por falta de recursos no había sido posible contratar a un técnico con más experiencia. Finalmente los técnicos de ALER-Radio Nederland visitaron la radio y solucionaron el inconveniente.

Organización interna

El equipo de la radio se reúne semanalmente y se toman las decisiones de manera colectiva. Ante algunas decisiones se convoca al Consejo Editorial, integrado por organizaciones sociales y oyentes en general donde se discuten los temas centrales y su seguimiento.

Situación jurídica

FM Alas, que cuenta con un PPP a nombre de una de sus fundadores. Sin embargo, como ya señalamos, 3 de febrero de 1999 la CNC allana la radio e intenta decomisar los equipos. La movilización de la gente logra que dejen los equipos al cuidado de uno de los trabajadores de la radio, aunque estos son precintados impidiendo la salida al aire. La actuación de la Comisión Nacional de Comunicaciones respondía a una denuncia, realizada por la propietaria de otra radio de El Bolsón, por la venta del PPP. Finalmente Alas pudo demostrar que tal venta no existía volviendo nuevamente al aire.

Relación con FARCO

Alas forma parte activa de FARCO y mantiene comunicación fluida con los distintos miembros de la mesa, sin embargo los altos costos de transporte, impiden, en algunas oportunidades, ser parte de todos los encuentros de FARCO.

Consideran a FARCO su organización natural, *“si estamos a favor de la organización social, las radios comunitarias tienen que estar organizadas”*, por tanto apuestan a su crecimiento.

Participación de la audiencia y de la comunidad

“Se generan espacios de participación comunitaria que inciden directamente en la programación a través del Consejo Editorial, integrado por organizaciones sociales y oyentes en general, donde se discuten los temas centrales y su seguimiento”

Reconquista Origen de la radio

Radio Reconquista es una de las radios más antiguas de Farco; transmite desde José León Suárez, Partido de San Martín, una de las zonas

más pobres del Conurbano Bonaerense, que tomo notoriedad publica por ser el punto de partida del “tren blanco”, donde se movilizan todos los días los cartoneros que viajan hasta la Ciudad de Buenos Aires como forma de sobrevivencia.

Su trabajo se remonta a comienzo de los `80. El equipo original era un grupo de acción comunitaria, llamado “El encuentro Quechua Guarani”, el cual trabajaba en diversas temáticas, tierra, vecinalismo, juventud, apoyo escolar... y comunicación popular.

Ese primer equipo dedicado a la comunicación popular comienzan a formarse, esencialmente en La Crujía, y fundan el Centro de Comunicación Popular Renaciendo. Las actividades se multiplican, lectura critica de medios, revista barrial, teatro popular, audiovisuales.

Paralelamente se empiezan a escuchar las experiencias de las propaladoras, la radio de cable⁹⁹ y, ya en el '84, las primeras FM. La capacitación y los cuentos de estas primeras experiencias empiezan a generar entusiasmo para poner una radio.

Finalmente, el 20 de marzo de 1988 sale al aire Radio Reconquista. Los fondos necesarios para la compra de los equipos (antena homologada, dos bandejas, dos micrófonos buenos, cassettes) fueron otorgados por la agencia CBN de Holanda. *“Previo a esto nosotros estuvimos por lo menos, yo calculo, que dos años trabajando con la gente antes de tener la radio, yo lo digo con bastante orgullo, y lo decía en ese momento, creo que era una de las pocas experiencias que la gente empezó a trabajar en el tema de la radio antes de tener la radio, por que los distintos grupos que querían tener un programa, las madres”*

El proceso que desemboco en la radio fue largo, incluso por momentos parecía para los que coordinaban demasiado lento. *“Las cosas eran como lentas para nuestro gusto, nosotros ya teníamos la papa de cómo hacer el programa y bueno era más fácil que le armábamos nosotros que todos los demás se incorporaran, aprendieran y a lo mejor no era el mismo programa que nosotros habíamos pensado, era otro programa, y bueno eso es un*

⁹⁹ Circuitos de Radiofrecuencias.

proceso, un proceso de aprendizaje bárbaro, no a todo el mundo le gusta, por esos algunas radios siguieron otros caminos, más dirigidas”.

Junto al trabajo de la radio se fue conformando un grupo de mujeres, de madres del barrio que luego se nuclearían en la Asociación La Colmena. La historia de La Colmena se entrelazan, se cruzan, se confunden, se dividen.

Objetivos

El objetivo de la radio es la difusión de las acciones y actividades de las organizaciones e instituciones, así como la promoción de nuevas organizaciones que permitan el mejoramiento de la situación de la gente del barrio. En este sentido nos decían: *“La radio es una radio que diga sino que es una radio que anuncia, nos apoyamos en las cosas positivas, en el anuncio de la buena nueva. No es una radio que dice sino que hace, (...) y la que lo hacen porque la protagonista del mensaje es la que esta involucrada en el cambio de esa situación, el protagonista son las instituciones. Reconquistar la palabra, para volver a creer reconquistá la palabra”*

Sostenibilidad institucional y económica

La Colmena es uno de los pilares que le da sostenibilidad institucional y social al trabajo de la radio, ya que es un grupo que se mantiene desde la fundación de la radio y mantiene la vinculación con el barrio.

No se cuenta con personal rentado, sólo reciben un porcentaje de la población o se les ayuda a conseguir un plan de empleo.

Se recibió en dos oportunidades aportes de cooperación internacional, el primero para instalar la radio y el segundo en 1996.

También contaron con financiamiento para distintos proyectos sociales financiado por empresas y organismos gubernamentales.

La publicidad y la venta de espacios son los ingresos más constantes. Otras estrategias utilizadas fueron las peñas y fiestas y las capacitaciones.

Vinculación con organizaciones sociales

La vinculación con otras organizaciones e instituciones siempre ha sido muy fuerte. Durante mucho tiempo era necesario formar parte de una organización para tener programas en la radio, solo se aceptaban programas de organizaciones o producidos por la propia radio. Esto permitió y fomentó el acercamiento y apropiación de las distintas organizaciones.

Reconocen como un avance importante que organizaciones e instituciones representantes de otros sectores sociales la reconozcan. En este sentido, el trabajo que se viene realizando con la Cámara de Comercio es visto como una señal positiva que permite el diálogo entre los diferentes sectores del municipio.

Prácticas institucionales

Radio Reconquista a optado por el trabajo territorial, realizando distintas acciones a lo largo del tiempo y relacionándose en red con distintas organizaciones y problemáticas.

Muchas de sus acciones se llevan delante de la mano de la asociación La Colmena, donde la radio cumple un rol de difusión y visibilización del trabajo.

La Colmena está conformada por mujeres del barrio que trabajaban en distintas problemáticas, con eje en mujer y pobreza. Durante años eran capacitadas y realizaban cursos en distintos barrios sobre salud, nutrición, etcétera.

Hoy tienen un jardín de infantes donde atienden a gran parte de los chicos del barrio. Desde ahí continúan su tarea educativa, tanto de los chicos (en su tarea diaria) como con los padres.

También participó en una red de instituciones que llevó adelante a principios de los '90 los Almacenes San Cayetano, que permitía bajar significativamente el precio de la canasta familiar, a partir de la vinculación de los productores con los propios consumidores de los barrios más pobres del Gran Buenos Aires.

Situación tecnológica

La radio transmite en calidad analógica, no cuenta con posibilidad de edición digital. No ha habido recambio ni mejoramiento de la tecnología. Una de las razones manifestada es que se ha privilegiado la sostenibilidad económica de otros proyectos antes que la mejora y crecimiento de la radio.

Organización interna

La radio realiza un plenario anual donde se define el perfil de la emisora y su programación. De este plenario participan las instituciones, los participantes de los distintos programas y el equipo de la radio.

Situación jurídica

Reconquista recuerda la persecución y el miedo a la incautación de los equipos que se vivieron durante los primeros años. Todavía muestran, como testigo material, el pozo que se empezó a realizar para esconder los equipos ante un allanamiento de la CNC.

Una vez la red de alarma coordinada por distintas radios comunitarias, les aviso que la CNC estaba actuando en el Gran Buenos Aires. Ante la salida al aire de la amenaza de cierre los vecinos se movilizaron: los colectiveros bloquearon el acceso al barrio, un grupo de santiagueños llegaron hasta la puerta de la radio decididos a no dejar entrar a nadie. Finalmente la amenaza no se concretó y la CNC nunca se presentó en Radio Reconquista.

Hoy la radio cuenta con un permiso precario y provisorio y compró los pliegos para regularizar su situación.

Relación con FARCO

Reconquista es una de las radios fundadoras de ARCO, participando activamente de los primeros años de trabajo de FARCO.

Por diferencias con algunas de las decisiones tomadas y ante una opción de trabajo territorial, Reconquista se retira del trabajo activo en el Foro.

A pesar de su alejamiento siempre se sintieron parte de FARCO

Participación de la audiencia y de la comunidad

La opción con el trabajo territorial a puesto a la radio permanentemente en contacto con la gente del barrio. Sus distintas actividades y acciones a lo largo del tiempo a sumado a gran cantidad de vecinos.

Uno de los espacios de diálogo más fuerte es el que se conforma a partir de La Colmena y el Jardín de Infantes, que los vincula de forma permanentes con las familias y las problemáticas del barrio.

El valor de la palabra

“Sueño con una sociedad reinventándose de abajo hacia arriba, donde las masas populares tengan de verdad el derecho de tener voz y no sólo, el deber de escuchar”

Paulo Freire

Después de haber transitado este primer recorrido por la historia y características de las radios populares y comunitarias, debemos plantearnos el sentido que adquieren sus prácticas.

Las radios populares y comunitarias trabajan con la palabra, desde la palabra y por la palabra. Con la palabra como herramienta básica de comunicación, desde la palabra como lugar de lucha por el sentido, lugar de lucha por la hegemonía y por la recuperación de la palabra de los sectores marginados, porque tomen la palabra y fundamentalmente para que esa palabra sea escuchada.

Es la palabra la que nos hace hombres, ya que es a través de ella que tomamos conciencia de nuestra condición humana; nos permite nombrar el mundo, por tanto tomar conciencia de él y de nosotros.

Las radios intentan revertir la cultura del silencio de nuestra sociedad. Una cultura que intenta excluir a los pobres de la posibilidad de recrear el mundo y de reflexionar críticamente, internalizándolos en la obediencia, en el sentido de escuchar y repetir.

En este sentido Radio Encuentro sostiene, en relación con el trabajo que vienen desarrollando con un grupo de jóvenes, que la radio *“es una forma de recuperar la ‘palabra’.* *En la radio se aprende a tomar la palabra pero también a dar la palabra. Tomar la palabra es un gesto de afirmación personal. Es hacer lugar a una voz propia entre otras voces. Tomar la palabra es un gesto solitario. Es una actitud que se ejerce en relación con otros sujetos. Para poder decir hay que ser escuchado, de modo que cuando alguien toma la palabra siempre hay otro que la está dando. En el juego de tomar y dar la palabra se afirma la*

identidad y al mismo tiempo se fortalece el respeto al otro y la aceptación de las diferencias”¹⁰⁰.

Por esto, entendemos que la palabra “no sólo designa las cosas, las transforma; no es sólo pensamiento, es ‘praxis”¹⁰¹. Es la posibilidad de construir nuevas alternativas, de presionar sobre una realidad que se presenta como inalterable.

“Tomar la palabra significa tener el poder. Aparentemente incluso bajo regímenes autoritarios todos hablan. Pero ¿de qué habla el pueblo?, ¿a través de qué vías se expresa? Existe una división social del poder decir, que consagra un orden social regido por las desigualdades”¹⁰². Esta es la lucha y el sentido de las radios populares y comunitarias, que sea el pueblo y sus organizaciones quienes digan. Las radios les dan fuerza, respaldo y masividad a las palabras de los pobres, les permiten a partir de sus micrófonos dialogar (y enfrentarse) con el poder.

El micrófono se convierte, de esta forma, en una nueva herramienta frente al poder. “Los micrófonos para el pueblo” dicen los graffitis de las paredes de FM Bajo Flores, resignificando la vieja frase “las armas para el pueblo” que se leía en las paredes de nuestro país.

En este sentido, las radios, no solo plantean la necesidad de que la gente hable, diga para completar una información, para dar color y dinamismo, sino que recree su mundo, que decida temas, que sea la palabra de la gente, la palabra de los pobres el eje de la radio y su programación.

Si la palabra es praxis, si transforma por tanto podemos pensar en la palabra y en la toma de la palabra como una acción política. Y si la palabra nos hace sujetos, nos permite la reflexión crítica la podemos pensar desde su sentido educativo.

Por esto, y con el fin de avanzar en nuestro análisis, trabajamos en el sentido educativo y político que adquieren las radios. Si bien esta diferenciación resulta, por momento, arbitraria y difusa, no quiere escapar a la

¹⁰⁰ Radio Encuentro. “Proyecto Proame”

¹⁰¹ Lucas, Kintto. “El poder de la palabra”. En *Revista Chasqui Num 47*. Ciespal, Ecuador, noviembre de 1993.

¹⁰² Idem

complejidad, sino que, por el contrario, intenta ayudar a la comprensión del sentido de las radios populares y comunitarias.

El sentido educativo de las radios populares y comunitarias

Como ya señalamos anteriormente, el origen de las radios populares y comunitarias está vinculado a lo educativo, las radios nacen al servicio de lo educativo. Pero el tiempo las hace replantearse su comienzo, la visión bancaria¹⁰³ de lo educativo que prima en un principio va desapareciendo, apropiándose de *“los principios, los objetivos, las habilidades, y las estrategias de la educación popular. A la luz de estos elementos se realizan actividades y programas radiales con el fin de motivar y promover procesos de cambio sociales y de ir construyendo formas de poder popular”*¹⁰⁴.

La comunicación popular es constituida desde el seno de la educación popular, no sólo por su origen en tanto espacios comunes, o la vinculación de la comunicación al servicio de la educación, sino porque retoma y se nutre de sus planteos, conceptualizaciones y de la propia práctica de la educación popular¹⁰⁵. Un rasgo que mantendrá la comunicación popular, y las radios en

¹⁰³ Nos referimos a la conceptualización realizada por Paulo Freire.

¹⁰⁴ Ra-dial. *Evaluación del curso de capacitación a distancia para productores de radio*. Unda-al – ALER. Quito, 1993.

¹⁰⁵ Maria Teresa Sirvent señala como principales rasgos de la educación popular:

a- **Su dimensión socio-política:** se parte de una visión de nuestra sociedad (latinoamericana y Argentina) surcada desde siempre y horadada cada vez más por la creciente agudización de la injusticia social y la dominación. Y se asume una visión de la transformación social asociada al crecimiento de la capacidad de los sectores populares de participar realmente en las decisiones que afectan su vida cotidiana, capacidad de participación entendida como un proceso histórico de conquista y aprendizaje.

b- **Su dimensión popular:** en cuanto a los sujetos de su acción –los sujetos históricos de un profundo cambio social, la base social de una transformación- y a sus objetivos que apuntan a servir de instrumento de apoyo a la participación, a la organización popular y a la construcción de su proyecto político social.

c- **Su dimensión epistemológica:** la educación popular concibe al conocimiento como una construcción colectiva y dialéctica de ida y vuelta constante entre teoría y práctica; entre conocimiento científico y conocimiento cotidiana. En este sentido se opone diametralmente a la “bajada de línea” o al “adoctrinamiento” aunque esta línea doctrinaria sea la que desde la perspectiva de educador o animador socio-cultural sea la más consistente con un proceso de cambio real acorde con los intereses objetivos del grupo.

d- **Sus aspectos metodológicos:** no nos referimos específicamente a las técnicas de trabajo sino a los modelos de acción pedagógica y didáctica que aseguren la producción colectiva y el crecimiento del grupo hacia su autonomía de decisiones. Todos sabemos que no se trata ni de reproducir la educación bancaria de las que nos hablaba Freire pero llenándola de un contenido liberador. No es liberador. Ni tampoco significa una suerte de “populismo

particular, serán las dimensiones popular y socio-política, que les marcará un camino, un rumbo, una dirección.

Pensar las radios populares y comunitarias como espacios educativos, implica corrernos de la visión escolar de la educación, así una concepción más amplia que entiende lo educativo como espacio de formación de sujetos y subjetividades. Buenfil Burgos sostiene que lo educativo se entiende como *“una práctica de interpelación, el agente se constituye como un sujeto de educación activo incorporando de dicha interpelación algún nuevo contenido valorativo, conductual, conceptual, etc, que modifique su práctica cotidiana en términos de una transformación o en términos de una reafirmación más fundamentada”*. Por lo tanto una educación crítica o liberadora, la cual pretenden las radios populares y comunitarias, implicaría que la modificación de la practica cotidiana estuviera encaminada a la denuncia, crítica y transformación de las relaciones de opresión.

En este sentido siguiendo lo planteado por Buenfil Burgos entendemos a la educación radiofónica desde una perspectiva más amplia, como lo afirma Mario Kaplun. Es decir, *“no solo [consideramos a] las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales – cometidos cuya utilidad y necesidad no se cuestionan- sino también todas aquellas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social”* ¹⁰⁶

Como señala Vigil las radios populares y comunitarias tienden a *“colaborar con los sectores populares a partir de sus propias prácticas sociales... en la apropiación y profundización del SABER, en la experiencia histórica del protagonismo (HACER), para que no puedan TENER aquello que necesitan para su existencia y de lo cual son permanentemente despojados,*

pedagógico” donde el educador o el animador se niega a sí mismo minimizando e incluso anulando el papel activo del educador... pero no es fácil. Como alguna vez dijo Freire ‘yo no he dicho que el educador no deba enseñar, sino que debe pensar que enseñar y cómo...’”. Sirvent, María Teresa. “La Educación popular: características básicas y proceso historico”. *Educación Resistencia y creación – El pensamiento de Paulo Freire desafía*. Nueva Tierra. Buenos Aires, 2002

¹⁰⁶ Kaplún, Mario. *Producción de Programas de Radio*. CIESPAL, Ecuador, 1978.

para formar nuevas alternativas y MODOS DE POSEER, para ganar un espacio de PARTICIPACIÓN EN EL PODER" (Vigil, 1989: 131)

La función educativa de la radio, ya no será enseñar las primeras letras, sino que consiste en informar, promover y defender los intereses del pueblo y, además, tomar parte en sus costumbres culturales, sociales y en su práctica política. Un elemento educativo esencial en las radios es la participación que permite avanzar en la formación de un saber: cuando hablamos tenemos que estructurar nuestro pensamiento, realizar un proceso intelectual.

La participación ha sido y es una de las características más fuertes de este tipo de radios. Sin embargo, en los últimos años esta diferencia parece diluirse ante un auge de la "participación" del público en los medios de comunicación comerciales.

La "participación" del público es una constante, en todas las emisoras, en todos los canales la gente parece estar presente y tener oportunidad de aparecer y hacernos escuchar.

Los casos más paradigmáticos son los reality y los talks shows donde personas comunes son el centro de la escena, cuentan sus vidas, sus miserias y sus sueños.

Los contestadores siempre prendidos de las grandes radios, permiten (¿permiten?) a la gente dar su opinión sobre temas de actualidad, todos tenemos la posibilidad de expresar "libremente" nuestra opinión de sus contestadores telefónicos¹⁰⁷, estos mensajes pueden llegar a constituirse, posteriormente, en entrevistas telefónicas. La opinión de la gente, también, la podemos conocer por las encuestas y sondeos de opinión.

También son buen material para los medios, los chicos desnutridos¹⁰⁸, "los delincuentes", las "víctimas" de la inseguridad y de las protestas¹⁰⁹.

Pero la pregunta que nos hacemos es ¿de qué participación estamos hablando?, ¿son las mismas formas de participación que caracterizaron a las radios comunitarias y populares?

¹⁰⁷ Vale la pena aclarar que ellos esgrimen su libertad de elegir cuales salen al aire y cuales son borrados.

¹⁰⁸ Más difícil resulta conocer las causas de la desnutrición.

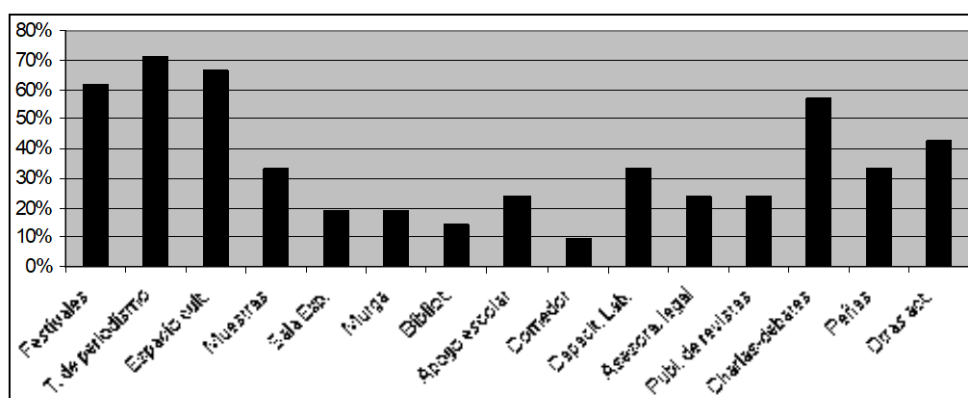
¹⁰⁹ Tiene más cobertura periodística los inconvenientes de tránsito que provocan los piqueteros, que sus propuestas, sus formas de organización, la situación en la que viven las familias que componen el piquete.

Sin duda, el lugar que tiene el pueblo, las organizaciones, los ciudadanos en las radios comunitarias y populares es diferente, no se orienta a obtener más audiencia, sino que responde a una intencionalidad política-comunicacional, hay un respeto por la persona y no hay condicionamientos para su participación

“El proceso de hacer radio es también importante. Que los pobres ejerzan su derecho a la comunicación a través de la radio es transformador”¹¹⁰. En las radios populares y comunitarias los sectores más pobres y marginados no sólo tienen la oportunidad de decir su palabra, sino que son estos los que hacen posible los distintos programas, la radio pertenece y es realizada por estos sectores; en Radio Comunitaria Bajo Flores los villeros, en Pochullo y Alas los Mapuches, en Encuentro los jóvenes de los barrios, en Reconquista las mujeres. No se les presta el micrófono, no se los deja participar sólo para pedir temas y hacer dedicatorias, son los responsables de sus espacios, del poder del micrófono y de su medio de comunicación.

“El papel de las radios populares es principalmente educativo. Actúa orientando, proporcionando datos e informaciones, cuestionando, interrogando, recogiendo opiniones y dándolas a conocer. Y todo esto lo hace en procesos que parten de realidades y hechos concretos”¹¹¹.

En el relevamiento realizado sólo el 33% de las radios señalan la presencia de programas educativos en su programación, sin embargo todas las radios señalan la preocupación por lo educativo, la formación de sujetos, la formación ciudadana, la organización.



¹¹⁰ Busso, Néstor. “Que los pobres tomen el micrófono es transformador”. En: Gutiérrez, Hernán y María Cristina Mata. Op Cit.

Hay que destacar que todas las radios realizan otras actividades además de la salida al aire¹¹². Estos espacios son identificados y reconocidos como educativos. En primer lugar encontramos espacios claramente identificados con lo educativo como pueden ser las capacitaciones a organizaciones sociales o a los mismos miembros de los equipos de trabajo de las radios, talleres de periodismo, talleres de capacitación laboral¹¹³, talleres de alfabetización, etcétera.

También son, en muchos casos, espacios de formación política, con talleres, charlas, plenarios sobre distintas problemáticas.

También es posible encontrarnos con bibliotecas populares dentro del mismo espacio de la radio. De las radios visitadas FM Pocahullo y, recientemente, FM Alas cuentan con bibliotecas abiertas.

Resulta particular el caso de Radio Revés, que al formar parte de una institución educativa formal como la universidad, identifica lo educativo con los espacios formales de enseñanza-aprendizaje cedidos a las cátedras. Estos espacios son muy discutidos entre los miembros de la radio ya que, si bien consideran necesarios las prácticas profesionales durante su formación, no quieren que Radio Revés se convierta en una “radio escuela”.

Por otra parte, la capacitación de los miembros de las radios es un elemento de preocupación en todas las radios. Es permanente el trabajo que se realiza en este sentido si bien las estrategias o posibilidades son diferentes, algunas radios optan por promover la capacitación por fuera, tanto en otras radios como en centros de capacitación, otras invitan especialistas para cursos internos, y, sobre todo, los miembros más antiguos y/o más capacitados enseñan de forma permanente al resto de sus compañeros, en especial a los que se van sumando. Incluso muchos de los que trabajan en las radios se

¹¹¹ Ra-dial. Op Cit.

¹¹² El surgimiento de estas actividades responde a distintas causas, en algunos casos es parte fundamental del proyecto original de la radio; en otros es consecuencia de la apropiación de los cambios sociales que se van dando, junto al cierre de otros espacios de contención y encuentro; por último, también encontramos radios que comienzan con otras actividades con el fin de conseguir recursos económicos (a partir de proyectos sociales, cobro de servicios, etcétera), que luego, en algunos casos son incorporados al proyecto político-comunicacional de la radio.

¹¹³ Las radios realizan talleres de capacitación laboral en diferentes ramas, desde operadores técnicos de radio, operadores de PC, sonido digital hasta talleres de costura.

acercaron inicialmente a talleres o con el fin de aprender, y luego se fueron quedando.

“Otro hecho educativo de las radios populares es la capacidad de convocar y las actividades que realiza, dirigidas a coordinar los diversos sectores populares, y la diferentes experiencias de organización. Con ello busca provocar la presencia del pueblo en acciones más amplias, de forma que pueda participar realmente en la decisiones sociales y en la construcción de poder”¹¹⁴.

También es educativa en su forma de funcionamiento. Las radios populares y comunitarias llevan adelante formas de gestión democráticas y participativas, cada una va buscando diversas formas de gestión que son determinadas por el grupo que participa y sus practicas anteriores, por esto no es posible definir un modelo de funcionamientos de las radios populares y comunitarias. Quizás algunos casos ayuden a entender estas formas de organización:

Radio Comunitaria Bajo Flores de Capital Federal tiene un grupo de conducción compuesto por 9 personas donde están representadas las distintas colectividades que viven en el barrio, todas cuentan con programas en la radio, así como también las mujeres y distintos sectores representativos. Este grupo de conducción se reúne semanalmente y todas las decisiones son tomadas en conjunto.

FM Pocahullo de San Martín de los Andes, cuanta con tres directivos, pero estos solo tienen la responsabilidad de ejecutar las decisiones y representar a la radio. “El gobierno de la radio”, donde se toman las decisiones esta compuesto por todos los que conforman la radio, para tener un programa hay que participar de estas reuniones por lo menos dos veces al mes. Acá se decide y evalúa la programación, las sanciones disciplinarias, las políticas a tomar. Es importante destacar que los oyentes pueden participar y votar en estas reuniones de la misma forma que el resto de los miembros de la radio. También se deciden los directivos de la radio, los cuales pueden ser objetados por cualquier participante y su continuidad ratificada o rechazada.

¹¹⁴ Ra-dial. Op. Cit

“Por todo lo dicho, se puede afirmar que lo educativo de una radio popular no se reduce a determinados programas. En última instancia, su capacidad educativa está en su actuar democrático que le permite acompañar y fortalecer permanentemente las diversas acciones y prácticas culturales, productivas, sociales y políticas de los sectores populares. Prácticas que el pueblo realiza diariamente en forma individual o colectiva, inmediatista, reivindicativa, o que hace hábilmente para manejar los asuntos que le interesan. Y todo dicho para formarse como sujeto con voz propia y decisiones propias”.

El rol político de las radios populares y comunitarias

“Entendemos una radio no como algo en sí, sino como un instrumento de trabajo, inmersa en una realidad socio-política. Lo que realmente interesa al comunicador radial es establecer un diálogo enriquecedor con las personas que día a día escriben la historia del entorno a donde llega su frecuencia”

Antonio Cabezas

“Asumiendo la perspectiva de la cultura popular como un terreno de conflicto políticos, sociales y un arma potencial de movilización política” considero a las radios comunitarias y populares como fuerzas facilitadoras del reconocimiento de las necesidades objetivas y la emergencia de demandas sociales.

En este sentido podemos afirmar que las radios comunitarias y populares tienen un fuerte trabajo desde “lo político”. *“Partimos de la distinción general entre «la política» y «lo político». Mientras que «la política» se restringe a los fenómenos relacionados con la representatividad y con la organización institucional, «lo político» designa una compleja configuración de distintas manifestaciones del poder (incluyendo «la política») reflejando la condensación de distintas instancias del poder sociocultural; como tal, «lo político» reconoce la relativa autonomía en el desarrollo de distintas instancias de distintas esferas*

de la vida sociocultural, y se rige según una lógica de cooperación o antagonismo entre voluntades colectivas (cf. Argumedo, 1996). Por un lado, «lo político» tiene su referencia en lo comunitario y es aquello que se hunde en el suelo nutrido de un fondo de emociones, deseos, formas de querer y representaciones, que es el pueblo de carne y hueso (cf. Taborda, 1939)¹¹⁵.

En cuanto a la relación con “la política” podemos decir que es compleja y es un tema que no está resuelto entre las radios, marcando por momentos un punto de fricción. La mayoría de las radios optan por no mantener relaciones con partidos políticos, limitando los vínculos a fuentes de información y publicidad, ya que consideran que esto afectaría el proyecto.

De todas formas la vinculación es diferencial. Hay radios que mantienen estrechos vínculos con partidos políticos o movimientos organizados, siendo la radio portavoz o instrumento de los objetivos de estas organizaciones. Quizás un caso claro FM Vida de La Matanza que la radio del movimiento piquetero que conduce Luis D’elia. En otros casos, quizás la mayoría, la relación es de acompañamiento de los movimientos sociales y muchas veces conflictiva con los partidos políticos.

En cuanto a “lo político” la definición resulta más clara, las radios reconocen que su labor se desarrolla con mucha fuerza en ese ámbito y responde a una apuesta y a los objetivos del movimiento.

Todas las radios reconocen la importancia de trabajar “lo político”, poniendo especial énfasis en la organización de los sectores populares, hay una apuesta al trabajo colectivo y a la transformación de las condiciones sociales.

El trabajo a favor de la organización popular es abarcada desde distintas perspectivas. En primer lugar las radios consideran que la información es una herramienta clave, la posibilidad del saber, del conocer, del conocer sobre los otros, sobre ellos, del escucharse, del decirse. Desde ese lugar se moviliza a la participación, ya que creen que “una participación sin conocimiento facilita la

¹¹⁵ Proyecto de investigación “Lo político en espacios comunicacionales emergentes”. Director: Mg. Jorge A. Huergo Fernández; Codirectora: Prof. Noemí Alejandra Valentino; investigadores: Lic. Pedro Roldán (Becario), Lic. Florencia Cremona, Prof. Susana Felli, Prof. María Clara Busso (Tesisista), Kevin Morawicki (Tesisista) y Diego Jaimes (Tesisista). Período: enero del 2003 a diciembre del 2004. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata

*manipulación y va llevando gradualmente al desgaste, la desconfianza y la incredulidad*¹¹⁶”

Este lugar de lo informativo, no se limita a la presentación de la noticia, sino en una lucha con los medios comerciales por la definición de la agenda y en la posibilidad de incidir en la opinión pública. No todas las radios tienen la capacidad de incidir en la conformación de la agenda, debiendo limitarse a seguir la agenda planteada desde los medios comerciales, pudiendo incidir, en muchos casos, sólo en problemáticas puntuales y acotadas. Por ejemplo, fue Comunitaria Bajo Flores la primera radio que denunció el asesinato de Ezequiel Demonti por parte de la Policía Federal¹¹⁷, que luego se convertiría en tema nacional por varias semanas, pero para que esto sea posible, la radio se comunicó con otras radios comunitarias y con periodistas de diarios de tirada nacional. Si bien fue el primer medio y logra que forme parte de la agenda, esto no es fruto de la salida al aire y de las posibilidades reales de incidencia, sino de las redes con la que cuenta la radio. En este caso, a pesar de las limitaciones territoriales (sólo logran cubrir con dificultad el barrio de Bajo Flores en Capital Federal), económicas (no nadie rentada, ni posibilidades de compra de elementos de trabajo) y tecnológica (se manejan con equipos muy rudimentarios y a pesar de la compra de una mejor antena no hay posibilidades de instalarla), hay una vocación de poder.

María Cristina Mata señala que en Argentina falta, en muchos casos, “*vocación de liderar procesos de constitución de opinión pública*”, lo que es distinto a ser representativa de un sector o de hacerse cargo de las problemáticas de un sector. “*Cuando yo hablo de ‘vocación de poder’ no me refiero a una enunciación de tipo ‘a mí me gustaría que las cosas cambien’, es decir, a intenciones o deseos, sino a prácticas orientadas a lograr lo que se plantean como objetivo o intenciones políticas. Es fácil enunciar el deseo de cambiar; otra cosa es preguntarnos si estamos trabajando periodística, radiofónica, organizativa e institucionalmente para hacer realidad esos*

¹¹⁶ Sirvent. Mataderos

¹¹⁷ El viernes 13 de septiembre del 2002, tres jóvenes son detenidos por la policía y obligados a tirarse al Riachuelo, dos logran sobrevivir, Ezequiel Demonti muere ahogado.

*cambios. Y en ese sentido, para mí hablar de vocación de poder es hablar de procesos de acumulación*¹¹⁸.

A partir de las visitas realizadas, es posible pensar que los últimos cambios sociales y políticos de nuestro país, empiezan a incidir positivamente en las radios, que más firmemente se plantean la necesidad de acumular poder para concretar el cambio enunciado. Por su parte, en FM Pocahullo y en Radio Encuentro es posible visualizar claramente una vocación de poder, que se da no sólo desde lo enunciativa, sino en acciones concretas de acumulación y debate. En Radio Encuentro señalan: *“siento que en nuestro lugar tenemos incidencia y hacemos un aporte al movimiento popular que lucha contra la pobreza y para construir democracia”*, por otra parte son los principales constructores de la agenda pública local, con importante repercusión a nivel provincial al ser Viedma la Capital de la provincia.

En cuanto a Radio Reconquista, la vocación de poder se encuentra desplazada de la radio a la Asociación Civil La Colmena. La radio no genera ni acumula poder, sino que es vista como posibilidad de amplificar la voz, de instrumento para otras organizaciones sociales. Sin embargo, las acciones tendientes alianzas con otros sectores, como es el trabajo que se viene realizando con la Cámara de Comercio, es un avance sumamente positivo.

La participación de las audiencias y las organizaciones sociales antes señalada, *“posibilita el desarrollo político del pueblo que se relaciona con la autoridad y el poder para protestar, proponer, fiscalizar y controlar. Esto permite gestar identificaciones compartidas en la búsqueda de un orden social justo y solidario, de una sociedad más democrática. Como acertadamente menciona Alfaro (1996:77), ‘al ingresar al medio se legitima la palabra política del pueblo, se funda públicamente su autonomía y valor’*¹¹⁹.

“La radio popular no tiene presencia pasiva entre los pueblos; las radios populares se convierten en actores activos en la medida en que se apliquen críticamente, y a la vez provocan el espíritu crítico en la formación de la democracia. Lo mismo puede decirse de su compromiso en fortalecer las

¹¹⁸ Mata, María Cristina. “Quien no tiene vocación de poder, no es líder de opinión”. En Gutiérrez, Hernán y María Cristina Mata. Op Cit

¹¹⁹ Camacho, Carlos. “Investigar lo popular hoy. ¿Qué es?: Miradas ciudadanas desde las radios populares”

organizaciones populares y, en general, en el conjunto de acciones que realiza el pueblo para cambiar su situación"¹²⁰.

Las radios populares y comunitarias se convierten, de esta forma, en actores sociales que intervienen en el campo social, muchas de estas radios forman parte de mesas de diálogos, encabezan movilizaciones sociales, son garantes en negociaciones entre los sectores populares y el Estado, son parte activa de numerosos conflictos." *La función de una radio popular no se limita al ámbito de la radio o de la comunicación. La radio no es solamente una amplificadora o acompañante de procesos. Además de ser escenario, es también convocante, anfitriona, moderadora que pone temas en la agenda y tiene opinión propia*"¹²¹. La radio deja de verse como 'transmisor' o medio de comunicación, para convertirse en actor social y político.

Muchas organizaciones sociales han nacido a partir de la intervención y apoyo de las radios populares y comunitarias, la difusión de problemáticas, el encontrarse con otros, conocerse, les ha movilizado la necesidad de organizarse. Entre estas nuevas organizaciones podemos señalar al grupo de madres que se conforman como La Colmena en Jesé León Suárez, la Asociación de músicos populares de El Bolsón, entre otras.

La presencia de las radios populares y comunitarias ha ido generando cambios en la comunidad donde se encuentran, en San Martín de los Andes la obtención de los servicios públicos en los barrios populares, la entrega de tierras fiscales a familias carenciadas en Viedma, la no entrega de bosques a una empresa privada para la tala en El Bolsón, son algunos de los hechos puntuales donde la presencia de las radios a contribuido y producido cambios en la realidad material.

Pero aún más importantes, aunque paulatinos, son los cambios sociales que se vienen produciendo, el reconocimiento de sectores tradicionalmente marginados, la necesidad de organización, el reconocimiento de la propia voz, la posibilidad de hablar y ser escuchado, la capacidad de 'legitimar' las expresiones populares.

¹²⁰ Ra-dial. Op. Cit

¹²¹ Geerts, Andres y Victor Van Oeyen. Op. Cit

Esta toma de posición en favor y desde los sectores más pobres les significó altos costos, como ya señalamos muchos anunciantes intentan poner condicionamientos que al ser rechazados deciden dejar de publicitar.

Aún más grave que la presión ejercida desde lo económico (y lo jurídico) es las reiteradas amenazas que sufren las radios y sus miembros. FM Pocahullo sufrió un atentado contra sus equipos y amenaza de muerte a un miembro del equipo del que responsabilizan a un ex-funcionario de la Municipalidad de San Martín de los Andes por un atentado vivido con la quema de los equipos de la radio. En 1995 dos miembros del equipo informativo de Radio Encuentro fueron agredidos por la Policía de la Provincia de Río Negro, durante una movilización de empleados Estatales, la agresión fue condenada en un Juicio Oral y Publico donde se comprobó la culpabilidad e intencionalidad de los policías, entre ellos un miembro de la plana mayor de la policía provincial; por otra parte repetidas veces han recibido amenazas telefónicas a miembros del equipo. La Tribu también sufrió un atentado, explotando una bomba de fabricación casera en la puerta de la radio. Pero como afirma Roberto Arias de FM Pocahullo *“atacar a un medio de comunicación hoy implica atacar un derecho y la gente esta preocupada por sus derechos, siente que ya le están sacando muchos derechos”*.

Por ultimo es importante destacar que la presión también se ejerce mediante denuncias publicas de carácter injurioso, muchas radios son denunciadas por “incitación a la violencia”, “propiciar el caos”, “atacar a las instituciones”.

También es importante destacar el rol de mediador, de vinculación entre distintos sectores sociales. Radio Reconquista es el encargado de prensa de la Cámara de Comercio de José León Suárez, ellos señalan que este hecho implica, por un lado el reconocimiento de la radio como medio de comunicación legitimado en la zona (*“teniendo otras radios comerciales en el centro nos eligieron a nosotros que estamos casi en la villa”*), y, por otro, la posibilidad de actuar como propiciadores del dialogo entre las organizaciones y vecinos del centro y las organizaciones y vecinos de los sectores más pobres.

Un cambio político significativo en nuestro país esta dado por el sólo hecho de existir de nuevas radios, algunas populares y comunitarias y otras

comerciales. En un país donde durante años primo el silencio, la censura y donde sólo unas pocas voces tenían el derecho a hablar y ser escuchadas, el surgimiento de miles de radios modificó sustancialmente el escenario comunicacional. Estas radios están más cerca de la gente y ayudaron a que esta se exprese.

La construcción política de las radios populares y comunitarias implica una construcción conjunta con otras radios y con otras organizaciones sociales. Las radios forman parte de diversas redes sociales, no sólo de medios de comunicación, sino de diversas problemáticas. La mayoría pertenece a redes vinculadas a temáticas que vienen trabajando (Derechos Humanos, Jóvenes, Mujeres), como así también a organizaciones territoriales.

Un ejemplo es Radio Reconquista quien cuenta con una basta experiencia en trabajo en red. Participó de una red almacenes populares, de jardines de infantes, una red de huertas, de comedores comunitarios, de mujeres, comisión preventiva comunitaria, entre otras.

Si bien, resulta significativo el caso de Radio Reconquista, todas las radios visitadas conforman parte de numerosas redes, algunas de ellas formales y otras que se van tejiendo por medio de diversos vínculos sociales.

Por todo esto, podemos afirmar, siguiendo lo plateado por Jorge Huergo, que *“la comunicación popular es el campo comunicacional del trabajo político que busca el protagonismo popular habida cuenta de determinados antagonismos sociales”*.

Las radios se han venido constituyendo en nuevos espacios públicos, tanto desde la espacialidad física, las radios son lugares de encuentro, espacios culturales, sino también en el sentido más simbólico de lugar de participación social, de encuentro de perspectivas en lo común.

“La radio popular recupera y legitima para sí lo que las instituciones del Estado y los partidos políticos no pudieron realizar, constituyéndose en uno de los espacios públicos ‘más destacado’ donde la ciudadanía se manifiesta, siente, opina, interpela y ejerce presión y poder canalizando sus expectativas de participación amplia y plural en busca de lograr influencias para producir cambios reales (Alfaro, 1999f:26-28). Precisamente este medio va construyendo intereses comunes sobre la base de negociaciones, afinidades,

*diálogos y discusiones que permiten arribar a consensos y llegar hasta el nivel de la decisión y la acción*¹²².

A partir de lo planteado por Camacho, podemos afirmar que la radio popular y comunitaria en Argentina se constituye como espacio público estableciendo una relación con el poder a manera de "puente intangible", que conecta actores y estructuras sociales, que establece lazos entre los ciudadanos y ciudadanas y la toma de decisiones.

Otra forma de comunicación

Las radios comunitarias y populares se hacen así fundamentalmente por su forma de concebir y hacer comunicación, nacen desde los propios espacios y maneras que tiene el pueblo para comunicarse cotidianamente. *“En este sentido, la radio es concebida no sólo como un medio de comunicación, sino como un lugar donde se construyen formas propias de hacer cultura, sociedad y política*¹²³.

Cuando empiezan a surgir en América Latina, las radios creen que su tarea es “ser la voz de los que no tienen voz” pero la cercanía con los sectores populares la hacen redefinir su sentido, su tarea no es ser la voz de los que no tienen voz, sino permitir que la voz de los sectores excluidos sea escuchada y valorizada, *“la palabra del pueblo radica en y se ejerce por el pueblo, el pueblo como protagonista y no testigo ni oyente de los procesos comunicacionales*¹²⁴.

En este sentido, los públicos se convierten en parte integral de la radio, son los productores, los corresponsales. Los radioparticipantes, como los identifica FM ALAS, están permanentemente presentes estableciendo una relación comunicativa dialogica. El 70% de las radios señala que cuenta con programas realizados por la “audiencia”.

Esta vinculación se traduce en altos niveles de audiencia, tanto Radio Encuentro, FM Alas y Pocahullo disputan los primeros lugares de audiencia en sus ciudades; lo mismo sucede con Radio Comunitaria Bajo Flores y FM

¹²² Camacho, Carlos. Op. Cit.

¹²³ Ra-dial. Op. Cit.

¹²⁴ López Vigil, 1988

Reconquista en sus barrios. En este sentido consideramos que la radio *“Es popular también porque entretiene, divierte y gusta. Los gustos y los intereses no se contraponen, sino que se corresponden y forman una sola cosa. El ser escuchada y gustada masivamente es una condición para la existencia y la eficacia de las radios populares. Para llamarse popular tiene que demostrar que es muy escuchada.*

La radio popular es una compañía que se ajusta a los ritmos de vida que tiene el pueblo; se incorpora a su vida, a sus rutinas de trabajo, descanso y entretenimiento, tanto en forma individual como colectiva. Y en este acompañamiento, ‘el otro comunicacional’, la audiencia, se siente representada, participa y establece relaciones de amistad y de afectividad con ‘su’ radio. La radio, además, le es útil a su vida. Se crea una relación en la cual la radio misma se hace parte de la vida diaria de sus oyentes”¹²⁵.

Juan Carlos, un miembro de la colectividad Boliviana radicado en el Bajo Flores, afirma *“para mi radio comunitaria es el idioma común de todos, de quienes debemos de ser y como debemos sentirnos. Entonces yo he llegado de una manera a esta radio como invitado y he visto que lo que yo siempre he querido es hacer saber lo poco que he experimentado, que todos se enteren; es eso para mi la radio comunitaria (...) Es el lugar donde uno viene a decir lo que tal vez en otros lugares no te dejan decir, donde no te ponen trabas, límites y eso es la radio comunitaria el alma del pueblo, el rostro, la imagen, la cara, porque que otra radio te da esa puerta abierta y el micrófono libre, al aire y decí lo que tu quieras, eso es la radio comunitaria, ahí podes decir lo que vos quieras, eso es comunitaria”.*

Mario Farías, de FM Sur, de Córdoba, señala: *“nuestro objetivo es vincular, desde el punto de vista de la comunicación, a todas las organizaciones de la sociedad civil entre sí y con los factores de poder. Nosotros le damos espacio a sus actividades -que son muchas- a sus inquietudes, actuamos como punto de contacto para que interactúen y beneficien a la comunidad, y también procuramos que todo ese trabajo silencioso y anónimo no quede en el vacío. Trabajamos con los hechos que le suceden cotidianamente a la gente; nos interesa que encuentren en la radio un*

¹²⁵ Ra-dial. Op. Cit

vehículo de educación, información y cultura, y que esas actividades se difundan”.

El anudamiento de lo político y lo educativo en la comunicación popular implica desandar la naturalización de sentidos históricamente establecidos en nuestros pueblos. Cuando los jóvenes, los pobladores de la villa, las mujeres, los desocupados toman, y se apropian del micrófono, y dan cuenta de su realidad, de su mundo, se aporta a la ruptura de anudamientos fuertemente naturalizados (jóvenes = peligrosos, villeros = chorros, mujeres = ignorantes, desocupados = vagos).

El trabajo de las radios implica desnaturalizar estos sentidos y pelear la lucha por los nuevos sentidos en construcción, no permitir nuevos anudamientos que degradan a los sectores mayoritarios, sus luchas y demandas.

“Las radios populares, entonces, más que medios son mediaciones, puentes, donde se construyen las formas populares propias de hacer cultura, sociedad, y política. Es decir, son mediaciones para construir identidades”¹²⁶.

Podemos hablar de otra forma de comunicación porque no esconden bajo el falso planteo de objetividad¹²⁷ el sentido político de la comunicación y su opción por determinado sector de la sociedad. En este sentido, Mario Farías de FM Sur decía: *“la radio no se coloca en un lugar neutral de la realidad sino que acompaña, defiende y se compromete con las reivindicaciones y necesidades de los sectores sociales más postergados”.*

La radio deja de ser sólo un medio de comunicación, como frecuentemente es entendido, sino que se va construyendo como un nuevo espacio público.

¹²⁶ Ra-dial. Op. Cit.

¹²⁷ Mucho se ha discutido sobre “objetividad periodística”, no es nuestra intención retomar ese debate, aunque es necesario aclarar que no creemos en un periodismo objetivo, sino en un periodismo veraz.

Consideraciones finales

En busca de algunas conclusiones

No pretendemos arribar a conclusiones taxativas, muy por el contrario, nuestro interés se centra en señalar elementos significativos, informaciones relevantes, nuevas preguntas de investigación, espacios para profundizar.

La situación entre las radios es sumamente desigual, proyectos más nuevos y otros con mucho camino recorrido, sostenibilidad económica e institucional garantizada y situaciones de crisis permanente, proyectos políticos comunicacionales claramente definidos y otros en construcción. Los desplazamientos en relación con la comunicación popular también son desiguales, pero creo que se está definiendo un rumbo que direcciona a otros proyectos o, por lo menos, muestra que la única forma de hacer comunicación popular no es desde lo marginal.

Las radios en Argentina se definen a sí mismas como comunitarias, siendo este su nombre histórico, sin embargo, muchas que utilizan esta denominación, por la aceptación y el reconocimiento en el ámbito nacional, se definen conceptualmente como populares o ciudadanas. Por lo trabajado consideramos que las radios comunitarias argentinas, aunque parezca una paradoja, es necesario pensarlas como radios populares o ciudadanas, es decir con una opción política en la construcción democrática, que incluya y defienda los derechos de todos.

A partir del trabajo realizado podemos observar un desplazamiento en la forma de hacer y entender la comunicación popular. Algunos desplazamientos ya se vienen dando hace muchos años desde otros puntos del continente.

La comunicación popular en nuestro país se relacionaba con el periódico o el folletín de las organizaciones barriales, la cartilla de prevención a distintas enfermedades y problemáticas. Muy de a poquito empiezan a aparecer en escena las propaladoras y luego las radios, radios pequeñas, artesanales, hechas a pulmón, como van saliendo. Las radios de FARCO trabajan para correrse de este imaginario, son radios que pretenden disputar audiencia y poder real, radios que quieren crecer.

La comunicación popular estaba vinculada a experiencias micro, no había una preocupación por disputar públicos, la preocupación era la posibilidad de difundir las actividades y pensamientos de determinado grupo u organización. Eran experiencias que se ubicaban al borde, experiencias casi marginales.

Las radios hoy buscan la salida de la marginalidad, para eso se juntan, se acompañan, mejoran sus programaciones, las hacen más pluralistas, intentan llegar no sólo a los convencidos, se relacionan y establecen alianzas con otras organizaciones sociales. Se plantan ante los poderes de turno y los hacen dialogar con los sectores más pobres.

No importaba la estética ni la calidad porque lo importante es que hable el pueblo. Hoy el pueblo sigue siendo la voz privilegiada de las radios populares y comunitarias, pero quiere sonar bien y ser escuchados por la mayor cantidad de gente.

Las radios se desplazan del lugar instrumentales de estar al servicio de la difusión de las actividades de tal o cual organización, pasando a un lugar activo, actores sociales que intervienen en la vida de sus comunidades, que promueven cambios, que generan y acompañan la organización.

Lo político y lo educativo son elementos constitutivos de la comunicación popular. Lo político en tanto interviene en el campo social tomando posición y construyendo un proyecto de sociedad jugando entre antagonismos sociales constantes. Político porque disputa y construye poder.

En cuanto a lo educativo me parece importante destacar la formación de sujetos políticos sustentada en la posibilidad de análisis crítico propósito de las radios populares y comunitarias. Un trabajo que comienza desde los propios equipos de trabajo nutridos, en gran parte, por los sectores populares, y la posibilidad de que todos, especialmente a aquellos que históricamente se les ha denegado, tomen el micrófono y digan su palabra. También son espacios educativos para las audiencias a quienes se les presenta una propuesta comunicacional dialogica que permite el análisis y fomenta la acción.

El origen de las radios en Argentina es un elemento a indagar de forma más profunda. Sin embargo lo relevado nos permiten sacar unas primeras conclusiones preliminares.

Como ya señalamos, las radios surgen en Argentina con la apertura democrática, el apogeo de la re-organización social (sindicatos, cooperativas, juntas vecinales y la irrupción de las ONGs) y la necesidad de hablar y de decir luego del gran silencio impuesto por la dictadura militar. Sin embargo, las radios estudiadas nacen a fines de los '80 – principios de los '90, cuando los argentinos ya nos habíamos chocado con las primeras desilusiones de la democracia: Obediencia debida, Punto Final, Indultos, el retroceso ante las presiones militares y económicas, retiro anticipado del primer presidente constitucional, fueron algunas de las medidas que agrietaron las esperanzas.

Por tanto, no es posible pensar que la única razón se encuentre en la primavera democrática, por el contrario tendríamos que preguntarnos si no se debe a la desilusión del sistema político como única forma de construcción democrática. Esta explicación toma fuerza si tenemos en cuenta que muchos de los fundadores de las radios populares y comunitarias vienen de militancias previas, que en muchos casos abandonan defraudados.

Esta forma de entender el origen podría explicar el corrimiento en la forma de entender a la comunicación popular, ya que estas radios van a surgir pensándose como forma de construcción de poder y de disputa ante los poderes hegemónicos. Este propósito se pondrá más en evidencia y requerirá nuevas practicas a medida que la crisis orgánica en la que queda entrampado nuestro país se hace más evidente.

La coyuntura que las entrapa y las envuelve

En las dificultades económicas ponen permanentemente en jaque los distintos proyectos. Nos encontramos con casos que tienen claro el proyecto político comunicacional pero tienen dificultades materiales para lograrlo, a pesar del esfuerzo colectivo e individual que hacen todos los que trabajan en las radios. Sin embargo, son esas mismas dificultades económicas las que han puesto en práctica el ingenio, abriendo las más diversas estrategias de financiamiento y convirtiendo a las radios en proyectos mucho más amplios y fructíferos.

Hay muchos casos en nuestro país de radios que no han logrado sobrevivir por falta de recursos económicos, junto al debilitamiento del proyecto político provocado por la posibilidad de tiempos del equipo que lleva adelante el proyecto.

La necesidad de salvar el proyecto hace que se vendan espacios, provocando que la programación pierda identidad, convirtiéndose en un mosaico de cosas diversas y sin articulación.

Todavía se mantiene en todas las radios visitadas la mística y la opción personal y colectiva de hacer radio popular y comunitaria. Los equipos de trabajo están comprometidos en los proyectos.

También se ve una sobrecarga de trabajo. Las radios realizan, muchas veces, más actividades de las que el equipo puede afrontar, sumado a que las dificultades económicas hace que la mayoría mantenga otros trabajos para poder vivir.

De todas formas considero que las radios populares y comunitarias tiene una larga vida en Argentina que recién está comenzando. Es prioritario encontrar estrategias que aseguren continuidad, para lo que es necesario mejorar e incentivar el trabajo colectivo de FARCO (publicidad en el ámbito nacional, realización de campañas, venta de producciones conjuntas) y, en muchos casos, brindar capacitación en gestión, redacción de proyectos, etcétera.

Lo legal también las ahoga y las pone en situación de tensión permanente. Si bien en este momento la situación es menos tensa, ya que son casi inexistentes los allanamientos y las presiones por parte de la CNC y el COMFER, todavía las radios populares no han podido acceder a las licencias.

La discriminación que sufren las radios populares y comunitarias y la imposición de funcionar fuera de la ley, aunque amparadas por la Constitución, pone en evidencia la relación de los grandes multimedios con los poderes hegemónicos que gobiernan nuestro país que han impedido que se promulgue una ley democrática de radiodifusión.

FARCO, una construcción colectiva

FARCO ha crecido sin estructuras y sin plata para facilitar su organización y trabajo. Esto ha tenido importantes costos para el Foro, listados desactualizados, pérdida de contacto con radios interesadas en sumarse en un trabajo nacional, importantes esfuerzos económicos de las radios que la conforman¹²⁸.

De todas formas esta dificultad (no menor) ha contribuido a garantizar la sostenibilidad institucional y la opción de un proyecto nacional de las radios que lo conforman. FARCO no se cae por falta de recursos. En esta situación, la entrada de recursos les permitirá un salto cualitativo y cuantitativo significativo.

El trabajo en dirección a una red informativa nacional le permitirá fortalecerse internamente, como así también hacía el exterior, poniéndolos más cerca del objetivo de incidir en la agenda pública nacional, disputando sentidos, por tanto poder para la construcción del proyecto político en el plano nacional.

Las limitaciones legales han incidido en la conformación y funcionamiento de FARCO. Las trabas impuestas en la legislación permitieron que las radios se agrupen y conformen el Foro, siendo esta una de las primeras motivaciones y necesidades de las radios.

Farco ha puesto mucho esfuerzo en este sentido. Logrando importantes avances: El reconocimiento del COMFER y del Congreso Nacional, la inconstitucionalidad del artículo 45 de la ley en el fallo La Ranchada, el llamado al Censo de organizaciones que desean ser licenciatarias de radiodifusión. Sin embargo, estas limitaciones y los esfuerzos destinados a revertirlas dificultaron el crecimiento en otras áreas por el desgaste de la batalla.

La comunicación popular, una cosa molesta

Esta tesis me permitió descubrir un nuevo sentido de lo popular. Lo popular como búsqueda, como compromiso. Me llamó mucho la atención que varias radios señalen como éxito el mantener la opción como radios populares y comunitarias, no perder los objetivos, incluso apareciendo como desafío. En un primer momento este dato me resultó simpático, pero no significativo. Terminada el trabajo, o esta etapa, creo que es un rasgo sumamente

¹²⁸ Sólo el pasaje de San Martín de los Andes a Buenos Aires cuesta arriba de 200\$ ida y

significativo, y que da cuenta del sentido más profundo de estas radios. Sin duda, hacer radio popular y comunitaria no resulta cómodo ni fácil, ni para el que la hace, ni para el que la escucha.

Sin duda tampoco los resulta cómodo, ni agradable, la existencia de estas radios a los poderes hegemónicos de nuestra sociedad. Aunque las radios de nuestro país todavía sean chicas y no les jodan en el mercado publicitario, molestan.

Molestan porque proponen otra forma de comunicación.

Molestan porque muestran que la comunicación es un derecho y no un negocio de unos pocos.

Molestan porque demuestran que el pueblo no necesita que alguien hable por ellos, que puede hablar solo, que puede exigir, que puede gritar.

Molestan porque les rompe el monopolio de la información con el cual negocian con los poderes de turno.

Molestan porque no se venden.

Cerrando el proceso de tesis

Finalmente se llega al punto final, tanto de esta tesis como de la carrera de grado. Aunque no es este el punto final a la investigación, al trabajo con las radios populares y comunitarias, a la apuesta por FARCO. Espero que este trabajo continúe.

Por esto debo reconocer una limitación de este trabajo, que tiene que ver con el enamoramiento del objeto de estudio, la falta de experiencia en investigación, limitaciones de tiempo y recursos ante un universo demasiado grande.

Considero el proceso de tesis un momento valioso para mi formación. Me permitió repensar, replantearme, cerrar, definir nociones trabajadas durante toda la carrera de grado. También me permitió descubrir puntos flojos de mi formación, que me impongo como desafío seguir trabajando.

Bibliografía

- AAVV. *Políticas nacionales para la comunicación*. Ed. CIESPAL, Quito, Ecuador, 1981.
- ALER. *Prender para aprender. Uso de la radio en la educación*. Aler. Quito, octubre de 1992.
- ALER. *Un nuevo Horizonte Teórico para la radio Popular en América Latina*. Quito, enero de 1996.
- Amarc. *Radio apasionados: 21 experiencias de radio comunitaria en el mundo*. CIESPAL. Quito, 1992
- Bassets, Luis, org. *De las ondas rojas a las radios libres*. Gustavao Gilli, Barcelona, 1981.
- Beltrán, Luis Ramiro. "Comunicación para la democracia: la radio popular y educativa de América Latina". Ponencia presentada en el Festival de Radioapasionados y Televisionarios de América Latina y el Caribe. Quito, noviembre de 1995.
- Berrigan, Frances J. *La comunicación comunitaria*. "Capítulo 1: La comunicación de carácter comunitario y el desarrollo"
- Bouissa, A., Eduardo Curuchet y Oscar Orcajo. *Las otras radios*. Nordan-Comunidad. Montevideo, 1998.
- Busso, Néstor. "Aporte del Foro Argentino de Radio Comunitarias". 2003. Mimeo
- Busso, Néstor. "Para el debate de una Ley de radiodifusión". *Revista ALERTA*, 1997.
- Cabral, María Cristina. "En búsqueda de la identidad a través de la comunicación. Radio Encuentro y la experiencia del Centro Juvenil Encuentro". *Segundas Jornadas Patagónicas de Comunicación y Cultura*. Universidad Nacional del Comahue. General Roca, septiembre de 2002.

Camacho Azurduy, Carlos Alberto. *Las radios populares como instancia de mediación gestora de ciudadanías en y desde ámbitos locales: concepciones de radialistas, reporteros populares y públicos urbanos de las afiliadas a la asociación de educación radiofónica de Bolivia (ERBOL) a puertas del próximo milenio*. Tesis de Maestría. Tutor: Mgr. René Jesús Zeballos Clavijo. Universidad Andina Simón Bolívar. La Paz, junio de 2000

Camacho, Carlos. "Investigar lo popular hoy. ¿Qué es?: Miradas ciudadanas desde las radios populares"

Castoriadis, Cornelius. "La institución imaginaria de la sociedad" **completar**

Castoriadis, Cornelius. "Psicoanálisis y autonomía. Lectura de **La institución imaginaria de la sociedad**", seleccionada y comentada por Martín Wolf-Felder. Norman Comunidad. Montevideo, 1994.

Cogo, Denise Maria. *NO AR... uma radio comunitaria*. Paulinas, Brasil, 1998.

De La Torre, Asdrúbal. Conferencia inaugural del Festival de Radioapasionados y Televisonarios de América Latina y el Caribe. Quito, noviembre de 1995.

Esperon, Carlos Rodríguez y Ernesto Lamas. "Comunicación alternativa: encuentros y desencuentros". En: *Revista Causas y azares N°3*. 1993

Expediente Judicial "Radio Encuentro c/Estado Nacional -Comité Nacional de Radiodifusión (COMFER) y Comisión Nacional de Telecomunicaciones s/Acción de inconstitucionalidad" Exte. 1229/94. Juzgado Federal de Viedma, Río Negro.

Felipe Espinoza, S. J. y Aurora Velazco. *Capacitación para la radio popular*. Aler. Quito, enero de 1992.

Freire, Paulo. *¿Extensión o comunicación?*. Tierra Nueva. Montevideo, 1973.

Freire, Paulo. *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI

Geerts, Andres y Victor Van Oeyen. *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. ALER. Quito, diciembre de 2001.

- Geerts, Andres. *Informe Nacional Argentina. Estudio de vigencia e incidencia. Radio Popular 2000*. ALER. Mayo de 2001. Uso restringido
- Gerbaldo, Judith. *Medios, organizaciones sociales y producción de REALIDAD. Sistematización de una experiencia de capacitación desde la Comunicación Popular*. Cecopal, Córdoba, Argentina, abril de 2001.
- Girard, Bruce. "Organizando las voces de Babel". *Revista Chasqui Num. 45*. Ciespal, Ecuador, abril de 1993
- Glasser y Strauss. *The Discovery of grounded theory. Strategy for qualitative research*. Nueva York, Editorial Aldine, 1967
- Gutiérrez, Hernán y María Cristina Mata. *¿Siguen vigentes las Radios Populares? Opinan 30 especialistas Latinoamericanos*. ALER. Quito, mayo de 2001.
- Horvath, Ricardo. *¿Qué hacer con la radio? La trama secreta de la radiodifusión argentina III*. Letra Buena. Argentina, noviembre de 1994.
- Huergo, Jorge y María Belén Fernández. *Territorios de Comunicación/Educación*. Universidad Pedagógica Nacional, Santafé de Bogotá, 1999.
- Huergo, Jorge. "El sentido político de la comunicación comunitaria", en AAVV. *Comunicación comunitaria y participación ciudadana*. Universidad de la República, Montevideo, 2003. En Prensa
- Kaplun, Mario. Ponencia presentada en el Festival de Radioapasionados y Televisonarios de América Latina y el Caribe. Quito, noviembre de 1995.
- Kaplun, Mario. *Producción de programas de radio*. Ciespal. Quito, diciembre de 1999.
- Lamas, Ernesto y Hugo Lewin. "Aproximación a las radios de nuevo tipo: tradición y escenarios actuales". *Revista Causas y Azares Nº 2* otoño 1995.
- Lamas, Ernesto y Rodrigo Esperon. "Comunicación alternativa: Encuentros y desencuentros". *Revista Causas y Azares Nº 3* primavera 1995.

- Lamas, Ernesto y Ximena Tordini (coord.). *LA TRIBU. Comunicación alternativa*. Ediciones La Tribu. Buenos Aires, septiembre de 2000.
- Lamas, Ernesto. "Las radios de nuevo tipo: 'La estética sin la ética no sirve para nada'". Encuentro con José Ignacio López Vigil". *Revista Cauzas y Azares N° 5* otoño 1997
- López Vigil, José Ignacio. "Y usted, ¿aun no tiene su FM comunitaria?". *Revista Chasqui Num 45*. Ciespal, Ecuador, abril de 1993.
- López Vigil, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, Ecuador. 1997.
- Loreti, Damián. *El derecho a la información. Relación entre medios, publico y periodistas*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1995.
- Loreti, Damián. "Resumen de los aspectos claves de la legislación cuestionados por FARCO". ALER – AMARC. *Base de datos legislativa sobre Radiodifusión en América Latina* (<http://aa.chasque.net/amarc/>)
- Lucas, Kintto. "El poder de la palabra". *Revista Chasqui Num 47*. Ciespal, Ecuador, noviembre de 1993.
- Mata, Maria Cristina y Javier Cristiano. *Aproximación a la realidad de las radios comunitarias argentinas*. Documento de trabajo interno. FARCO-ALER, febrero de 1995.
- Mata, Maria Cristina y Silvia Scarafia. *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Aler. Quito, octubre de 1993.
- Mata, Maria Cristina. "¿Donde están y a donde van las radios populares?". *Revista Chasqui Num 45*. Ciespal, Ecuador, abril de 1993.
- Mata, Maria Cristina. "¿Radio popular o comunitaria?". *Revista Chasqui Num 47*. Ciespal, Ecuador, noviembre de 1993.
- Mata, Maria Cristina. "Radio: Memorias de la recepción –aproximaciones a la identidad de los sectores populares-". En: *Revista Diálogos de la comunicación* num. 30, 1991.
- RA-dial. *Evaluación del curso de capacitación a distancia para productores de radio*. Unda-al – ALER. Quito, 1993.

Revista Educación y comunicación popular... ¡Desafíos presentes!. Primer Congreso nacional de educación y comunicación popular. INCUPO, Reconquista, septiembre de 2000.

Servicio conjunto de comunicaciones de las Organizaciones Internacionales de Comunicación. *NUEVOS ROSTROS para una comunicación solidaria*. OCIC/AL, UCLAP, UNDA/AL. Quito, septiembre de 1994.

Sigueiro, Ricardo y otros. *Seguimos en buena onda*. Aler. Quito, 1997.

Sirvent, María Teresa. "La Educación popular: características básicas y proceso histórico". *Educación Resistencia y creación – El pensamiento de Paulo Freire desafía*. Nueva Tierra. Buenos Aires, 2002

Sirvent, María Teresa. Mataderos

Spoletini, Benito. *Comunicación e Iglesia Latinoamericana*. Ediciones Paulinas, colección Comunicación. Buenos Aires, 1985.

Stancanelli, Pablo. "Voces múltiples por el derecho a la comunicación". En *Le Monde diplomatique*, año V, número 52, octubre 2003

Ulanovsky, Daniel. "Brevisima historia de las 'Radios libre'". *Revista Chasqui Num 44*. Ciespal, Ecuador, enero de 1993.

Villamayor y Lamas. *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. FES y AMARC. Ecuador, septiembre de 1998.

Sitios WEB

◆ Farco

<http://www.farco.org.ar>

◆ Asociación Latinoamericana de educación Radiofónica -Aler-

<http://www.aler.org.ec>

◆ América Latina en movimiento, pagina institucional de la Agencia Latinoamericana de información

<http://alainet.org>

<http://alainet.org>

◆ Asociación Católica internacional para la radio y la televisión

<http://www.unda.org>

- ◆ Asociación Mundial de Radios Comunitarias -AMARC-
<http://www.amarc.org>
- ◆ Centro internacional de estudios superiores de comunicación para América Latina - Ciespal -
<http://www.ciespal.net>
- ◆ Revista Chasqui
<http://www.ciespal.net/chasqui.htm>
- ◆ Instituto de Cultura Popular - INCUPO -
<http://www.incupo.org.ar>
- ◆ Aire Libre
<http://www.airelibre.org.ar>
- ◆ Radio Encuentro
<http://www.radioencuentro.org.ar>
- ◆ FM La Tribu
<http://www.latribu.com.ar>
- ◆ Frecuencia Zero
<http://www.frecuenciazeroweb.com.ar>
- ◆ FM Universo
<http://www.fmuniverso69.com.ar>
- ◆ Radio Revés
<http://www.radioreves.com>
- ◆ FM Pocahullo
<http://www.fmpocahullo.org>
- ◆ FM Apuntes
<http://www.apuntesfm.com.ar>
- ◆ FM Sur
<http://www.cecopal.org.ar>
- ◆ FM En transito
<http://www.fmentransito.com.ar>
- ◆ Antena Libre
<http://www.antenalibre.8m.com>
- ◆ FM Vida
<http://www.geocities.fwd.fmvida.ar>
- ◆ FM Stereo Alas
<http://www.fmalas.cjb.net>

Anexos

- 1- Acta constitutiva
- 2- Estatuto de la Asociación Civil FARCO
- 3- Propuesta de FARCO para la ley de radiodifusión
- 4- Declaración de Radioapasionados y Televisionarios
- 5- Encuesta
- 6- Multimedios que operan en el país
- 7- Convenio entre la Facultad de Periodismo y Comunicación social de la Universidad de La Plata y el Foro Argentino de Radios Comunitarias
- 8- Carta de FM ALAS en su cumpleaños numero 16
- 9- Censo Único de Organizaciones Colectivas Privadas

Acta constitutiva

En la Ciudad de Buenos Aires, el día 26 de septiembre de 1998, se reúnen la siguientes personas: Roberto Arias, DNI 14.795.527, de FM Pocahullo de San Martín de los Andes, Neuquén; Daniel Fossaroli, DNI 14.509.817, del CECOP (Aire Libre), de Rosario; Claudio Vivori, DNI 16.520.874, de Asociación Civil FM La Tribu, de Buenos Aires; Néstor Busso, DNI 8.481.037, de Fundación Alternativa Popular (Radio Encuentro), de Viedma (RN); Gustavo Videla, DNI 13.995.923, de FM Latinoamericana de Buenos Aires; Roberto Larrea, DNI 12.970.361, del Instituto de Cultura Popular (INCUPO), de Reconquista, Santa Fe; María Farias, DNI 12.671.843, de CECOPAL, Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal (FM Sur); Daniel Tornero, DNI 12.124.465, de FM Alas, de El Bolsón (RN) y Alberto Ingold, DNI 17.453.066, de Asociación Mutual P. Carlos Mugica (FM La Ranchada), de Córdoba, que firman al pie de la presente y resuelven:

1. Crear una entidad bajo la forma de Asociación Civil sin fines de lucro con el nombre de F.A.R.C.O. (Foro Argentino de Radios Comunitarias). Dicha entidad tendrá su sede en Piedras 575, planta baja, de Capital.
2. Previo cambio de opiniones, se aprueba por unanimidad el ESTATUTO que se acompaña por separado y forma parte de la presente.
3. De conformidad con el Estatuto aprobado por unanimidad se designan los órganos de Administración y Fiscalización de la entidad, de acuerdo con el siguiente detalle:

COMISION DIRECTIVA

Presidente: Néstor Busso
Secretario Ejecutivo: Claudio Vivori
Tesorero: Norberto Arias
Vocal Titular 1ero: Roberto Larrea
Vocal Titular 2do: Alberto Ingold
Vocal Titular 3ero: Gustavo Videla
Vocal Titular 4to: Daniel Fossaroli

ORGANO DE FISCALIZACION

Dos Miembros titulares: Daniel Tornero y Mario Farias

4. Se fijan las siguientes cuotas sociales mensuales: socios activos: pesos cincuenta anuales.
5. Se resuelve solicitar a la Inspección General de Justicia autorización para funcionar como Persona Jurídica facultando para efectuar trámites ante la misma, a Gustavo Enrique Videla DNI 13.995.923, Claudio Augusto Vivori DNI 16.520.874 y José Luis Alvares, CI Pol. Fed. 11.843.202, los que

podrán en forma indistinta rechazar, aceptar o proponer observaciones que pudiera formular dicho organismo de control, incluso al a denominación social.

No habiendo más asuntos para tratar, previa lectura y ratificación de la presente, se levanta la sesión.

Firman:

Nestor Busso

Claudio Vivori

Roberto Arias

Daniel Fossaroli

Roberto Larrea

Alberto Ingold

Gustavo Videla

Daniel Tornero

Marias Farias

Estatuto de la Asociación Civil F.A.R.CO.

TITULO I DENOMINACION, DOMICILIO Y OBJETO SOCIAL

Artículo 1: Con la denominación de Asociación Civil F.A.R.C.O. (Foro Argentino de Radios Comunitarias), se constituye el día 26 de septiembre de 1998 una entidad sin fines de lucro con domicilio legal en Piedras 575 de la ciudad de Buenos Aires. Se ha elegido la denominación Civil F.A.R.C.O. (Foro Argentino de Radios Comunitarias) porque la misma nuclea a medios de difusión y personas físicas que tienen como finalidad principal ser una herramienta al servicio de la comunidad.

Artículo 2: Son sus propósitos a) Reafirmar la entidad de las radios populares y/o 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.

Estos propósitos se llevarán a cabo mediante actividades tales como: 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.

TITULO II CAPACIDAD, PATRIMONIO Y RECURSOS SOCIALES

Artículo 3: La Asociación está capacitada para adquirir bienes y contraer obligaciones. Podrá en consecuencia operar con instituciones bancarias, públicas y privadas (se adjunta boleta de depósito en el Banco Nación por pesos doscientos- \$200).

Artículo 4: El patrimonio se compone de los bienes que posee en la actualidad y de los que adquiera en lo sucesivo por cualquier título y de los recursos que obtenga por: 1) Las cuotas ordinarias y extraordinarias que abonan los asociados; 2) Las rentas de sus bienes; 3) Las donaciones, herencias, legados, y subvenciones; 4) El producto de beneficios, rifas, festivales y toda otra entrada que pueda obtener lícitamente de conformidad al carácter no lucrativo de la institución.

TITULO III ASOCIADOS, CONDICIONES DE ADMISION. REGIMEN DISCIPLINARIO

Artículo 5: Se establecen las siguientes categorías de asociados:

- a) Activos: Las radios que consustanciadas con los objetivos de la entidad, sean aceptadas por la Asamblea de Socios y que tengan personería jurídica.
- b) Adherentes: Las personas físicas que, consustancias con los objetivos de la entidad, sean aceptadas por la Asamblea de Asociados.

Artículo 6: Los asociados activos tienen las siguientes obligaciones y derechos:

- 1) Abonar las contribuciones ordinarias y extraordinarias que establece la Asamblea;
- 2) Cumplir las demás obligaciones que impongan este Estatuto, reglamento y las resoluciones de la Asamblea y Comisión Directiva;
- 3) Participar con voz y voto en las asambleas cuando tengan una antigüedad de dos años y ser elegidos para integrar los órganos sociales;
- 4) Gozar de los beneficios que otorga la entidad.

Artículo 7: Perderá su carácter de asociados el que hubiere dejado de reunir las condiciones requeridas por este Estatuto para serlo.

El asociado que se atrase en el pago de tres cuotas o de cualquier otra contribución establecida, será notificado fehacientemente de su obligación de ponerse al día con la tesorería social. Pasado un mes de la notificación sin que hubiera regularizado su situación de la Comisión Directiva podrá declarar la cesantía del socio moroso. Se perderá también el carácter de asociado por renuncia o expulsión.

Artículo 8: La Comisión Directiva podrá aplicar a los asociados la siguientes sanciones: a) Amonestaciones; b) Suspensión, cuyo plazo máximo no podrá exceder de un año por las siguientes causas: 1) Incumplimiento de las obligaciones impuestas por el Estatuto, reglamento o resoluciones de las asambleas y de la Comisión Directiva; 2) Inconducta notoria; 3) Hacer voluntariamente daño a la Asociación, provocar desórdenes graves en su seno u observar una conducta que sea notoriamente perjudicial a los intereses sociales.

Artículo 9: Las sanciones disciplinarias a que se refiere el artículo anterior serán resueltas por la Comisión Directiva previa defensa del inculpado. En todos los casos, el afectado podrá interponer (dentro del término de 30 días notificado de la sanción) el recurso de apelación por ante la primera asamblea que se celebre. La interposición del recurso tendrá efecto suspensivo. En cuanto a sus derechos de asociado en el supuesto caso de ejercer el socio sancionado un cargo dentro de los Órganos Administrativos o fiscalización, podrá ser suspendido por dicho órgano en este carácter, hasta tanto resuelva su situación la asamblea respectiva. La Asamblea de Socios podrá expulsar a uno de sus socios por manifiesta inconducta o incumplimiento de Estatutos o resoluciones de la Asamblea por el voto de al menos los dos tercios de los socios.

TITULO IV COMISIÓN DIRECTIVA Y ORGANO DE FISCALIZACIÓN

Artículo 10: La Asociación será dirigida y administrada por una Comisión Directiva compuesta por 7 miembros titulares, que desempeñan los siguientes cargos: presidente, secretario, tesorero y 4 vocales. El mandato de los mismos durará un año. Habrá dos vocales suplentes, cuyos mandatos también durarán un año.

Habrá un Órgano de Fiscalización compuesto de 3 miembros titulares, el que tendrá un miembro suplente. Sus mandatos durarán dos años.

En todos los casos los mandatos son personales, únicamente revocables por la asamblea. Los miembros de los órganos sociales podrán ser reelegidos.

Artículo 11: Para integrar los órganos sociales se requiere pertenecer a la categoría de asociadas activos. Se acompaña al Estatuto la documentación que acredita la personería jurídica de las radios que son asociados activos.

Artículo 12: En caso de licencia, renuncia, fallecimiento o cualquier otra causa que ocasione la vacancia transitorio o permanente de un cargo titular, entrará a desempeñarlo quien corresponda por orden de lista. Este reemplazo se hará por el término de vacancia y siempre que no exceda el mandato por el que fuera elegido dicho suplente.

Artículo 13: Si el número de miembros de la Comisión Directiva quedara reducido a menos de la mayoría absoluta del total, habiendo sido llamados todos los suplentes a reemplazar a los titulares los restantes deberán convocar a asamblea dentro de 30 días siguientes, a los efectos de su integración. En caso de vacancia total del cuerpo, el Órgano de Fiscalización cumplirá dicha convocatoria, todo ello sin perjuicio de las responsabilidades que incumban a los miembros directivos renunciantes. En ambos casos, el órgano que efectúa la convocatoria tendrá todas las facultades inherentes a la celebración de la asamblea o los comicios.

Artículo 14: La Comisión Directiva se reunirá a menos cada tres meses, el día y hora que determine en su primera reunión anual y además toda vez que sea citada por el Presidente o a pedido del Órgano de Fiscalización o dos de sus miembros, debiendo en estos últimos casos celebrarse la reunión dentro de los 15 días. La citación se hará por circulares y con 7 días de anticipación. Las reuniones se celebran válidamente con la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros, requiriéndose para las resoluciones el voto de igual mayoría de los presentes, salvo para las reconsideraciones que requerirán el voto de las dos terceras partes en sesión de igual o mayor número de asistentes de aquella en que se resolvió el tema a considerar.

Artículo 15: Son atribuciones y deberes de la Comisión Directiva:

- a) Ejecutar las resoluciones de las asambleas, cumplir y hacer cumplir este Estatuto y los reglamentos, interpretándolos en caso de duda con cargo de dar cuenta a la asamblea más próxima que se celebre;
- b) Ejercer la administración de la asociación;

- c) Convocar a Asambleas;
- d) Presentar a la Asamblea los candidatos para la admisión de los que solicitaren ingresar como socios;
- e) Sancionar a los asociados;
- f) Nombrar al personal necesario para el cumplimiento de la finalidad social, fijarle el sueldo, determinarle las obligaciones, sancionarlo y despedirlo.
- g) Presentar a la asamblea general ordinaria la Memoria, Balance General, Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos e informe del Órgano de Fiscalización. Todos estos documentos deberán ser puestos en conocimiento de los socios con la anticipación requerida por el artículo 23 para la convocatoria a asamblea ordinaria;
- h) Realizar los actos que se especifican en los artículos 1881 y concordantes del Código Civil, con cargo de dar cuenta a la primera asamblea que se celebre, salvo los casos de adquisición y enajenación de inmuebles y constitución de gravámenes sobre estos en que será necesaria la autorización de la Asamblea;
- i) Dictar las reglamentaciones internas necesarias para el cumplimiento de las finalidades, las que deberán ser aprobadas por la asamblea y presentadas a la Inspección General de Justicia a los efectos determinados en el art. 113 de las normas de dicho organismo, sin cuyo requisito no podrán entrar en vigencia. Exceptuarse aquellas reglamentaciones que no tengan contenido estatutario.

Artículo 16: El Órgano de Fiscalización tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a) Controlar permanentemente los libros y documentación contable respaldatoria de los asientos volcados, fiscalizando la administración, comprobando el estado de la caja y la existencia de los fondos, títulos y valores;
- b) Asistir a las sesiones de la Comisión Directiva cuando lo estime conveniente, con voz y sin voto, no computándose su asistencia a los efectos del quórum;

TITULO V DEL PRESIDENTE

Artículo 17: Corresponde al Presidente o a quien lo reemplace estatutariamente:

- a) Ejercer la representación de la Asociación,
- b) Citar a las asambleas y convocar a las sesiones de la Comisión Directiva y presidirlas;
- c) Tendrá derecho a voto en las sesiones de la Comisión Directiva al igual que los demás miembros del cuerpo, y en caso de empate votará nuevamente para desempatar;
- d) Firmar con el secretario las actas de la asamblea y de la Comisión Directiva, la correspondencia y todo documento de la Asociación;

- e) Velar por la buena marcha y administración de la Asociación, observando y haciendo observar el Estatuto, reglamento, las resoluciones de las asambleas y de la Comisión Directiva.

TITULO VI DEL SECRETARIO EJECUTIVO

Artículo 18: Corresponde al Secretario Ejecutivo:

- a) Asistir a las asambleas y sesiones de Comisión Directiva, redactando las actas respectivas, las que asentarán en el libro correspondiente y firmarán con el presidente;
- b) Firmará con el presidente la correspondencia y todo documento de la Asociación;
- c) Citar a las sesiones de la Comisión Directiva de acuerdo a lo preescrito por el art. 14;
- d) Llevar el libro de actas, y, conjuntamente con el tesorero, el registro de asociados;
- e) Autorizar con el tesorero la cuenta de gastos, firmando los recibos y demás documentos de la Tesorería de acuerdo con lo resuelto con la Comisión Directiva.

No permitirá que los fondos sociales sean invertido en objetos ajenos a lo preescrito por este Estatuto;

- f) Velar por la buena marcha y administración de la Asociación, observando y haciendo observar el Estatuto, reglamento, las resoluciones de las asambleas y de la Comisión Directiva;
- g) Sancionar a cualquier empleado que no cumpla con sus obligaciones y adoptar las resoluciones en los casos imprevistos. En ambos supuestos será “ad referendum” de la primera reunión de la Comisión Directiva.

TITULO VII DEL TESORERO

Artículo 19: Corresponde al Tesorero o a quien lo reemplace estatutariamente:

- a) Asistir a las sesiones de a Comisión Directiva y a las asambleas;
- b) Llevar conjuntamente con el Secretario Ejecutivo el registro de asociados. Será responsable de todo lo relacionado con el cobro de las cuotas sociales;
- c) Llevar los libros de contabilidad;
- d) Presentar a la Comisión Directiva balances mensuales y preparar mensualmente, el Balance General y cuenta de gastos y recursos e Inventario correspondiente al ejercicio vencido; que previa aprobación de la Comisión Directiva serán sometidos a la Asamblea ordinaria;
- e) Firmar con el Presidente los recibos y demás documentos de Tesorería efectuando los pagos resueltos por la Comisión Directiva. Depositar en una institución bancaria a nombre de la Asociación y a la orden conjunta del Presidente y Tesorero, los fondos ingresados a la caja social, pudiendo retener en la misma hasta la suma que la Comisión Directiva determine;

- f) Dar cuenta del estado económico de la entidad a la Comisión Directiva y al Órgano de Fiscalización toda vez que se le exija.

TITULO VIII DE LOS VOCALES TITULARES Y SUPLENTES

Artículo 20: Corresponde a los Vocales Titulares:

- a) Asistir a las asambleas y sesiones de la Comisión Directiva con voz y voto;
- b) Desempeñar las comisiones y tareas que la Comisión Directiva les confiera;

Corresponde a los Vocales Suplentes:

- a) Entrar a formar parte de la Comisión Directiva en las condiciones previstas en este Estatuto.
- b) Podrán concurrir a las sesiones de la Comisión Directiva con derecho a voz pero no a voto. No seá computable su asistencia a los efectos del quórum.

TITULO IX DE LAS ASAMBLEAS

Artículo 21: Habrá dos clases de Asambleas Generales: ordinarias y extraordinarias.

Las Asambleas Ordinarias tendrán lugar una vez al año, dentro de los primeros cuatro meses posteriores al cierre de ejercicio cuya fecha de clausura será el 31 de diciembre de cada año y en ellas se deberá:

- a) Considerar, aprobar o modificar la Memoria, Balance General, Inventario, Cuenta de Gastos y recursos e informe del Órgano de Fiscalización;
- b) Elegir, en su caso los miembros de los órganos sociales, titulares y suplentes;
- c) Fijar la cuota social y determinar las pautas para su actualización, las que serán instrumentadas por la Comisión Directiva;
- d) Tratar cualquier otro asunto incluido en la orden del día;
- e) Tratar los asuntos propuestos por un mínimo del 5 por ciento de los socios y presentarlos a la Comisión Directiva dentro de los 30 días de cerrado el ejercicio anual.

Artículo 22: Las Asambleas Extraordinarias serán convocadas siempre que la Comisión Directiva lo estime necesario, o cuando lo solicite el Órgano de Fiscalización o el 5 por ciento de los socios con derecho a voto. Estos pedidos deberán ser resueltos dentro de un término de 10 días y celebrarse la Asamblea dentro del plazo de 30 días y sino se tomase en consideración la solicitud o se negare infundadamente, podrán requerirse en los mismos términos y procedimientos del Órgano de Fiscalización quien la convocará o se procederá de conformidad con lo que determina el art. 10 inciso 1 de la ley 22.315 o norma que en el futuro la reemplace.

Artículo 23: Las asambleas se convocarán por circulares remitidas a los domicilios de los socios con 20 días de anticipación. Con la misma antelación deberá ponerse en consideración de los socios la Memoria, Balance General,

Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos e Informe del Órgano de Fiscalización.

Cuando se sometan a consideración de la Asamblea reformas al Estatuto o reglamentos, el proyecto de las mismas deberá ponerse a consideración de los socios con idéntico plazo.

En las Asambleas no podrán tratarse otros asuntos que los incluidos expresamente en el orden del día, salvo que se encontrare presente la totalidad de los asociados con derecho a voto y se votare por unanimidad la incorporación del tema.

Artículo 24: Las Asambleas se celebrarán válidamente, aún en los casos de reforma de estatutos y de disolución social, sea cual fuere el número de concurrentes, media hora después de la fijada en la convocatoria, si antes no se hubiera reunido ya la mayoría absoluta de los socios con derecho a voto.

Serán presididas por el Presidente de la entidad, o en su defecto por quien la Asamblea designe por mayoría simple de votos emitidos. Quien ejerza la presidencia sólo tendrá voto en caso de empate.

Artículo 25: Las resoluciones se adoptarán por mayoría absoluta de votos emitidos, salvo cuando este Estatuto se refiera expresamente a otras mayorías. Cada Radio Asociada será representada por una persona. Ningún socio podrá tener más de un voto y los miembros de la Comisión Directiva y el Órgano de Fiscalización no podrán votar en asuntos relacionados con su gestión.

Los socios que se incorporen una vez iniciado el acto sólo tendrán voto en los puntos no resueltos.

Artículo 26: Con la anticipación prevista en el art. 23 se pondrá en exhibición de los asociados el padrón de los que están en condiciones de intervenir, quienes podrán efectuar reclamos hasta 5 días antes del acto, los que deberán resolverse dentro de los 2 días siguientes. No se excluirá del padrón a quienes, pese a no estar al día con tesorería, no hubieren sido efectivamente cesanteados. Ello sin perjuicio de privársele su participación en la Asamblea si no abonan la deuda pendiente, hasta el inicio de la misma.

TITULO X DISOLUCION Y LIQUIDACION

Artículo 27: La Asamblea no podrá decretar la disolución de la Asociación mientras haya una cantidad de asociados dispuestos a sostenerla, que posibiliten el regular funcionamiento de los órganos sociales.

De hacerse efectiva la disolución se designarán los liquidadores que podrán ser la misma Comisión Directiva o cualquier otra comisión de asociados que la Asamblea designe.

El Órgano de Fiscalización deberá vigilar las operaciones de liquidación de la Asociación. Una vez pagadas las deudas, el remanente de bienes se destinará a una Institución de bien común, con personería jurídica, domiciliada en el país y exento de todo gravamen en los ordenes nacional, provincial y municipal. La destinataria del remanente deberá estar reconocida como exenta de gravamen por la AFIP y la DGI, designada por la Asamblea de disolución.

Artículo 28: No se exigirá la antigüedad requerida por los arts. 6 inc. 3) y 11) durante los primeros tres años de la CONSITITUCION de la entidad.

Firman
Néstor Busso
Claudio Vivori
José Luis Alvarez.

Propuestas de FARCO para la ley de radiodifusión

En nombre del Foro Argentino de Radios Comunitarias hacemos un aporte al debate sobre una Ley de Radiodifusión. Señalamos los puntos que a nuestro criterio deberían ser tenidos en cuenta en la nueva Ley. A nuestro criterio esta Ley no debería incluir los servicios de distribución por cable.

1.- DEMOCRATIZAR LA COMUNICACIÓN

Este es el primer criterio y objetivo central de una ley de radiodifusión. Lo que está en discusión en definitiva es si todos los argentinos pueden expresarse, estar informados y comunicarse o si este derecho estará reservado a unos pocos.

Hoy el tema se torna de urgente resolución ante la concentración de la propiedad de los medios de comunicación y el avance de nuevas tecnologías. Teniendo en cuenta que son los medios los que determinan la "agenda" pública, los temas de discusión y debate, esa concentración pone en peligro el sistema democrático.

Democratizar significa garantizar la pluralidad de emisores y por tanto la posibilidad de los ciudadanos de elegir efectivamente entre diversas fuentes de información.

Creemos que la solución pasa por promover y fortalecer los medios locales, cercanos a la gente, en todo el país. Se hace imprescindible también promover "redes" que enlacen o enreden lo local, evitando las "cadenas" con un solo emisor y múltiples repetidoras.

2.- QUE ES LA RADIODIFUSIÓN

A nuestro entender la radiodifusión es la actividad por la cual se ejerce un derecho humano: el derecho a la información y a la libertad de expresión, o como se define actualmente el derecho a la comunicación. El Art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que "todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión...".

Posteriormente distintas convenciones y pactos han recogido y profundizado esa definición. Entre ellos los Pactos de 1966 sobre Derechos Civiles y Políticos y sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales. También la Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica) que en su Art. 13, Párrafo 1, expresa que "toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir, y difundir informaciones de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento a su elección."...

En la actualidad, la concepción de este derecho humano tiende a ampliarse, considerándose más apropiado hablar de Derecho a la comunicación. En ese sentido se expiden tres reuniones de expertos propiciadas por la UNESCO (Estocolmo 1978, Manila 1979 y Londres 1980). El Derecho a Comunicar se entiende como "el núcleo interior de una serie de

libertades mutuamente relacionadas en el campo de la comunicación, rodeado por la libertad de expresión, la libertad de opinión y la libertad de información, las cuales no son absolutas en si mismas sino que constituyen los campos principales de la vida humana en los cuales se ejerce el derecho fundamental a comunicar (Fisher, Desmond. Cuaderno 94 Estudios y Documentos sobre Comunicación Social de la UNESCO).

La radiodifusión, además, es una actividad de interés público. Pero no un "servicio público" por cuanto el servicio público es de titularidad estatal (que concede el servicio) mientras que entendemos que la radiodifusión es el ejercicio de un derecho humano universal y por tanto los titulares del derecho son todos los ciudadanos y el Estado administra el recurso (el espectro) para su mejor uso.

3.- MODELOS DE RADIODIFUSIÓN

Proponemos la coexistencia de tres modelos de radiodifusión, de acuerdo a las formas de propiedad de los adjudicatarios:

1. Estatal público: titulares de las licencias son el Estado nacional, las provincias y Municipios.
2. Privado comercial: los adjudicatarios de licencias de este sector son personas físicas o jurídicas de cualquier tipo.
3. Social participada o comunitaria: los titulares de licencias son organizaciones sociales, entidades sin fines de lucro, Universidades e Iglesias.

A cada uno de los sectores o "modelos" se le asignará una parte del espectro en cada banda. El estado tendrá asegurado un canal para cada nivel (nac., prov., muni.) y los otros sectores se dividirán garantizando que cada uno tenga al menos el 33% de las frecuencias en cada banda.

4.- CONDICIONES DE LOS ADJUDICATARIOS DEL SERVICIO

Los licenciarios deberán cumplir las siguientes condiciones:

Las personas físicas: ser argentinos nativos, por opción o naturalizados con más de 10 años de residencia en el país; no estar inhabilitado civil o penalmente para ejercer comercio, ni condenado penalmente por la comisión de delitos dolosos.

Las personas jurídicas de carácter comercial: estar constituídas legalmente en el país. Los socios deberán cumplir las condiciones exigidas a las personas físicas. No tener vinculación societaria o cualquier otra forma de sujeción con empresas extranjeras. Se permitirá la participación extranjera en forma minoritaria y a condición de la existencia de acuerdos de reciprocidad que efectivamente se cumplan.

Organizaciones sociales o entidades sin fines lucro: tener personería jurídica reconocida. La totalidad de los miembros de sus órganos administrativos deberán cumplir las condiciones exigidas a personas físicas. Las personas físicas o jurídicas licenciarios de los servicios de radiodifusión no podrán ser titulares de concesiones o autorizaciones para la prestación de servicios públicos o que tengan dependencia económica o jurídica con empresas prestadoras de dichos servicios. Tampoco podrán ser licenciarios

los funcionarios de cualquier poder u organismo del Estado Nacional o de los Estados provinciales o los municipios, ni militares en actividad.

5.- AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Será un ENTE FEDERAL DE RADIODIFUSIÓN integrado por un Presidente designado por el poder Ejecutivo Nacional y cinco representantes de las provincias elegidos por región.

Se creará un CONSEJO ASESOR integrado por representantes de ambas Cámaras del Congreso nacional, las Provincias, las Cámaras Empresarias privadas, de las Entidades sin fines de lucro propietarias de emisoras y los Trabajadores de los medios.

Las Provincias tendrán participación en la confección del Plan de frecuencias y en la adjudicación de frecuencias de baja y media potencia (hasta 1000 W). Las provincias tendrán poder de policía para controlar la calidad técnica de las emisoras de baja y media potencia de acuerdo a parámetros establecidos por la Secretaría de Comunicaciones de la Nación y el Consejo Federal de Comunicaciones.

6.- PUBLICIDAD

Los tres tipos de emisoras podrán tener auspiciantes y emitir publicidad comercial como forma de financiar su funcionamiento. La emisión de publicidad estará reglamentada y limitada por la ley con un máximo de 12 minutos por hora para televisión y 14 minutos por hora para radio. No se permitirá la publicidad encubierta o disfrazada dentro de los programas, con la sola excepción de la publicidad estática en eventos deportivos. La publicidad se emitirá en tandas claramente diferenciadas del resto de la programación y con el mismo volumen de audio que el resto de la programación.

7.- PRODUCCION PROPIA

Nos parece necesario evitar las cadenas de repetidoras que concentran el poder comunicacional en pocas manos. Para esto proponemos la exigencia de producción propia para las emisoras privadas comercial no inferior al 25% en televisión y 50% en radio. En las emisoras de "propiedad social" y en las estatales o públicas la producción propia será de al menos el 70%. Este tipo de emisoras no podrán entregar ni concesionar espacios a terceros ni a productoras comerciales. Solo podrán ceder espacios a otras entidades sin fines de lucro.

Las emisoras de radio y TV deberán incluir un servicio informativo local y propio. Esto permite valorar la información local -con todo lo que implica de cercanía a la audiencia- y amplía las posibilidades laborales de los trabajadores de prensa. De igual manera se exigirá que al menos un 15 % de la programación esté destinado a programas de ficción de producción nacional en las estaciones de TV.

No se permitirá la transmisión continua en cadena con excepción de eventos especiales o con un máximo de 15 minutos por hora de programación.

8.- PRODUCCIÓN NACIONAL

La producción debe ser nacional en por lo menos un 60% en radio y 50% en televisión (en Europa el mínimo es de 60%).

En las emisoras de "propiedad social" la producción nacional debe ser al menos del 80% y al menos la mitad del 20% restante debe ser de producción latinoamericana.

La publicidad debe ser en un 100% de producción nacional.

9.- EXIGENCIAS TÉCNICAS

Es necesario que las exigencias técnicas de la legislación sean diferenciadas según la banda, potencia y localización de cada emisora. Las exigencias deben ser menores para emisoras de baja potencia y para las localizadas en zonas rurales o localidades del interior del país donde el espectro está poco utilizado. No es lo mismo una emisora de FM en el centro de una Capital -con el espectro saturado- que en zonas rurales de baja densidad de población.

10.- IMPEDIR MONOPOLIOS

A nuestro entender la Ley debería impedir que una misma empresa o grupo económico opere más de una frecuencia por banda.

En todo caso y siempre que se asegure que un mismo grupo empresario no supere el 30% de las frecuencias en operación en una zona de cobertura se permitirá hasta 4 frecuencias adjudicadas a una misma empresa o entidad. Las cadenas solo serán permitidas para eventos especiales o con enlaces que no superen los 15 minutos por hora de emisión.

En el caso de redes de emisoras se deberá garantizar que efectivamente es posible transmitir desde cada punto de la red y que efectivamente eso se hace. En ese caso se permitirá la transmisión en red de hasta el 30 % de la programación.

La idea es posibilitar las redes y limitar las "cadenas".

11.- ADJUDICACIÓN DE FRECUENCIAS

Las emisoras estatales se adjudicarán automáticamente facilitando para cada localización en todo el país la recepción de un canal administrado por el estado nacional, uno provincial y uno municipal.

Las frecuencias para emisoras privadas comerciales y de propiedad social serán adjudicados por concursos que se abrirán automáticamente a demanda de un interesado en operar una frecuencia.

En el caso de las de propiedad social el criterio de adjudicación será el Plan de servicios y el aval de la Comunidad en la cual se inserta la emisora. Las frecuencias se asignan por un plazo de 15 años.

Transferencia de licencias

Se podrán transferir con previa autorización del COMFER solo las licencias de emisoras privadas comerciales.

Las licencias de personas jurídicas sin fines de lucro serán intransferibles.

12.- EMISORAS DE RADIO Y TV COMUNITARIA O DE PROPIEDAD SOCIAL (incluyen Universidades e Iglesias)

Se reservará al menos el 33% del espectro en cada banda. Se adjudicarán por concurso a pedido de una entidad y el criterio de selección será en primer lugar el "Plan de servicios" presentado. Las licencias para este sector serán intransferibles.

Tendrán una mayor exigencia de producción propia y producción nacional.

Cuando se trate de entidades sin fines de lucro deberán acreditar participación de organizaciones de la comunidad en su programación. La programación deberá contener al menos 5 horas semanales de programación educativa-cultural.

Estarán obligadas a difundir al menos durante una hora por día información de carácter comunitario, de servicio y/o actividades de Organizaciones de la Sociedad Civil.

Mantendrán en forma permanente al menos una campaña de prevención de salud o difusión de Derechos Humanos o Derechos del niño o Derechos del Consumidor.

Difundirán música de autores y/o interpretes locales al menos en un 10% de su programación.

13.- REGIMEN TRIBUTARIO

Exentos de todo impuesto o gravamen con las siguientes excepciones:

- a) Impuesto a las Ganancias según corresponda.
- b) Tasas retributivas: alumbrado, barrido y limpieza, aguas.
- c) Contribución de mejoras
- d) Tasa por permiso y fiscalización del COMFER sobre la facturación neta mensual, de acuerdo a la siguiente escala

En Capital y Gran Bs As y ciudades de más de un millón de habitantes

Emisoras de Radio AM y TV: 2%

Emisoras FM de más de 5Kwatt de potencia: 1.5%

Emisoras de menos de 5Kw y Televisión UHF: 1%

En el resto del País

Emisoras de radio AM y TV: 1%

Emisoras FM y Televisión UHF de más de 5 Kw: 1%

Emisoras FM y Tel. UHF entre 1 y 5 Kw: 0.75%

Emisoras FM de menos de 1000 watt:0.5%

14.- REGULARIZACIÓN DE EMISORAS ACTUALMENTE OPERATIVAS (disposiciones transitorias)

Creemos importante terminar con la gran cantidad de juicios que normas contradictorias y en muchos casos inconstitucionales generaron. De no terminar con los juicios no hay forma de normalizar el espectro. Se respetarán las licencias otorgadas por Decreto y cuyo trámite no esté impugnado administrativa o judicialmente.

Mediante disposiciones transitorias se establecerá la regularización del espectro radioeléctrico en FM, otorgándose licencias (reservando la facultad de modificar parámetros de emisión y que establezca la reglamentación) en la medida que se cumplan los requisitos de la ley y en el orden de prelación que se establece a continuación:

1. Frecuencias operativas con Permiso Precario y Provisorio otorgado por aplicación del Decreto 1357/89 y resolución COMFER 341/93 que mantengan la titularidad y parámetros técnicos de la inscripción original.
2. Frecuencias operativas que operen en virtud de sentencias judiciales firmes.
3. Frecuencias que se operen en virtud de resoluciones judiciales inclusive aquellas con el carácter de medida cautelar.
4. Frecuencias operativas que se encuentran inscriptas según Resolución 142/96

El proceso de normalización deberá estar concluido en un plazo no mayor a los 120 días.

Se derogarán y considerarán nulos los Decretos 310/98 y 2/99. Para las presentaciones a concurso o solicitudes de adjudicación de acuerdo a esa normas, la presentación (que podrá ser ampliada o corregida después de aprobada la reglamentación de la presente Ley) se considerará válida como antecedente y tendrá prioridad en el llamado a concurso, al que se convocará en un plazo no mayor a 180 días.

Declaración de los Radioapasionados y Televisionarios

Nosotros, los participantes en el Gran Festival de la Radio y la Televisión Comunitaria y Popular de América Latina y el Caribe, organizado por el Grupo de los Ocho (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER; Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC; Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - CIESPAL; Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social - FELAFACS; Federación Internacional de Periodistas - FIP; Asociación Latinoamericana de Comunicación Grupal - PROA; Radio Nederland Training Center - RNTC; y Asociación Católica Latinoamericana de Radio, Televisión y Medios Afines - UNDA/AL), apoyado por el Centro Canadiense de Estudio y Cooperación Internacional - CECI y el Consejo Mundial para la Radio y la Televisión - CMRTV, celebrado en Quito, Ecuador, del 20 al 24 de noviembre de 1995,

DECLARAMOS QUE

1- La libertad de expresión, derecho fundamental e inalienable de la persona y de los pueblos, se afirma sobre la justicia social y constituye la mejor garantía de la democracia y la paz.

2- La sociedad civil puede y debe ejercer la libertad de expresión a través de medios de comunicación propios que le den voz e imagen públicas y le permitan ser sujeto de su propio desarrollo.

3- Centenares de experiencias exitosas de radio y televisión comunitaria y popular desarrolladas desde hace 50 años en los países de América Latina y el Caribe, nos han legitimado ante nuestros públicos, conquistando así el derecho al reconocimiento legal. Ellas han sido y siguen siendo expresión de las mayorías marginadas y empobrecidas de la región.

4- En estos tiempos de globalización y homogenización crecientes, las radios y televisoras comunitarias y populares se convierten en espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas. El derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas, se vuelve hoy un imperativo de la democracia.

5- La defensa de los Derechos Humanos, el respeto a la identidad étnica, la preservación del medio ambiente el protagonismo de los jóvenes la protección de la niñez y la tercera edad, la educación y la salud, la denuncia de la corrupción, así como la integración regional constituyen prioridades de nuestro quehacer comunicacional.

6- La participación democrática de las mujeres en los medios de comunicación debe estar garantizada en todos sus niveles. Ello supone, especialmente, presentar una imagen real y valorada de la mujer en la radio y la televisión, incrementar la producción de programas desde una perspectiva de género y promover medios de comunicación propios.

7- Repudiamos las acciones de algunos gobiernos y propietarios de medios destinadas a entorpecer la labor de los medios comunitarios y populares. El cierre arbitrario de emisoras, la confiscación de equipos, la detención de periodistas y comunicadores, la negativa o demora injustificada en la asignación de frecuencias, atentan contra la libertad de expresión y deben ser condenadas.

8- Los gobiernos no solamente deben autorizar, sino garantizar la existencia de los medios de comunicación comunitarios y populares como una tercera forma de propiedad, la social, con igual categoría que la privada comercial y la estatal. De este

modo, se asegura la independencia del ejercicio comunicacional respecto a finalidades lucrativas o políticas.

9- El espectro radioeléctrico debe compartirse equitativamente entre todos los sectores de la sociedad civil. Una cuota de frecuencias deberá reservarse para las empresas sociales sin fines de lucro en las bandas de AM y FM, en los canales de televisión, así como en las actuales negociaciones sobre difusión numérica.

10- En las concesiones de frecuencias a las radios y televisoras comunitarias y populares, no deben existir restricciones arbitrarias ni discriminaciones en cuanto a la cantidad de emisoras por localidad, a la potencia de la señal, a la venta de espacios publicitarios, a la formación de redes ni al empleo de las nuevas tecnologías, como ocurre en algunos países.

11- Se hace cada vez más urgente la revisión y modernización de las legislaciones vigentes en los países de América Latina y el Caribe respecto a las telecomunicaciones. En muy pocas se contempla, en efecto, la creación de nuevos medios de comunicación comunitarios y el fortalecimiento de los ya existentes, tal como se reconoció en el Plan de Acción aprobado en el Seminario sobre el Desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América Latina y el Caribe celebrado bajo los auspicios de la UNESCO, las Naciones Unidas y el PNUD (Santiago de Chile, mayo 1994).

12- Los medios de comunicación estatales, comerciales o sociales, deben cumplir con el espíritu del servicio público y la responsabilidad social del periodismo, respetando los derechos laborales de los periodistas y demás trabajadores de la comunicación, rigiéndose en sus programaciones a un mismo código de ética y promoviendo valores nacionales y humanistas entre la población.

Saludamos entusiastamente la unidad lograda en el Grupo de los Ocho. Esta alianza se consolidará y ampliará convocando, particularmente, a todas las redes regionales de comunicación comunitarias y populares, y promoviendo la cooperación sur-sur.

Invitamos a los gobiernos, a las agencias de cooperación internacional, a las organizaciones no gubernamentales, a los gremios periodísticos, a los medios de comunicación comerciales y estatales, a todos los radioapasionados y televisionarios a sumarse a este movimiento internacional que busca democratizar las comunicaciones para así contribuir a la democratización de nuestras sociedades.

Quito, 24 noviembre 1995

Vicente Martínez
ALER

José Ignacio López Vigil
AMARC

Dr. Ardrúbal de la Torre
CIESPAL

Elsy Manzanares
FIP

Cristina Romo
FELAFACS

Alma Montoya
PROA

José Pérez Sánchez
RNTC

Carlos Cortés
UNDA-AL (SCC)

Ives Petillón
CECI

Paul E. Lami
CMRTV

Encuesta

A todas las Radios:

Me encuentro realizando un trabajo de investigación sobre la situación de las radios populares y comunitarias de Argentina. Esta investigación corresponde a mi tesis de grado de la Licenciatura en Comunicación Social, y es dirigida por el Profesor Jorge Huergo y codirigida por la Profesora María Belén Fernández, ambos Profesores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad de La Plata.

Los datos obtenidos en esta investigación permitirán actualizar los datos de todas las radios pertenecientes a FARCO, con quien se viene realizando un trabajo conjunto.

Mi interés es conocer las características y problemáticas de las radios comunitarias y populares de Argentina, en particular con las radios afiliadas al Foro Argentino de Radios Comunitarias.

El informe final será facilitado a todas las radios que les interese y a FARCO, quien suministró la información necesaria para hacer este trabajo posible, en el marco del Convenio entre FARCO y la Facultad. Este trabajo no tiene ningún tipo de financiamiento ni pretende ser instrumento para buscarlo. Espero que el resultado de esta investigación, además de finalidad académica, pueda servir al trabajo organizativo de FARCO.

En esta primer etapa estoy realizando un relevamiento de las principales características de todas las radios de FARCO, por lo cual les pido colaboración para completar la encuesta que se presenta a continuación. Contestarla no les demorará más que 10 minutos. Les solicito que me la respondan y me la reenvíen en el menor tiempo posible.

Muchas gracias,

Maria Clara Busso
56 nº 809 e/ 11 y 12
La Plata (1900)
mycbusso@ba.net

1. ¿Cuál es el nombre de la radio y la frecuencia en la que transmite?
 2. Nombre de un contacto o del director/a de la radio
 3. ¿Dirección y localidad de la radio?
 4. Dirección electrónica y página web, si la tiene
 5. ¿Cuál es la potencia del transmisor?
 6. ¿Quién es la persona o entidad propietaria?
 7. ¿Bajo que figura legal funciona?
-

Si mantiene dos formas simultaneas de personería jurídica indíquelo

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> No cuenta con personería jurídica | <input type="radio"/> Fundación |
| <input type="radio"/> Persona física | <input type="radio"/> Asociación civil |
| <input type="radio"/> Sociedad de hecho | <input type="radio"/> Iglesia |
| <input type="radio"/> Cooperativa | <input type="radio"/> SRL o SA |
| <input type="radio"/> Universidad | <input type="radio"/> Asociación Mutual |
| <input type="radio"/> Organismo del Estado | <input type="radio"/> Otra. ¿Cuál? |

8. ¿En que fecha la radio empezó a salir al aire?

9. ¿Cuál es la situación legal de la frecuencia?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> PPP | <input type="radio"/> Inscripción Res. 142/96-SC |
| <input type="radio"/> PPP transferido o comprado | <input type="radio"/> No se a realizado ningún tramite |
| <input type="radio"/> Amparo judicial o medida cautelar | <input type="radio"/> Registro provincial |
| <input type="radio"/> Licencia otorgada | <input type="radio"/> Otra |
| <input type="radio"/> Licencia en tramite (Decreto 310) | |

10. ¿En que horarios transmite la radio?

11. ¿Tiene conexión a Internet? SI – NO

12. ¿Tiene computadora/s para edición digital? SI - NO ¿Cuántas?

13. ¿Cuál es el públicos que pretende captar la radio?

14. ¿Cuál es el público potencial? Cantidad de población en el área de cobertura

15. ¿Qué público cree que los escucha efectivamente? ¿Cuál es la audiencia?

16. Objetivos de la radio

17. ¿Cómo se denominan?

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Comunitaria | <input type="radio"/> Barrial |
| <input type="radio"/> Popular | <input type="radio"/> Local |
| <input type="radio"/> Educativa | <input type="radio"/> Alternativa |
| <input type="radio"/> Ciudadana | <input type="radio"/> Otro |
| <input type="radio"/> Rural | |

18. ¿Cuáles son los motivos por los cuales consideran que les cabe esa denominación?

19. Tipo de genero que predomina

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="radio"/> Informativo | <input type="radio"/> Educativos |
| <input type="radio"/> Revista Radiofónica | <input type="radio"/> Religioso |
| <input type="radio"/> Musical | <input type="radio"/> Otro |

20. ¿Cuántas personas trabajan en la radio y a que función se dedican?

| Rentadas | | Voluntarios | | | | Función prioritaria |
|----------|-----|-------------|-----|-------------|-----|--------------------------|
| Muj | Var | Permanentes | | Ocasionales | | |
| | | Muj | Var | Muj | Var | |
| | | | | | | Operadores |
| | | | | | | Administrativos |
| | | | | | | Periodistas |
| | | | | | | Locutores comerciales |
| | | | | | | Vendedores de publicidad |
| | | | | | | Conductores de programas |
| | | | | | | Productores |
| | | | | | | Otros |

21. ¿Qué género musical predomina?

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> Rock Nacional | <input type="radio"/> Tropical |
| <input type="radio"/> Rock Latinoamericano | <input type="radio"/> Cuarteto |
| <input type="radio"/> Rock internacional | <input type="radio"/> Tango |
| <input type="radio"/> Folclore nacional | <input type="radio"/> Música Local |
| <input type="radio"/> Folclore Latinoamericano | <input type="radio"/> Cumbia villera |
| <input type="radio"/> Melódico | <input type="radio"/> Otro |
| <input type="radio"/> Clásico | |

22. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de la emisora?

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Publicidad | <input type="radio"/> Aporte de la institución propietaria |
| <input type="radio"/> Cooperación Internacional | <input type="radio"/> Aporte de los trabajadores de la radio |
| <input type="radio"/> Venta de espacios | <input type="radio"/> Club de amigos |
| <input type="radio"/> Aporte organizaciones populares | <input type="radio"/> Capacitaciones |
| <input type="radio"/> Aporte empresario | <input type="radio"/> Peñas, recitales, fiestas |
| <input type="radio"/> Proyectos sociales con organizaciones gubernamentales o ONG nacionales | <input type="radio"/> Otros |

23. ¿Que temas son tratados en la emisora?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Temas sociales | <input type="radio"/> Deportes |
| <input type="radio"/> Religiosos | <input type="radio"/> Infancia |
| <input type="radio"/> Espectáculo | <input type="radio"/> Ecología |
| <input type="radio"/> Problemática agropecuaria | <input type="radio"/> Economía |
| <input type="radio"/> Temas del barrio | <input type="radio"/> Familia |
| <input type="radio"/> Política Internacional | <input type="radio"/> Fiestas, celebraciones |
| <input type="radio"/> Política Nacional | <input type="radio"/> Sucesos |
| <input type="radio"/> Política Local | <input type="radio"/> Tercera edad |
| <input type="radio"/> Policiales | |

Otros. ¿Cuál o cuáles?

24. ¿Cuales son las fuentes informativas de noticias internacionales? ¿Nacionales, provinciales y locales? Marcar con una X lo que corresponda

| Int. | Nac. | Prov. | Loc. | | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Organizaciones de la comunidad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Diario Ámbito Finan. |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Miembros de la comunidad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Diario La Nación |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Investigación propia | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Diario Crónica |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sindicatos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Diario Local. ¿Cuál? |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Policía | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Radio Mitre |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Funcionarios | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Radio Continental |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Partidos políticos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Radio Nacional |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Satélite: Alred | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Radios comunitarias |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Satélite: Radio | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Otras radios |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Nederland | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | TELEFE |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Satélite | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Canal 13 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Internet | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Canal 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | TELAM | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | América |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | DYN | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Canal 9 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Redes o agencias alternativas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Crónica TV |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Otra agencia de not..... | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Todo Noticias |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Diario Clarín | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Canal Local..... |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Diario Pagina 12 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Otros |

25. ¿Cuáles son las formas de participación del público?

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Fuente de información | <input type="radio"/> Datos para investigación de temas |
| <input type="radio"/> Pedido de temas musicales | <input type="radio"/> No participa |
| <input type="radio"/> Visita | <input type="radio"/> Otros |
| <input type="radio"/> Realización de programas | |

26. El edificio donde funciona la radio es

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> Propio | <input type="radio"/> Prestado |
| <input type="radio"/> Alquilado | |

27. Principales éxitos de los años que funciona la radio

- 1-
2-

28. Principales dificultades de los años que funciona la radio

- 1-
2-

29. Necesidades inmediatas a solucionar

- 1-
2-

30. ¿Qué vínculos o relaciones mantiene la radio con las siguientes instituciones?

| Estado | Partidos Politico | Sindicatos | Juntas vecinales | Organ. sociales | |
|--------|----------------------|------------|---------------------|--------------------|--------------------------------------|
| | | | | | Co-producción de programas |
| | | | | | Publicidad |
| | | | | | Capacitaciones en comunicación |
| | | | | | Financiación para proyectos sociales |
| | | | | | Fuente de información |
| | | | | | Compra de espacios |
| | | | | | Ninguno |
| | | | | | Otras..... |

31. ¿La radio es parte de organizaciones internacionales de radios?

- ALER
 WACC
 AMARC
 Otra
 UNDA

32. ¿De que otras organizaciones es parte la radio?

- 1-
 2-
 3-
 4-

33. ¿Qué los motivo a pertenecer a FARCO?

34. ¿La radio realiza otras actividades? No..... Si..... ¿Cuáles?

- Festivales
 Comedor
 Talleres de periodismo
 Cursos de capacitación laboral
 Espacio cultural
 Asesoramiento legal
 Muestras
 Publicación de revistas
 Sala de exposiciones
 Publicación de libros
 Murga
 Charlas-debate
 Biblioteca
 Peñas
 Bar
 Otros
 Apoyo escolar

35. Puede señalar brevemente los momentos más significativos de la historia de la radio (etapas, redefiniciones, quiebres, elaboración de nuevos proyectos, etcétera)

36. tros comentarios que crea importantes

Multimedios que operan en el país

Ñ Grupo Clarín

Composición accionaria: 82% GC Dominio (Ernestina Herrera de Noble, Héctor Magneto, Lucio Pagliaro y José Aranda); 18 % Goldman Sachs SA.

- Gráficos: Canal Arte Gráfico Editorial Argentino SA (AGEA); Diario Clarín; diario Olé; diario La Razón (75% Grupo Clarín, 25% Familia Spadone); Revistas Genios; Elle Argentina; Elle Decoración; Elle Novias (a las tres . Elles las controla mediante Editora de Revistas SA); Artes Gráficas Rioplatense, fascículos, libros, etc; Impripost, impresión y distribución, (Grupo Clarín y Organización Techint); CIMECO, Compañía Inversora en Medios de Comunicación (33,4 % Grupo Clarín; 33,3% Diario La Nación; y 33,3% el español Grupo Correo), que controla: Diario La Voz del Interior (Córdoba), Diario Los Andes (Mendoza); Revista Nueva (dominical, asociados con otros diarios del interior); Agencia Diarios y Noticias, DyN (controla Grupo Clarín; La Nación, asociados con El Cronista, Buenos Aires Herald y 13 diarios del interior del país); Papel Prensa S.A. (36,9% del Grupo Clarín; 36,9% diario La Nación y 26,2% Estado Nación).

Diario Página /12. Su editor responsable es Fernando Sokolowicz. Las versiones más serias relacionan al matutino y sus subproductos (Diario Rosario/12, Revista Página 30) al CEO de Clarín, Héctor Magnetto. La empresa La Página S.A. no ha brindado información oficial al respecto.

- Televisión: Canal 13 (Artear SA); Señal Volver; Señal Magazine; Señal TN (Todo Noticias); Señal TyC Sports; Señal TyC Max; Canal 12 (Córdoba); Canal 7 (Bahía Blanca); TVC Pinamar; MTV Miramar; TSN Necochea; Multicanal; Supercanal Holding (51,2% Grupo Uno -Vila - Manzano- ; 28,2% MasTec - Mas Canosa - ; 20 % Grupo Clarín); Trisa, Telered Imagen SA / Televisión Satelital Codificada SA (50% Grupo Clarín; . 50% Torneos y Competencias); Teledeportes SA, transmisión y merchandising de clubes;

- Televisión satelital: Direct TV (74% Hughes Entertainment; 20% Grupo Cisneros y 4 % Grupo Clarín (a través de Raven Media Investment).

- Productoras: Pol - Ka (30 % Grupo Clarín); Patagonik Film Group SA (30% Grupo Clarín; 30% Admira; 30 % Buena Vista Internacional /Disney; 10 % Pablo Bossi); Grupo Clarín Gestión Compartida
 - Emisoras radiales: Radio Mitre (AM 790); FM 100; Gen FM 101,5.
 - Digitales e Interactivos: PRIMA - Primera Red Intercativa de Medios Argentinos (82% Grupo Clarín y 18 % Banco Provincia); PRIMA Do Brasil (se desconoce su % de participación); Proveedor Ciudad Internet; Datamarkets; Fullzero; Clarin.com (Clarín Global); Ubbi (Clarín Global)
 - Otros: Ferias y Exposiciones Argentinas SA; Audiotel SA, llamadas telefónicas concursos y otros (50% Grupo Clarín)

Ñ **Diario La Nación**

Composición accionaria: Matilde Noble Mitre de Saguier 66%; Bartolomé Mitre 10% y 'otros' 24%. Durante este año, versiones periodísticas indicaban que los dueños de La Nación, eran los titulares de la banca off shore, Barton Corp. La empresa La Nación no ha fijado posición al respecto.

- Gráficos: Diario La Nación SA; CIMECO (Compañía Inversora en Medios de Comunicación (33,4 % Grupo Clarín; 33,3% Diario La Nación; y 33,3% el español Grupo Correo) que controla: Diario La Voz del Interior (Córdoba), Diario Los Andes (Mendoza); Revista Gestión (50 % La Nación y 50% Grupo HSM); Revista Rolling Stone (lo comparte con Ediciones La Urraca se desconoce composición); Revista Lugares; Revista Ahora Mamá; El jardín en la Argentina; Agencia Diarios y Noticias, DyN (controla Grupo Clarín; La Nación, asociados con El Cronista, Buenos Aires Herald y 13 diarios del interior del país); Papel Prensa S.A. (36,9% del Grupo Clarín; 36,9% diario La Nación y 26,2% Estado Nación).

- Digitales e Interactivos: La Nación on Line, portal.

Ñ **Grupo Hicks, Muse, Tate & Furst Incorporated (HMT&F)**

Composición accionaria: 72,27% HMT&F; 23% Citicorp; 4,73% en oferta pública en la Bolsa. Actúa como fondo de inversión.

- Gráficos: Editorial Atlántida (57% Grupo Vigil y 43 % HMT&F)

- Gráficos, radial y TV: Torneos y Competencias (54% Liberty; 20 % Admira; 20 % HMT&F y 6% Grupo Avila Inversora).
- Televisión: Cablevisión. (50% VLG Argentina y el resto por diversas compañías bajo control del HMT&F), que cuenta con las siguientes señales: Space; I- Sat; Infinito; Locomotion; CI@se; HTV; Much Music; Venus; Playboy TV; FTV y distribuye la señal de Crónica TV al interior del país.
- Productoras: Claxon Interactive Group (45% Grupo Cisneros; 35% HMT&F; 20 % accionistas fundadores del portal El Sitio, es decir, Guillermo Liberman, Roberto Vivo, IMPSAT, Ricardo Verdaguer y Roberto Cibrián).
- Digitales e Interactivos: Fibertel Internet; Dynamo; Sitio Digital Channel; El Sitio.com; Cupido.net; Teledigital, que se extiende en la Patagonia;

Ñ **Grupo Torneos y Competencias**

Composición accionaria: 54% Liberty; 20 % HMT&F; 20 % Admira y 6% Grupo Avila Inversora.

- Gráficos: Revistas El Gráfico (50 % Torneos y Competencias y 50 % Grupo Uno Vila - Manzano); Revista Golf Digest.
- Radial: La Red (90 % Torneos y Competencias y 10% Grupo Uno Vila - Manzano).
- Televisión: Trisa, transmisión de fútbol, partidos en vivo o diferidos (Telered Imagen SA / Televisión Satelital Codificada SA) (50% Grupo Clarín; 50% Torneos y Competencias); Señal TyC Sports; Señal TyC Max.
- Productoras: Teledeportes SA, transmisión y merchandising de clubes; Entrada Plus

Ñ **ADMIRA (ex Telefónica Media de Telefónica de España)**

Composición accionaria: El 100% pertenece a Telefónica Internacional, dominada por Telefónica de España

- Gráficos: Editorial García Ferré (50% Admira, 50% García Ferré).
- Televisión: Canal Telefé; Telefé Internacional; Ocho Canales en el interior del país.

- Gráficos, radial y TV: Torneos y Competencias (54% Liberty; 20 % Admira; 20 % HMT&F y 6% Grupo Avila Inversora
 - Emisoras radiales: Radio Continental (AM 590); FM Hit 105.5
 - Productoras: Patagonik Film Group SA (30% Admira, se desconoce el resto); P&P Endemol (65% Admira, se desconoce el resto).
 - Digitales e Interactivos: Proveedor Internet Advance; Portal Internet Terra
 - Telefonía: Telefónica de Argentina; Telefonía celular Unifon
 - Otras: Sprayette (72% Admira, se desconoce el resto)

Ñ **América Multimedios**

Composición accionaria: 50,5 % Grupo Avila Inversora; 49,50% Grupo Uno Vila / Manzano.

- Gráficos: Diario Ambito Financiero (80 % Julio Ramos, 20% Grupo Avila Inversora); Revista La Primera
 - Televisión: Canal América TV (se supone que el 73 % Grupo Avila Inversora; 17% Eduardo Eurnekian); 4 Canales del Interior del país; Señal Cablevisión Noticias, CVN (Se supone que 73 % Grupo Avila Inversora; 17% Eduardo Eurnekian).

Ñ **Grupo Uno - Vila / Manzano**

Composición accionaria: 95% Vila; 5% Manzano.

- Gráficos: Revista El Gráfico (50 % Torneos y Competencias, 50% Grupo Uno).
- Emisoras radiales: La Red (90 % Torneos y competencias y 10% Grupo Uno Vila - Manzano); Radio Rivadavia (Luis Cetrá y Grupo Uno se desconoce %)
- Televisión: Supercanal Holding (51,2% Grupo Uno -Vila - Manzano- ; 28,2% MasTec - Mas Canosa -; 20 % Grupo Clarín). Del 51,2 % del Grupo Uno: 97,3% Familia Vila; 2,7% Manzano a través de Integra Financial Services.

- Gráficos, radial y TV: Uno Gráfica: Diario Uno, Primera Fila, AM Nihuil, FM Brava, FM Latinos, FM Montecristo, FM Ayer; Canal 7 (Mza.); Canal 6 (San Rafael)

- Distribuidoras/ Señales y Cables locales: Horizonte (Mza.); Supercanal (Mza.); Trinidad TV (Mza.); CTC Cable (San Rafael); Telecable (Godoy Cruz); Su Canal (Luján de Cuyo); Pehuenche Cable (Malargüe)

- En Santa Fe: Diario La Capital (Rosario. Multimedios La Capital); El Ciudadano (Rosario, Multimedios La Capital); Rosario Difusión SA (LT3); Voces SA (LT8); FM Cadena 100; FM Estación Del Siglo; FM Meridiano; Canal 2 (Santa Fe); La Capital.com; Supertelco SA; Airlink

- En Entre Ríos: Diario Uno; Diario Nueva Hora (De Multimedios La Capital); LT15 Radio del Litoral (Concordia); LT 41 Radio Gualeguaychú; LT 39 Radio Victoria; Cablevideo; Señales Canal 4; Canal 11 y Río Canal.

Ñ **Grupo Hadad**

Composición accionaria: No está estructurado como Grupo.

- Gráficos: Diario Infobae (Daniel Hadad y Fernando Sokolowicz)
- Emisoras radiales: Radio 10 (AM 710); Radio Mega (FM 98.3)
- Televisión: HFS Media (50% Hadad; el resto Sokolowicz; Benjamín Vijnovsky y Claudio Belocopitt); Canal 9 TV (Azul TV); Canales del interior del país.

- Digitales e Interactivos: Infobae.com

Ñ **Liberty Argentina**

Composición accionaria: Se conforma como una distribuidora de contenidos y fondo de inversión.

- Televisión: Pramer SA; América Sports; Elgourmet.com; Europa Europa; Films and Arts; GemsTV; Magic Kids; P+E; Plus Satelital; Río de la Plata; Cosmopolitan TV; Cablevisión (50% VLG Argentina y el resto por diversas compañías bajo control del HMT&F).

- Gráficos, radial y TV: Torneos y Competencias (54% Liberty; 20 % Admira; 20 % HMT&F y 6% Grupo Avila Inversora).

Ñ **Editorial Perfil**

Composición accionaria: Familia Fontevecchia.

- Revistas: Noticias; Caras; Weekend; Mía y Mía Extra; Descubrir; Supercampo; Semanario; Claro; Look; Salud Vital; Joker; Crucigramas; Cazador; Parabrisas (en sociedad con Editorial Abril de Brasil); El Cacerolazo (asociado con Editorial La Urraca)
 - Digitales e Interactivos: UOL - Sinectis Argentina (75% sociedad Folha - Abril; 25 % Fontevecchia); UOL.com.ar

Ñ **Editorial Atlántida**

Composición accionaria: 57% Grupo Vigil; 43 % HMT&F.

- Gráficos: Billiken; Para Ti; Gente; Paparazzi; Rebelde Way.
- Digitales e Interactivos: Atlántida Digital; portales de las revistas; Agritotal.com.

Ñ **Grupo Recoletos**

Composición accionaria: grupo con sede en España dominado por Pearson (100%).

- Gráficos: Diario El Cronista; Revistas: Apertura, Target, Information Technology
 - Digitales e Interactivos: Cronista.com; Apertura.com

Ñ **Grupo CIE - Rock&Pop**

Composición accionaria: Luego de la denuncia por lavado de dinero del empresario argentino Daniel Grinbank contra sus socios mexicanos del CIE, se desconoce su composición.

- Emisoras radiales: AM Splendid (AM 990); FM Rock and Pop (FM 95.9); Rock and Pop Net (repetidora); AM América; FM Aspen Classic 102.3; AM Del Plata; FM La Metro; FM San Isidro Labrador 95.5; Nueva Radio Belgrano (AM 950); Radio Libertad

- Digitales e Interactivos: El Foco.com
- Otros: Teatro Opera (Buenos Aires); Zoológico de Buenos Aires; Latin Entertainments

Ñ **Grupo Héctor García**

Composición accionaria: No está conformado como grupo. Unico dueño y fundador Héctor Ricardo García.

Gráficos: Diario Crónica, ediciones matutinas y quinta y sexta vespertinas; El Atlántico, Mar del Plata

- Televisión: Cronica TV

Ñ **Grupo Aldrey Iglesias**

Composición accionaria: Familia Aldrey Iglesias.

- Gráficos: Diario La Prensa; Diario La Capital de Mar del Plata
- Emisoras radiales: LU6 Radio Atlántica; LU9 Radio Mar del Plata
- Televisión: Cable Dos La Capital

Ñ **Grupo Lerner**

Composición accionaria: grupo con sede en España dominado por Pearson (100%).

Gráficos: Revista Veintitrés (Controlada por Ipesa, Jorge Lanata tiene un porcentaje muy inferior a través de Grupo Tres Comunicación); Revista Pronto Semanal; Revista Mujer Unica; Impacto; Linda; TV Guía

- Otros: Planta Impresora Ipesa

Ñ **Grupo Pierri**

Composición accionaria: Se supone que Alberto Pierri es el único propietario.

- Emisoras radiales: Cadena FM Energy 101.1
- Televisión: Canal 26 TV; Telecentro Cable; Telecentro Locutorios
- Otros: Papel Tucuman SA

Ñ **Editorial García Ferré**

- Revistas: Geo; Muy Interesante; Ser Padres Hoy
- Productoras: García Ferré (dibujos animados)

Ñ **Editorial La Urraca**

▪ Gráficos: Rolling Stone (junto a diario La Nación); El Cacerolazo (junto con Editorial Perfil)

Ñ **Editorial Televisa**

▪ Gráficos: Cosmopolitan; PC Magazine; TV y Novelas; Mecánica Popular; Vanidades; Marie Claire; National Geographic (en español)

Ñ **Capital Intelectual**

Composición accionaria: Se desconoce los porcentajes que retienen sus propietarios, Hugo Sigman y Ariel Granica. Sigman vinculado a laboratorios Ellea, entre otros.

- Gráficos: Revista 3 Puntos; Le Monde Diplomatique (en español)

Ñ **Charleston Publishing C.O.**

Composición accionaria: Familias Kraiselburd y Fascetto.

- Gráficos: Buenos Aires Herald; Management Herald

Ñ **Grupo Kraiselburd**

Composición accionaria: Familias Kraiselburd y Fascetto.

- Gráficos: Diario Popular; Diario El Día (La Plata); Diario El Plata; Agencia Noticias Argentinas (NA)
- Emisoras radiales: FM Diez; FM La Redonda
- Televisión: Canal Deportivo; Canal de Noticias; TV Selectiva

Ñ **Grupo Massot**

Composición accionaria: Familia Massot de Bahía Blanca.

- Gráficos: Diario La Nueva Provincia
- Emisoras radiales: AM LU2 Radio Bahía Blanca; FM Dos
- Televisión: Canal 7 TV (Junto al grupo Liberman)

Convenio entre la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata y el Foro Argentino de Radios Comunitarias

La **Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata**, representada por su Decano, Licenciado Carlos Guerrero, con domicilio en 44 N° 679 de la Ciudad de La Plata, y el **Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO)**, Asociación Civil con personería Jurídica reconocida por Resolución N° 717/01 de Inspección General de Justicia, con domicilio en Piedras N° 575 P.B. de la Ciudad de Buenos Aires, representada en este acto por su Presidente Sr. Néstor Busso, que coinciden en la importancia de la Comunicación como un elemento sustancial al desarrollo humano y social y la necesidad de capacitar adecuadamente en esta materia estableciendo intercambio permanente entre los ámbitos académicos y la comunidad, acuerdan firmar el presente Convenio de cooperación, asistencia técnica y científica, sujeto a las siguientes cláusulas:

Primera: Apoyarse mutuamente, intercambiar información y articular trabajos en temas de Comunicación Social.

Segunda: Ambas Instituciones cooperarán en el desarrollo de actividades en áreas de interés para las partes. Dichas acciones comprenden actividades de investigación así como también estudios, encuestas, estadísticas, asesoramiento o pasantías, para lo que se establecerán programas de trabajo o de intercambio específicos.

Tercera: Los programas de trabajo o de intercambio serán suscriptos por los titulares de ambas instituciones o por quienes estos designen expresamente.

Cuarta: Las Instituciones acuerdan intercambiar materiales educativos de Comunicación y asesoramiento teórico, metodológico y técnico al mismo tiempo que facilitar Prácticas y/o Pasantías, rentadas o ad honorem, en las radios integrantes de FARCO según acuerdos específicos con la o las instituciones directamente involucradas.

Quinta: Las decisiones operativas respecto a las actividades a desarrollar en conjunto se tomarán en forma conjunta y consensuada entre las partes.

Sexta: Los resultados parciales o definitivos que se logren, podrán ser publicados o dados a conocer por cualquier medio, por las partes, conjunta o separadamente, con la condición de hacer constar que han sido elaborados en el contexto del presente convenio, con mención de las personas intervinientes en dichas publicaciones y de su grado de intervención.

Séptima: Los eventuales aprovechamientos económicos que pudieren tener su origen en este convenio, serán objeto de acuerdo separado entre ambas partes.

Octava: Este Convenio podrá ser denunciado por cualquiera de las partes manifieste su intención de derogarlo mediante comunicación fehaciente a la otra, con seis meses de anticipación. La denuncia no interrumpirá las acciones de programas que no fueren expresamente rescindidos por los organismos signatarios.

Novena: El presente convenio tendrá vigencia por el termino de tres años renovable automáticamente por periodos iguales se las partes no manifiestan fehacientemente su voluntad en contrario.

Décima: A los fines que pudieran corresponder las partes fijan domicilio en los arriba indicados y se someten en la jurisdicción de los Tribunales Federales con asiento en la ciudad de La Plata.

De conformidad se firman dos (2) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto en la Ciudad de La Plata, a los 14 días del mes de abril de 2003.

Carta de FM ALAS en su cumpleaños número 16

El Desafío

Alterar, alternar. Construir con las diferencias objetivos comunes, realidades comunes. Democratizar la palabra para democratizar la sociedad. Que todas las voces se escuchen y se respeten. Que la naturaleza también tenga voz y reclame. Que la defensa de los Derechos Humanos guíe la labor periodística. Que los pobladores nativos hablen por la radio en su idioma propio. Que nadie censure la opinión de nadie.

Porque hay 20 millones de pobre, de los cuales casi la mitad, son indigentes.

Porque hay casi un 30 por ciento de la población activa sin trabajo.

Porque más de dos millones tiene que vivir de una limosna oficial de 150 pesos que genera dependencia y servidumbre política.

Porque la realidad siempre es más cruel que los números.

Porque han abandonado la salud pública y la educación.

Porque siguen robando y abriendo las puertas a los capitales especuladores y depredadores.

Porque continúan amenazando y reprimiendo.

Porque en este país que es el octavo productor de alimentos del mundo, se nos siguen muriendo de hambre los chicos y los ancianos y vamos por la tercera generación de desnutridos.

Porque han entregado millones de hectáreas de las mejores tierras agrícolas, instalando una agricultura sin agricultores.

Por eso y por muchas razones más es necesario generar espacios de pensamiento que puedan romper con la inmovilidad del discurso único digitado con toda crueldad desde los sectores del poder. Mientras las estrategias de exclusión sistemática se repiten hasta el hartazgo con las leyes del mercado, poniéndole precio a la vida y dejando las palabras sólo en boca de quienes tienen la panza llena de la desesperanza de los demás; desde abajo, desde donde el aire se hace alimento porque es el aire lo que queda, se articulan nuevas formas para nombrar la vida. Porque nombrarla es comenzar a hacerla, es traducir en palabras los sueños que siempre van por delante de la realidad.

Colectivo FM ALAS
El Bolsón, septiembre 2003

Censo Único de Organizaciones Colectivas Privadas

VISTO el expediente N°1248-COMFER/03, y

CONSIDERANDO:

Que en los pronunciamientos de la Corte Suprema de Justicia de la Nación en los autos "Asociación Mutual Carlos Mujica c/ Estado Nacional – Poder Ejecutivo Nacional-COMFER- s/ Amparo" y "Cooperativa de Servicios Públicos y Sociales Villa Santa Rosa Limitada c/ Estado Nacional -Poder Ejecutivo - COMFER - Acción declarativa de certeza", se ha declarado la inconstitucionalidad del primer párrafo del Artículo 45 de la Ley 22.285 que expresamente reza: "Las licencias son intransferibles y se adjudicarán a una persona física o a una sociedad comercial regularmente constituida en el país."

Que si bien el alcance de los fallos judiciales es limitado al caso concreto, es dable destacar que se ha sentado una clara y contundente jurisprudencia en el sentido de permitir a partir de tales pronunciamientos que las organizaciones colectivas privadas que no sean sociedades comerciales (Asociaciones Civiles; Mutuales; Cooperativas; Sindicatos; etc.) definidas por la propia C.S.J.N. como "Organizaciones Colectivas Privadas" (Considerando 12º - Caso "Asociación Carlos Mujica"), puedan acceder a procesos de adjudicación de licencias de radiodifusión tanto mediante el llamado a concursos públicos como a procedimientos de adjudicación directa.

Que la Corte reconoce que "entre la radiodifusión y la prensa escrita existe una diferencia técnica fundamental, lo que determina que el derecho a la utilización del espectro de frecuencias radioeléctricas como medio de expresión o comunicación admita mayor reglamentación y que ese derecho deba ser ejercido dentro de los límites que impone la naturaleza reducida del medio utilizado, los derechos de terceros y el interés público" (Considerando 8º - Autos "Asociación Carlos Mujica").

Que ante la falta de antecedentes en este Comité de las organizaciones que en adelante podrían brindar servicios de radiodifusión, resulta oportuno instrumentar un "Censo único de Organizaciones Colectivas Privadas", entendiéndose como tales como aquéllas no incluidas régimen de la Ley 19550, mediante el cual pueda configurarse la real demanda de servicios a prestar con especificación de las condiciones técnicas y de categoría solicitadas.

Que atento la naturaleza reducida del espectro radioeléctrico y las competencias de este Organismo en la materia, se considera necesario el acto administrativo pertinente de convocatoria de un Censo Único de Organizaciones Colectivas Privadas que permita tener un adecuado relevamiento de las entidades que aspiran a una licencia de radiodifusión como así también la especificación del servicio pretendido.

Que asimismo, la Corte Suprema de Justicia de la Nación, ha dicho que "si bien el incremento de la demanda informativa, la extensión de la zona de influencia del medio, la modernización de los medios materiales a utilizarse en la radiodifusión y circunstancias de naturaleza comercial, financiera y social determinaron la organización comercial y empresarial de la radiodifusión para lograr una mayor efectividad y eficiencia del servicio, ello no desplaza la posibilidad de que personas jurídicas sin fines de lucro, que contribuyen al

desarrollo del bien común, puedan tener acceso a tales medios de comunicación, con sujeción a las normas reglamentarias" (Considerando 10º Autos "Asociación Carlos Mujica").

Que dada la necesidad de censar, ordenar, agrupar, distinguir y clasificar los posibles aspirantes a una licencia de radiodifusión, el presente acto administrativo propicia la identificación de las entidades y del servicio pretendido.

Que cabe aclarar que el presente Censo no es constitutivo de derechos, ni implica ningún reconocimiento de derechos para el otorgamiento de licencias,

sino que se limita a convocar a las entidades aspirantes para el relevamiento necesario que permita poseer datos certeros sobre las organizaciones que pretendan prestar el servicio de radiodifusión.

Que la Dirección Nacional de Legales y Normativa ha tomado la intervención que le compete.

Que la presente medida se dicta en uso de las facultades conferidas por los Artículos 95 y 98 de la Ley 22.285 y por el Artículo 2º del Decreto 131 de 4 de junio de 2003.

Por ello,

EL INTERVENTOR DEL COMITÉ FEDERAL DE RADIODIFUSIÓN RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Convócase a un **Censo Único de Organizaciones Colectivas Privadas** que no sean sociedades comerciales, que pretendan prestar servicios de radiodifusión.

ARTICULO 2º.- A los efectos del relevamiento básico, las organizaciones colectivas privadas deberán presentar los datos de la organización y del servicio que pretenden prestar completando el Formulario que como Anexo I, forma parte integrante de la presente. Dicho Formulario deberá ser presentado en un plazo no mayor de 60 días corridos desde el día siguiente a la publicación del presente acto en el Boletín Oficial ante las delegaciones del COMFER del interior del país y/o en la sede central del organismo.

ARTICULO 3º.- A los efectos de lo previsto en el artículo anterior, los interesados podrán retirar los formularios de cada una de las delegaciones del interior del país y/o de la sede central del COMFER los que estarán asimismo disponibles en Internet en la página web www.comfer.gov.ar, a partir de la publicación del presente acto.

ARTICULO 4º.- Los aspirantes deberán acompañar junto al Formulario, la documentación que acredite la existencia de la entidad: estatuto; acta constitutiva e inscripción en los organismos pertinentes de acuerdo al régimen legal aplicable.

ARTICULO 5º.- Encomiéndase a la Coordinación General de este organismo, la implementación, análisis y seguimiento del Censo único de Organizaciones Colectivas Privadas que no sean sociedades comerciales, conforme las acciones atribuidas en la Resolución 623-COMFER/02, pudiendo para ello convocar a la participación del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO).

ARTICULO 6º.- Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional de Registro Oficial y cumplido ARCHIVESE.

Firmado:

Julio D. Barbaro – Interventor

Resolución N°1174-COMFER/03

Expediente N°1248-COMFER/03