

# **RADIO AHIJUNA: UNA EXPERIENCIA DE COMUNICACIÓN POPULAR**

CARLOS LEAVI Y MARTÍN IGLESIAS

FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL - UNLP

[carlosleavi@gmail.com](mailto:carlosleavi@gmail.com)

[meiglesias@gmail.com](mailto:meiglesias@gmail.com)

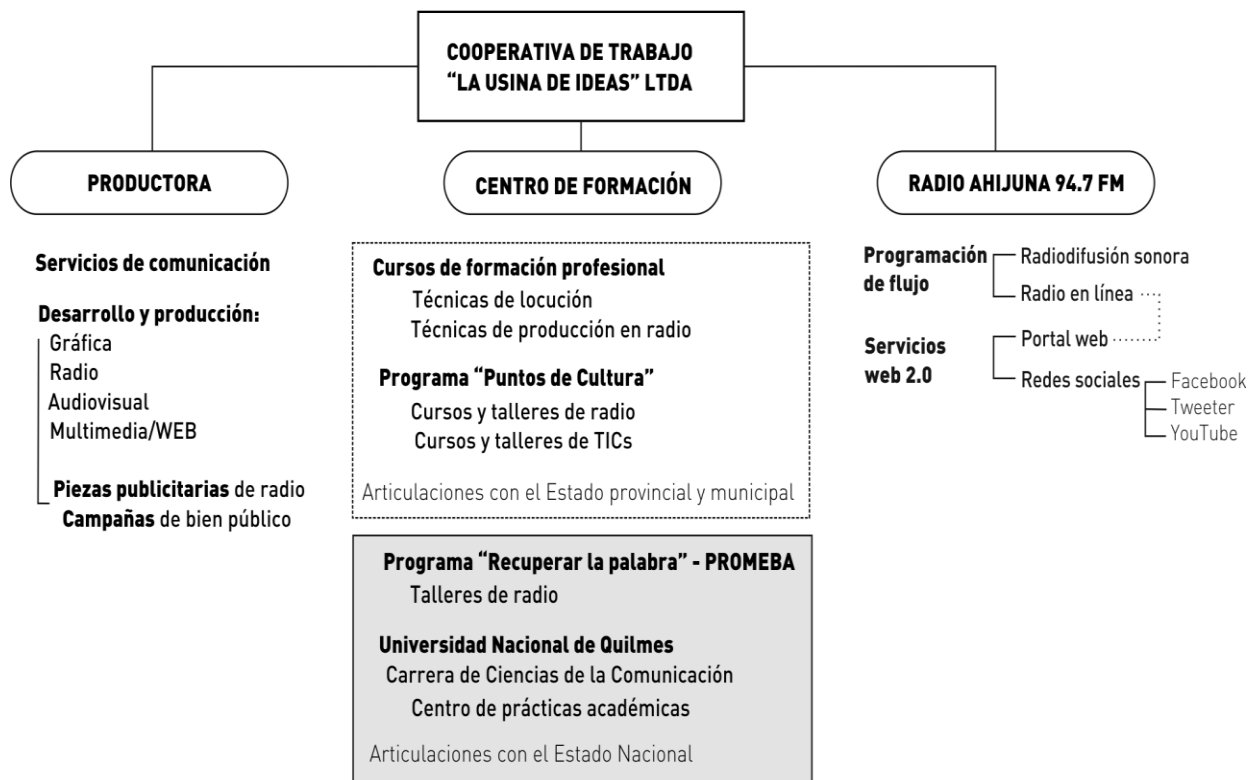
## **APUNTES SOBRE LA HISTORIA DE RADIO AHIJUNA Y LA COOPERATIVA DE TRABAJO LA USINA DE IDEAS LTDA**

Durante 2005 la Cooperativa de Trabajo “La Usina de Ideas” obtuvo su personería jurídica. El trabajo de la cooperativa se concentró en proponer servicios vinculados a la comunicación dirigidos al sector público, privado y comunitario (con o sin fines de lucro) y al desarrollo de medios de comunicación. En este proceso, logró la puesta en marcha, instalación y consolidación de una emisora de radio FM. Estas acciones se dieron en un contexto de restricción explícita a las posibilidades de acceso a las frecuencias a los actores sin fines de lucro que imponía la regulación vigente desde tiempos de la última dictadura en el país.

La modificación del artículo 45 del decreto/ley 22.285 de radiodifusión (1981), que impedía explícitamente a las cooperativas ser sujeto de radiodifusión, permitió a la Cooperativa de Trabajo “La Usina de Ideas” LTDA regularizar la gestión de su propio medio de comunicación: Radio Ahijuna FM 94.7.

La Cooperativa posee tres unidades o líneas de trabajo que definiremos como productora (de servicios de comunicación, centro de formación (asociada a la educación y capacitación profesional) y, por último, la unidad productiva que se identifica como la emisora Radio Ahijuna FM 94.7. Estas líneas poseen rutinas y actividades propias que pueden resultar complementarias o no de la dinámica de gestión de la radio. A continuación se presenta un gráfico que sintetiza hacia el interior de las unidades de trabajo las áreas y acciones que componen su actividad.

**Estructura y líneas de trabajo de la Cooperativa de Trabajo  
La Usina de Ideas LTDA. Año 2011**



Como puede observarse, nuestra propuesta está claramente orientada a los servicios de comunicación y al desarrollo integral de piezas comunicacionales (gráfica, radio, audiovisual y multimedia o web). Por otro lado, la unidad *Centro de formación* posee un fuerte vínculo de trabajo con otros actores, en especial el Estado representado a escala nacional, provincial y municipal. Otra instancia de articulación se da con la Universidad Nacional de Quilmes en la formación académica del estudiantado de

ciencias de la comunicación y como subsección de un centro de formación profesional especializado en comunicación radiofónica. En último término, presentamos la programación de Radio Ahijuna FM 94.7, asociados a su programación de flujo y a la web 2.0, como unidad económica y política dentro de la Cooperativa.

Precisamente sobre la experiencia de Radio Ahijuna es que efectuaremos un recorte a los fines de definir la presentación de esta ponencia.

## **RADIO AHIJUNA**

Radio Ahijuna FM 94.7 es una emisora de radio cuya área de influencia es el primer y segundo cordón del Conurbano bonaerense (área metropolitana de Buenos Aires), con una cobertura geográfica que incluye a casi 1 millón y medio de personas (localidades que componen los distritos de Quilmes, Berazategui y Florencio Varela). La radio dirige sus contenidos a una audiencia comprendida entre los 25 – 45 años, de sectores medios de la población. En el aire de la emisora están presentes un 70 por ciento de música y un 30 por ciento de información.

La estructura de la programación se realiza sobre la base de una variada selección musical durante las 24 horas, los 365 días del año. La parrilla musical se compone de un “cocktail” distintivo que busca el equilibrio entre estilos, ritmos y épocas. Esta característica la define como una de las radios de mayor preferencia en audiencia en las localidades que componen su área de cobertura.

La propuesta comunicacional enlaza en las formas y el lenguaje a la calidad de audio de la FM con un renovado perfil de AM (con su fuerte en la palabra y los contenidos informativos), poniendo énfasis en el cuidado estético de las producciones de pequeño formato. Como valor agregado a los servicios información se suma la especialización que posee la emisora sobre la selección musical en géneros como el rock nacional (así suelen llamarse a los intérpretes vernáculos), la música popular folklórica y pequeñas dosis de tango.

La radio cuenta con un equipo de jóvenes y experimentados periodistas con una sólida formación, que mantienen actualizada la agenda diaria, con cobertura informativa para toda la región. Estos profesionales asumen su tarea como un servicio de interés público, intentando interpretar en profundidad las necesidades de la comunidad. Radio Ahijuna FM 94.7 apuesta a consolidarse como un medio con

audiencias fuertes en cuanto a preferencias musicales e informativas. Como meta busca posicionarse entre las cinco radios de mayor audiencia de la región en un universo que comprende a 64 emisoras de FM.

La emisora opera bajo autorización de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) mediante la resolución 753/2006 COMFER (denominación del organismo de administración y control en materia de radiodifusión previa a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual).

A esto hay que sumarle como contexto general que el consumo del medio en la República Argentina es alto, como lo expresa el 85% de los entrevistados por el Sistema Nacional de Consumos Culturales (2005) que se define como “oyente de radio”. Los ámbitos de preferencia para el consumo están definidos como el hogar, el trabajo o el vehículo. Sin embargo, el hogar es el lugar privilegiado de escucha con el 73.9%. Esta tendencia se ha ido acrecentando con la digitalización y el acceso masivo a otros servicios y la posibilidad de consumo de radio a través de Internet.

La propuesta comunicacional está estructurada en torno al eje informativo en la programación matutina central. El mismo, actualizado permanentemente, abarca la actualidad a todos los niveles: regional, nacional e internacional. Además de contar con las fuentes tradicionales de información (agencias informativas, despachos, móviles, etc.), Radio Ahijuna FM 94.7 integra una red internacional conectada vía satélite, lo que le permite el acceso exclusivo a la información de Latinoamérica a través de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) y a las noticias internacionales a través de Radio Nederland (Holanda), la Red ERBOL (Bolivia), CORAPE (Perú). Las noticias nacionales están a cargo del centro de producción del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO).

#### **UN VIAJE DEL EXTERIOR HACÍA NUESTRO INTERIOR:**

**“USTEDES SON UNA RADIO POLÍTICA...”**

La frase que ilustra el subtítulo no nos pertenece y nunca habíamos pensado escucharla a miles de kilómetros de nuestro país. Era mayo del año 2005 y dos miembros de Radio Ahijuna (los autores de esta ponencia) habían sido seleccionados y becados para ser parte de un *Curso de Gestión de Radios de Información en Bonn*,

Alemania, organizado por la Deutsche Welle Akademie,<sup>1</sup> instituto de formación de la radio pública alemana. Muchas de las situaciones que atravesaron esta experiencia muestran prácticas sumamente valiosas para el análisis que nos proponemos.

La *primera cuestión* surgió ante la postulación. La misma implicaba la formulación de una presentación en este caso ante una propuesta de carácter internacional. Es dable destacar que nuestra formación en la Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata, egresados en nuestro caso de la licenciatura en comunicación social con orientación en la planificación institucional y comunitaria nos daba herramientas claves para poder construir este tipo de formulaciones. En la intervención de una situación real, sintetizábamos un debate: los saberes universitarios pueden estar al servicio de una comunicación popular y sus experiencias singulares. En este caso la nuestra.

La *segunda cuestión* giró en entorno al rol de las organizaciones que agrupan en este caso a las radios. Siempre fue estratégico para la Radio, ser parte de las redes o ámbitos de organización mayor que potenciara la experiencia. Nuestros miembros participaban activamente en cuanta convocatoria hubiese, e incluso, iban más allá produciendo herramientas comunicacionales, colaborando en actividades, etc. La sorpresa fue que desde las máximas referencias de estos espacios se nos dijera: “Mejor Uds. no se presenten: son una radio muy joven...”.<sup>2</sup> La expresión no generó en nosotros la no presentación de la propuesta, más bien nos hizo reflexionar: ¿la juventud de una experiencia comunicacional de este tipo la obliga a no participar de las convocatorias de formación para ser más y mejores? ¿Quiénes y a través de qué mecanismos deciden cual es el tiempo de antigüedad necesario para participar de determinados eventos? Lograr poner de pie una emisora de FM en el sur del gran Buenos Aires sin financiamiento estatal, partidario, bancario o sindical, en un contexto de una ley de radiodifusión de la dictadura, ¿no constituía una audacia político/comunicacional que había que promover y proteger, en lugar de esconder?

La *tercera cuestión* fue que precisamente la adversidad del contexto que daba la Ley de radiodifusión vigente en aquel entonces (2005), se presentó en carne propia: en el mismo momento que llegábamos a Ezeiza para viajar a Alemania a conocer esta experiencia del curso de formación, la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) ordena el cese de emisiones nuestra radio porque, supuestamente, “sus ondas electromagnéticas interrumpían el tránsito de los aviones”.<sup>3</sup>

Hay que imaginar la amargura, la desazón y la angustia que generó en nosotros la noticia. Viajamos porque de algún modo había un reconocimiento a nuestra propuesta radial y la CNC nos había cerrado la radio. Fue allí cuando se pone a prueba del temple de los ámbitos colectivos. Lo popular diría Michel De Certeau opera más en tácticas que en la estrategia,<sup>4</sup> por su relación con el tiempo y el poder. Quizás pueda ser aplicable esta propuesta de análisis a nuestro ejemplo, porque lo que no teníamos era tiempo, pero si asumida la idea de trabajar como un colectivo. Y esta situación fue una de las primeras que puso a prueba al colectivo, como diría Jauretche: “o era pa’ todos la cobija o era pa’ todos el invierno”. Y la decisión fue dar pelea para resolver la situación hablando con quién fuera necesario hablar. De estas gestiones, de la construcción de relaciones honestas y de trabajo, se construyó la vuelta al aire de Radio Ahijuna que no molestaba a ninguna frecuencia de radios de aviones, ni a sus radares, pero que podría haber tenido una historia muy corta si no fuera por la decisión del colectivo que la integraba, del contexto político que se había abierto en la Argentina,<sup>5</sup> de las ganas de tener medios propios para comunicar nuestras historias, nuestras músicas, nuestra información y su modo de entenderla.

La *cuarta cuestión* tuvo que ver con aprovechar al máximo el curso para el que habíamos sido seleccionados. Ya desde la presentación comprendimos que estábamos con una fuerte singularidad que nos cargaba a nosotros de responsabilidades del que sabe que debe aprovechar todas las oportunidades que se le presenten. Y esto, en las prácticas de los proyectos populares de Argentina siempre es un signo de diferencia. Ampliamos la idea con un ejemplo: todos los habían ido representando a las radios de América Latina eran empleados de las emisoras, fueran estas públicas, privadas, universitarias o eclesiales. Nosotros estábamos en la condición de trabajadores, dueños cooperativos de nuestro medio. No nos había propuesto nuestros jefes/as para que nos capacitemos, había decidido en el colectivo que nos presentáramos quiénes en mejor condiciones estuviéramos para que Radio Ahijuna fuera seleccionada para estar en el curso.

La *quinta dimensión* de esta experiencia, útil en nuestra puesta común, es la búsqueda por conocer las razones por las cuales habíamos sido seleccionados. Y aparecen allí dos aspectos sumamente interesantes para analizar no solo como “te ves”, sino “como te ven”. La coordinadora, luego de nuestra insistencia expuso una serie de cuestiones de las cuales rescatamos dos: la primera, “Uds. son una radio

joven con mucha perspectiva”. Aparece claramente la contradicción en torno a la idea la juventud de una experiencia como algo de valor positivo, no negativo. La segunda, “porque son una radio política”. Esta definición nos ponía en necesidad de aclarar que no teníamos financiamiento de ningún sector partidario o similar. Por supuesto, ellos/as sabían la situación de las radios en el país en relación con la Ley que en ese momento regía y, por ende, el lugar del Estado<sup>6</sup> ante nuestra radio, podríamos decir “clandestina e ilegal”.

Pero más importante era para nosotros la explicitación, sin prejuicios, de que *una experiencia de comunicación comunitaria y cooperativa, es popular porque es política*. Y es política porque se constituye colectivamente y decide que sus recursos se administran con las lógicas del cooperativismo y no del “libre mercado”. Porque entra en la disputa por “la construcción social del sentido” de lo que se entiende en la sociedad por comunicación, por pueblo, por información, por música “bien de acá”, como expresa nuestro eslogan. Porque creemos en la “primacía de lo político” en los procesos históricos y sociales que se constituyen en uno de los nudo teóricos fundamentales de la “matriz de pensamiento nacional y popular en América Latina”.<sup>7</sup>

Y profundizando este presupuesto tomamos esta noción que expone Alcira Argumedo, desde José Nun,<sup>8</sup> para expresar que “lo político se rige según una lógica de cooperación o antagonismo entre voluntades colectivas –más allá del grado de consolidación o desagregación de esas voluntades en diferentes períodos– e incorpora diversas concepciones culturales, expresiones organizativas, esquemas de alianzas y proyectos de acción; tiene el sabor de lo difícilmente predecible, aunque puedan establecerse ciertas tendencias y probabilidades”.

Claramente nuestra experiencia comunicacional, económica y política esta atravesada por “diversas concepciones culturales, expresiones organizativas y esquemas de alianzas y proyectos de acción” y como expresa José Nun, quizás sea por eso que “tiene el sabor de lo difícilmente predecible”. En estos sabores está el gusto por construir una situación cargada de singularidades, aunque no por ello ajeno a su tiempo histórico, al de su país y al de su América Latina.

No parecen coincidencias que en 2005 mientras nosotros peleábamos por estar al aire como radio comunitaria, fuera el mismo año de la declaración de inconstitucionalidad del artículo 45 de la ley por parte de la Corte Suprema de

Justicia de la Nación, que allanó el camino para que el Estado argentino reconociera al sector privado sin fines de lucro como actor con derecho al ejercicio de la radiodifusión. Como consecuencia de este fallo y la reforma de dicho artículo, se otorgó un “reconocimiento” para las emisoras de radio operativas que pertenecían a organizaciones sociales y brindaban desde hacía décadas servicios de radiodifusión sonora terrestre (Res. COMFER 753/06).

Fue así que la pelea de los sectores que promovían una “radiodifusión democrática” dio sus frutos en 2009 con la sanción de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, profundizando el proceso democrático e incorporando actores colectivos que representan una nueva etapa en la institucionalidad sobre la regulación de los servicios de radiodifusión en la Argentina. Por esto queremos terminar esta ponencia reflexionando desde nuestra experiencia sobre los desafíos que nos esperan respecto de la nueva ley de medios y las radios comunitarias.

## **LA LEY DE MEDIOS Y LOS ACTORES SOCIALES SIN ÁNIMO DE LUCRO**

Es a partir de la sanción y entrada en vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) que se presenta un nuevo escenario para los actores sociales sin fines de lucro que resultaban “legalmente discriminados” en sus posibilidades de acceso a las frecuencias de radio y TV en virtud del decreto Ley 22285 del gobierno de la última dictadura. La norma actual establece una reserva del “treinta y tres por ciento (33%) de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro”.

Podemos caracterizar a los actores sin fines de lucro como heterogéneos en cuanto a la diversidad que expresan los múltiples colectivos que los conforman. Poseen una serie de figuras legales que le dan existencia (asociaciones civiles, fundaciones, cooperativas y mutuales, entre otras) y muestran diferencias en su composición y participación societaria, su dimensión y capacidad económica (comparando, por caso, a las cooperativas de servicios públicos con asociaciones civiles sin fines de lucro) para la prestación de servicios de comunicación audiovisual.



Durante los últimos 25 años las experiencias de estos actores en materia de radiodifusión estuvieron condenadas a la ilegalidad por las mencionadas restricciones en la legislación argentina. Luego de la recuperación democrática en 1983 el campo de disputa de los actores sin fines de lucro, encabezado por las radios comunitarias y alternativas que buscaban el reconocimiento estatal a su funcionamiento, fue la sanción de una nueva ley de radiodifusión democrática que reemplazara el decreto Ley 22285.

Las emisoras comunitarias representan una pequeña porción dentro del complejo entramado de radios en manos de los actores sin fines de lucro. Si bien estos medios poseen una trayectoria diversa existen experiencias con vigencia actual que datan de mediados de la década de 1980 cuando fueron bautizadas por los organismos de control del Estado y las emisoras comerciales como “truchas”<sup>9</sup> o “piratas” por no contar con autorización y reconocimiento legal a su actividad.<sup>10</sup> Dentro del complejo universo de emisoras sin fines de lucro que se encuentran operativas, a las radios que se definen como “comunitarias”, “alternativas” o “populares” las unificaremos en términos operativos bajo el concepto de radio o emisora comunitaria. En este contexto es que se inscribe Radio Ahijuna.

Las emisoras comunitarias se entienden como “actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales”, que facilitan el ejercicio del derecho a la comunicación y el derecho a la información a la ciudadanía en general y a sus comunidades de referencia y no debe interpretarse “como un servicio de cobertura geográfica restringida” (LSCA, 2009).

Estas radioemisoras se caracterizan por sus múltiples formas organizativas, de gestión, objetivos institucionales y modos de “hacer comunicación”. Existen radios comunitarias con perfil musical, cultural, educativo o informativo, con alcance local o regional y que destinan sus contenidos a públicos generales o específicos en el ámbito urbano o rural. Están administradas por organizaciones o grupos con fuerte impronta de voluntariado social que presentan dificultades en su gestión a partir de la modesta dimensión de sus estructuras, sin disponibilidad de capital propio.

## DISCURSOS Y ESTRATEGIAS DE LOS ACTORES

### SIN FINES DE LUCRO FRENTE A LA LSCA

La participación en los foros federales, las audiencias públicas y las expresiones colectivas dentro de ese proceso pusieron en evidencia algunas contradicciones hacia el interior del entramado complejo de los actores sin fines de lucro. El sector cooperativo, así como también las redes de emisoras comunitarias (FARCO y AMARC Argentina) acompañaron las diferentes instancias participativas de discusión del anteproyecto y el proyecto de ley. Las propuestas de estos sectores apuntaron al mejoramiento del articulado final de la norma apuntando a diversas demandas y consideraciones que hacen a la particularidad del ejercicio de la radiodifusión no comercial.

Sin embargo, también en el ámbito de los actores sociales sin fines de lucro, la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) cuestionó en varias oportunidades distintos aspectos de la ley que regula los servicios audiovisuales argentinos. Para esta red, la LSCA no contiene a los proyectos de comunicación alternativa o comunitaria ya que equipara pequeñas organizaciones de base con sindicatos o fundaciones que poseen mayores posibilidades económicas de gestionar un medio audiovisual. Puede interpretarse que esta posición apunta, como pudo verse con posterioridad a la aprobación de la ley, a traccionar medidas de discriminación positiva hacia los medios comunitarios. Por otra parte, la RNMA ponía al decreto 527/05, que prorrogó la caducidad de licencias de los principales medios de radiodifusión de la CABA, como un obstáculo para debatir una norma que propone la democratización de las comunicaciones.

Estas tensiones acerca de la regulación audiovisual entre los distintos actores sin fines de lucro llevaron el debate público hacia el interior de las mismas asociaciones de segundo grado. Las contradicciones se vieron amplificadas en aquellos colectivos donde la composición de las asociadas también estaba dada por la pertenencia a más de una red. Una vez aprobada la ley, el Censo obligatorio de medios (resoluciones 1/2009, 2/2009 y 3/2009) fue la primera medida adoptada por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) tendiente a relevar los servicios de radiodifusión operativos en todo el territorio nacional.

A partir de ello, las emisoras comunitarias, autorizadas o no, debieron realizar un proceso paulatino de regularización de sus organizaciones. Según la particularidad de cada caso, los proyectos más recientes y con características propias de servicios de baja potencia optaron por la conformación de asociaciones civiles y cooperativas que le permitieran ajustarse al régimen de condiciones que implica el ejercicio de la radiodifusión. Este proceso no se ha dado sin dificultades.

La Resolución 173/06 de la AFSCA puso en marcha el Sistema de Información Pública de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, aspecto que atiende el artículo N°72 de la LSCA. De esta forma, las radios con permisos precarios, en proceso de obtención de licencias o bajo el reconocimiento 753/06-COMFER se ajustaron a presentar, en formato electrónico y a disposición del público, la composición societaria de la organización, los contenidos de la programación, los datos del servicio junto a los parámetros técnicos de la emisora, así como también las actuaciones frente a la autoridad de control y la pauta de publicidad oficial emitida en el año en curso.

Si consideramos la participación en los órganos consultivos, tanto FARCO como AMARC, en representación de las emisoras comunitarias, tuvieron participación en el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (Decreto 1709/2009). También tuvieron representación dentro de los actores sociales sin fines de lucro las entidades cooperativas FECOTEL y COOPERAR, Radio Gráfica y ARMICOBO por las emisoras de provincia de Buenos Aires. En 2011, se llevó adelante la renovación de las autoridades del Consejo con la continuidad de los actores pertenecientes al movimiento de radios comunitarias (Resolución 1169/2011).

En el mes de septiembre de 2011, la RNMA, con el apoyo de otros colectivos pertenecientes a las redes de radios comunitarias, presentó un documento firmado por un centenar de organizaciones bajo la consigna “Más derechos y menos obligaciones”. El texto reclamaba: “Desde la Coordinadora en Defensa de la Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (CooDeCCAP), que reúne a organizaciones sociales, políticas, de trabajadores/as, estudiantiles y universitarias de derechos humanos y medios alternativos” el reconocimiento jurídico a los medios por parte de la AFSCA, la inclusión en la torta de dineros públicos para su financiamiento y la no restricción a las condiciones “técnicas, económicas, legales y políticas de los medios comunitarios”.<sup>11</sup>

Sin dudas, estas tensiones y contradicciones hacia el interior del movimiento de emisoras sin fines de lucro que se expresan en las diferentes posiciones y estrategias de los actores frente a la discusión y aprobación de la norma ponen en evidencia el complejo escenario de este sector frente a la implementación de la LSCA. Es a estas particularidades de nuestra radio y del sector en particular que integra, que nosotros le sumamos la idea de pensarnos, planificarnos y asociarnos como una unidad económica, social y de prioridad política.

## BIBLIOGRAFÍA

ARGUMEDO, ALCIRA: (1992) *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular*, Buenos Aires, Ediciones del pensamiento nacional, 2011.

DE CERTEAU, MICHEL: *Leer, una cacería furtiva en La invención de lo cotidiano*, México, ITESO, 1987.

KEJVAL, LARISA: *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*, Buenos Aires, Prometeo, 2009.

NUN, JOSÉ: *La rebelión del coro: estudios sobre la racionalidad política y el sentido común*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1989.

URANGA, WASHINGTON y PASQUINI DURÁN, JOSÉ MARÍA: *Precisiones sobre la radio*, Buenos Aires, Ediciones Paulinas, 1988.

## NOTAS

---

<sup>1</sup> La Deustche Welle organizaba este tipo de cursos donde formaba a radialistas de diversos lugares del mundo. En nuestra participación estaba dirigida la convocatoria a América Latina y fueron seleccionados miembros de radios de México, El Salvador, Colombia, Perú y Bolivia. De Argentina en aquella ocasión solo participamos desde Radio Ahijuna.

<sup>2</sup> La no mención a la red o al referente en cuestión es adrede, pues nuestra intención solo se limite a poner en común la situación y reflexionar sobre ella. Más allá de las subjetividades que integran las instituciones, entendemos que existen problemáticas políticas: procesos de tomas de decisiones, distribución de recursos, no renovación de autoridades, etc. que van más allá de las personas que temporalmente ocupan los roles de responsabilidad. Es decir, nuestra propia institución es parte de esas tensiones y es para nosotros una tarea cotidiana dar pelea a esas contradicciones.

<sup>3</sup> En Quilmes hay una sede de la aeronáutica y además operan radares que son auxiliares de los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque.

<sup>4</sup> Michel De Certeau, *Leer, una cacería furtiva en La invención de lo cotidiano*, 1987.

<sup>5</sup> Fueron tantos/as los amigos/as que hablamos que llegó al propio presidente Néstor Kirchner la situación en medio de un viaje en avión. Este llamó a Moreno (en ese entonces tenía bajo su órbita la CNC) para pedirle que se comunicara con las autoridades del organismos que había realizado la clausura para que “dejara producir tranquilos a los pibes con su radio”. Esta situación, definitiva en la existencia de nuestro medio, puede servir de ejemplo pequeño, humilde, de una decisión política que abría canales de comunicación popular.

<sup>6</sup> Cuando hablamos de Estado tenemos la necesidad de aclarar que no hablamos de gobierno. Esta distinción es teórica, coincidiendo con Antonio Gramsci, pero también es política y puntual para nuestro país. En la Argentina en general y en la radiodifusión en particular, fue desde donde se promovió junto a la Coalición por una Radiodifusión democrática, la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; y en este el gobierno tuvo un papel preponderante y destacado.

<sup>7</sup> Alcira Argumedo, *Los silencios y las voces en América Latina*, 2011.

<sup>8</sup> José Nun, *La rebelión del coro: estudios sobre la racionalidad política y el sentido común*, 1989.

<sup>9</sup> Larisa Kejval, *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*, 2009.

<sup>10</sup> Washington Uranga y José María Pasquini Durán, *Precisiones sobre la radio*, 1988.

<sup>11</sup> Documento de la Coordinadora en Defensa de la Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular. Indymedia Argentina (última revisión 22/10/2011).