



REVCOM. Revista científica de la red de carreras de
Comunicación Social
ISSN: 2451-7836
redcom.revcom@gmail.com
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Medios comunitarios, audiencias y sostenibilidad. El caso de la provincia de Córdoba

Villagra, Emilia; Traversaro, Natalia

Medios comunitarios, audiencias y sostenibilidad. El caso de la provincia de Córdoba
REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social, núm. 9, 2019
Universidad Nacional de La Plata, Argentina
DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e024>

Medios comunitarios, audiencias y sostenibilidad. El caso de la provincia de Córdoba

Mídia comunitária, audiências e sustentabilidade. O caso da província de Córdoba

*Emilia Villagra*DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e024>*Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Centro de Investigación y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS), Universidad Nacional de Córdoba, Argentina*
emivillagra93@gmail.comRecepción: 31 Julio 2019
Aprobación: 15 Octubre 2019*Natalia Traversaro**Universidad Nacional de Córdoba, Argentina*Recepción: 31 Julio 2019
Aprobación: 15 Octubre 2019**RESUMEN:**

En este artículo describimos el mapa de los medios comunitarios en Córdoba; analizamos las estrategias que pusieron en marcha para garantizar su sostenibilidad e indagamos en la incidencia de los públicos en una televisora y dos radios comunitarias de esta provincia: Radio Curva (Salsipuedes), Una Radio, Muchas Voces (Capilla del Monte) y Canal 9 Proa Centro (Villa Cura Brochero) a partir de la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Las preguntas que orientan este texto son: ¿Cuántas son, dónde están, desde cuándo, y cuáles son las emisoras comunitarias de la provincia?; ¿cómo inciden las condiciones de producción, los recursos disponibles, las estrategias, competencias y trayectorias de sus integrantes, y sus públicos en la sostenibilidad del medio en relación al financiamiento, la construcción social e institucional y los contenidos que producen?

PALABRAS CLAVE: comunicación comunitaria, radios, televisoras, sostenibilidad.

RESUMO:

Neste artigo descrevemos o mapa da mídia comunitária em Córdoba; Analisamos as estratégias que foram postas em prática para garantir a sua sustentabilidade e investigamos a incidência dos seus públicos numa estação de televisão e duas rádios comunitárias nesta província: Rádio Curva (Salsipuedes), Rádio Una, Muitas Vozes (Capilla del Monte) e Canal 9 Proa. Centro (Villa Cura Brochero); a partir da aplicação da Lei dos Serviços de Comunicação Audiovisual. As questões que norteiam este texto são: quantos são, onde estão, desde quando e quais são as estações comunitárias da província? Como as condições de produção, os recursos disponíveis, as estratégias, as competências e as trajetórias de seus membros e seus públicos afetam a sustentabilidade do meio ambiente em relação ao financiamento, à construção social e institucional e aos conteúdos que produzem?

PALAVRAS-CHAVE: comunicação comunitária, rádios, estações de televisão, sustentabilidade.

1. INTRODUCCIÓN

Las radios comunitarias, populares y alternativas nacieron en Latinoamérica durante la década de 1940 como herramienta para contribuir y acompañar los procesos educativos de las poblaciones rurales, como fue el caso de Radio Sutatenza en Colombia. Posteriormente, en las décadas de los '70 y '80 el objetivo fue contribuir a procesos políticos revolucionarios, como las radios mineras en Bolivia.

En Argentina, si bien hubo experiencias de comunicación audiovisual alternativas ligadas a partidos políticos, centrales obreras y organizaciones guerrilleras desde los años 60, las radios y televisoras comunitarias se multiplicaron durante la recuperación del gobierno constitucional, luego de la más cruel dictadura cívico militar que vivió el país entre 1976-1983. Aun cuando las experiencias se desarrollan en contextos diferentes y sus prácticas se constituyen desde diversas perspectivas acerca del modo en que se concibe y articula lo político

y lo comunicacional, todas ellas tienen como horizonte explícito la transformación de relaciones sociales de desigualdad (Longo *et al.*, 2017).

Sin embargo, las políticas estatales históricamente las ignoraron –en el mejor de los casos– o las persiguieron. Hasta 2005, los medios audiovisuales comunitarios en la Argentina fueron considerados ilegales y siempre enfrentaron dificultades para asegurar su sostenibilidad. En particular, desde la década del '80 hasta la actualidad, constatamos las condiciones desiguales de las emisoras de radio y televisión comunitaria, popular y alternativa con respecto a otros medios audiovisuales en materia de políticas de comunicación y cultura (Linares *et al.*, 2016). Para revertir esta situación, estos medios, las redes que los nuclean y organizaciones de la sociedad civil, luego de décadas de lucha por el derecho a comunicar, conformaron en 2004 la Coalición por una Radiodifusión Democrática, que formuló los 21 puntos por una radiodifusión democrática, en los que se fundamentó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) N° 26.522.

Esta norma, al tiempo que los reconoció legalmente, estableció límites a la concentración de la propiedad de los medios, dispuso fondos de fomento para nuevos sujetos de la radiodifusión, y creó nuevos medios públicos. De este modo, impuso estándares altos en la región que convirtieron a Argentina en un laboratorio de políticas de comunicación (Loreti, 2013).

Si bien con la derogación del artículo 45 de la antigua ley de radiodifusión en 2005 y la sanción de la LSCA en 2009 se generaron posibilidades para la legalización de muchas de las emisoras comunitarias, populares y alternativas; aún está pendiente que la autoridad regulatoria avance en la implementación de los mecanismos necesarios para que cada emisora obtenga su licencia o autorización. Además, la LSCA estableció obligaciones que constituyen nuevos retos a la gestión, funcionamiento y sostenibilidad de estos medios.

Desde fines de 2015, se presentó una nueva coyuntura política: aspectos fundamentales de la ley fueron modificados por decretos del Poder Ejecutivo Nacional de la Alianza Cambiemos². Aunque no cambiaron los artículos de la Ley 26.522 que regula a los medios no lucrativos, las políticas estatales hacia estas radios y televisoras cambiaron radicalmente (Longo *et al.*, 2017)³.

Dentro de Argentina, Córdoba es la provincia que tiene a dos de las radios comunitarias pioneras del país, donde más radios no lucrativas se crearon a partir del debate y sanción de la Ley Audiovisual después de Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, y la provincia que más fondos de fomento recibió entre 2013 y 2015 (Segura y Weckesser, 2016; Segura, 2018).

Por eso, en este artículo describimos el mapa de las emisoras comunitarias actualmente operativas en Córdoba; analizamos las estrategias que pusieron en marcha para garantizar su sostenibilidad e indagamos en la incidencia de los públicos en una televisora y dos radios del sector de esta provincia: Radio Curva (Salsipuedes), Una Radio, Muchas Voces (Capilla del Monte) y Canal 9 Proa Centro (Villa Cura Brochero); a partir de la aplicación de la LSCA⁴.

El artículo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, daremos cuenta del enfoque teórico-metodológico de la investigación que sustenta este trabajo. Luego, analizaremos las políticas de comunicación del gobierno nacional dirigidas al sector sin fines de lucro, con especial atención en la conformación del sector de medios comunitarios en Córdoba. En tercer término, profundizamos en las características de los tres medios estudiados, sus trayectorias e inserción social, y analizamos las estrategias que desarrollan para asegurar su sostenibilidad.

2. ENFOQUE TEÓRICO METODOLÓGICO

A partir de los aportes de diversos abordajes teóricos (Escobar, Salgado, & Dávila, 2008; AMARC-ALC 2006 y 2010; Sáez Baeza, 2008); definimos la sostenibilidad de las radios y televisoras comunitarias como la capacidad para superar los conflictos internos y las dificultades externas. Por lo tanto, la sostenibilidad de las emisoras no lucrativas implica el desarrollo de sus estrategias en busca de los ideales planteados, en el marco de

ciertas condiciones y a partir de una determinada posición. Escobar, Salgado, y Dávila (2008), desarrollan el concepto de sostenibilidad como eje base de todo proyecto político comunicativo desarrollado por los medios comunitarios. Es pensado desde tres dimensiones: la económica, la social y la organizacional.

En la misma dirección, Sáez Baeza explica que “la sustentabilidad de las experiencias de comunicación alternativa es función de distintas dimensiones vinculadas entre sí: económica, social e institucional” (2008, p. 101). A partir de esta definición, la autora retoma varias propuestas conceptuales y explica que la sustentabilidad institucional refiere al marco normativo y de políticas estatales en el que se desenvuelve un proyecto comunicacional; la sustentabilidad económica apunta a la capacidad de financiamiento del medio; y la sustentabilidad social hace referencia al modo de organizar las relaciones entre los integrantes del colectivo y a la inserción de la experiencia en la comunidad.

Por lo tanto, hablar de sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias es pensar en sus estrategias en busca de los ideales planteados, en el marco de ciertas condiciones y a partir de una determinada posición. El modo de enfrentar esos desafíos ha dado lugar a que los medios del sector produzcan diversas estrategias, impulsen diferentes políticas estatales y tomen posicionamientos distintos en el debate sobre cómo contribuir a su desarrollo particular. Hacen esto, además, en diferentes condiciones de producción y posiciones de poder relativo institucional, según las regiones del país donde se desarrollan, sus trayectorias, proyectos político-comunicacionales, niveles de financiamiento, modos de organizar la producción y el trabajo, relaciones con sus públicos, vínculos con el Estado, etc.

La revisión teórica sobre la conceptualización de sostenibilidad dio como resultado el “Documento de Trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores” (Segura et al., 2017), en base al cual decidimos organizar el trabajo de campo:

1. Dimensión económica: indagamos en los ingresos económicos, si provienen de cooperación internacional, subsidios, planes y/o programas sociales, o de la tercerización y venta de servicios. A su vez, nos propusimos identificar los obstáculos para conseguir estos recursos, la infraestructura y el equipamiento disponible y, si existen roles definidos para la administración y gestión del medio.
2. Dimensión institucional: indagamos en la existencia de la personería jurídica, reconocimiento legal del uso de la frecuencia o su ausencia, restricciones, falta de garantías legales; cantidad de trabajadores y su profesionalización, organización en las tareas cotidianas del medio, relaciones con la comunidad y con organizaciones locales, redes provinciales y nacionales.
3. Dimensión social: investigamos en la relación que el medio mantiene con sus oyentes y los canales por los que interactúa, si existe participación de oyentes que integran los colectivos de comunicación, si se han generado relaciones de articulación permanente, coyuntural o de financiamiento para aportar a la sostenibilidad del medio.
4. Dimensión de producción: observamos la proximidad territorial de sus producciones, a quiénes están dirigidas, si mantienen intereses especiales o generales. También preguntamos por la organización de agendas, programación y contenidos.

En base a este análisis identificamos que los indicadores propuestos para indagar en la sostenibilidad arrojaban datos concretos que respondían a algunas de las categorías elaboradas en nuestro documento de trabajo. Sin embargo, para lograr un análisis más profundo decidimos realizar focus groups con los oyentes de los medios, a modo de conocer sus opiniones, percepciones y vinculaciones⁵.

3. CONDICIONES DE PRODUCCIÓN

3.1. Las políticas para medios comunitarios

El objetivo de este apartado es caracterizar las políticas de comunicación nacionales para medios comunitarios, proceso que nos permitirá aproximarnos a las condiciones en que se desarrolla el mapa de medios comunitarios en la Provincia de Córdoba.

Como en otros países latinoamericanos, los medios comunitarios de Argentina tuvieron la característica de acompañar los procesos sociales y políticos. En nuestro país, la mayoría de ellos nacieron tras el regreso a la democracia en 1983. En esos años estaba vigente la Ley N° 22.285 de 1980, que en su artículo 45 no permitía que las organizaciones sin fines de lucro accedieran a licencias mediante concurso o adjudicación directa. Durante el retorno de la democracia en 1983, el presidente Raúl Alfonsín encomendó al Consejo para la Consolidación de la Democracia la elaboración de un nuevo proyecto de ley que nunca llegó a concretarse.

Posteriormente, en la presidencia de Carlos Saúl Menem, el Congreso aprobó la Ley N° 23.696 de Reforma del Estado que permitía la formación de grandes corporaciones mediáticas y facultaba al Poder Ejecutivo a tomar medidas que regularan el funcionamiento de las radios sin licencia. El Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), a través del decreto N° 1357/89, registró y otorgó permisos provisorios sólo a las radios existentes. En la década de los '90, los medios comunitarios lejos de alcanzar estándares positivos para su desarrollo, sufrieron los avatares de las políticas neoliberales, sin posibilidades de crecimiento ni subsistencia.

En 2003 durante el gobierno de Néstor Kirchner, se llevaron a cabo medidas a favor de los medios comunitarios. Entre ellas, la modificación del artículo 45 de la Ley 22.285 “lo que habilitó que personas jurídicas no comerciales como cooperativas y mutuales puedan ser titulares de frecuencias de radiodifusión” (Urioste, 2016, p. 35-36).

Además, en 2005 se inició un proceso de reordenamiento del espectro radioeléctrico en el marco del régimen de normalización de frecuencia modulada, en el que el COMFER convocó a un censo de emisoras operativas bajo titularidad de personas jurídicas no comerciales a través de la Resolución 1572. El censo arrojó un total de 126 radios comunitarias en funcionamiento, de las cuales 6 estaban radicadas en la provincia de Córdoba.

En 2009, impulsada por la Coalición por una Radiodifusión Democrática, se sancionó la LSCA que reconoce legalmente a todas las emisoras sin fines de lucro, les reserva un tercio del espectro radioeléctrico, les otorga representación en el Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual y establece para ellas un fondo de fomento.

Hasta el año 2015, la Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) legalizó 147 medios sin fines de lucro (entre los que se cuentan las radios y televisoras comunitarias, junto con las cooperativas, sindicales, religiosas, entre otras), de los cuales 41 pertenecían a la provincia de Córdoba. Esas legalizaciones fueron: 107 por adjudicación directa, 12 por concurso público, y 8 por autorización (Becerra *et al.*, 2016). Posteriormente, durante el período 2016-2019 el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) otorgó 28 licencias nuevas, 9 de las cuales corresponden a concursos públicos realizados en 2014-2015 (Espada, 2018).

En 2010 se creó el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA). Este instrumento contribuyó a fortalecer a los medios sin fines de lucro, al otorgar distintas líneas de subsidios para equipamiento, infraestructura, gestión, producción de contenidos radiofónicos y televisivos, entre otras. Este fondo se puso en marcha en 2013 a través de concursos anuales. Córdoba es la tercera provincia que más financiamiento recibió en todo el país hasta 2015 (Becerra *et al.*, 2016).

Al mismo tiempo, se pusieron en marcha otros programas de financiamiento que también promovieron a estos medios, como el de la Secretaría de Agricultura Familiar y el Instituto de Tecnología Agropecuaria: “Sembramos Palabras, Cosechamos Derechos”, o el convenio entre la Comisión Nacional de Bibliotecas

Populares, AFSCA y el Ministerio de Cultura de la Nación. Estos programas fueron especialmente relevantes en Córdoba.

A nivel local, en esta provincia, no existían leyes aprobadas que acompañaran la conformación de estos medios. Recién en el año 2016, en el 33° Congreso de Trabajadores de Prensa y la Comunicación que organiza el Circulo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba, se aprobó la creación de la Secretaría de Medios Autogestionados y se elaboró un proyecto de ley sobre el Registro y Promoción de Medios Comunitarios, Alternativos y Populares de Comunicación Social de Córdoba, con el objetivo de promover una distribución equitativa de la pauta oficial.

3.2. El mapa de medios comunitarios en Córdoba

En la Ciudad de Córdoba surgieron las primeras emisoras comunitarias en el periodo de apertura democrática, a partir de asociaciones civiles y mutuales con fuerte intervención social: Radio Sur (1988) y La Ranchada (1989), con una audiencia estimada de 35 mil personas (Urioste, 2016).

En un estudio recientemente publicado por el equipo de investigación (Segura *et. al.*, 2018), se registra un total de 215 emisoras del sector social operativas en el país, de las cuales, 28 radios y 1 una televisora se encuentran en Provincia de Córdoba. Se configura así como el territorio que cuenta con la mayor cantidad de medios comunitarios de todo el país, después de Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires (Bilbao y Traversaro, 2018).

El artículo revela que solo 4 de las emisoras actualmente en funcionamiento en la provincia, surgieron durante la vigencia de la antigua Ley de Radiodifusión entre 1982 y 2008: Radio Comunitaria La Ranchada (Capital), Radio Sur (Capital), Radio Rimbombante (Argüello), Radio El Grito (Los Hornillos). Posteriormente, entre el inicio del debate del proyecto de LSCA en 2008 y hasta 2018, se pusieron en marcha 24 radios y 1 televisora comunitaria distribuidas en gran parte del territorio provincial. Tres de ellas se encuentran en la Capital: Zumba La Turba, La Quinta Pata y Nuevos Horizontes. Las 21 restantes están distribuidas en otras localidades: Inédita en Cosquín, Tortuga en Alta Gracia, Garabato en San Marcos Sierras, Radio Roja en Casa Grande, Radio Agustín Tosco en Sebastián Elcano, La Ronda en Colonia Caroya, Curva en Salsipuedes, Local Paravachasca en Anisacate, Las Chacras en Las Chacras, La Minga en Villa Giardino, Nativa en Unquillo, Nexo en Villa Allende, Radio Lu-k en Marcos Juárez, Una Radio, Muchas Voces en Capilla del Monte, Panamericana en Huerta Grande, Villanos en Carlos Paz, Radio Tinku en Mina Clavero, El Brote en Calamuchita, Central Ferroviaria en Cruz del Eje, Pueblo en Deán Funes, Radio Sudamericana de Carlos Paz, más la televisora comunitaria Canal 9 Proa Centro en Villa Cura Brochero. De estos 25 medios surgidos durante la vigencia de la LSCA, 21 se pusieron en marcha entre 2008 y 2015, y 4 desde 2016, año en el que la norma fue modificada y cambiaron las políticas de comunicación⁶.

4. CASOS DE ESTUDIO: RADIO CURVA, COOPERATIVA VIARAVA Y CANAL 9 PROA CENTRO

En este apartado exponemos los resultados de nuestro trabajo de campo realizado durante 2017 en las dos emisoras y la televisora: Radio Curva, Cooperativa Viarava y Canal 9 Proa Centro. Aquí expondremos los resultados que hemos obtenido en relación a la sostenibilidad económica, institucional, social y de producción audiovisual.

Radio Curva nació en el año 2009 por iniciativa de cuatro comunicadores sociales egresados de la Universidad Nacional de Córdoba. La aprobación de la LSCA los impulsó a conformar la “Asociación Civil Salsiquieres” y así trabajar para construir el edificio propio donde está emplazada la emisora. Esta experiencia recibió la adjudicación directa de su licencia a través del artículo 49 de la LSCA. El proyecto comunicacional

intentó, desde un primer momento, “aplicarse como alternativa a los medios hegemónicos de la provincia, como una forma distinta de producir información” (Aida Maldonado. Entrevista personal. Mayo de 2017).

Los recursos que la emisora posee fueron adquiridos a través del FOMECA, a partir de cuatro proyectos en los que resultaron ganadores: Equipamiento, Programa Semanal, Programa Diario y Gestión de Medios Comunitarios. En su mayoría, las rentas y los honorarios que se pagan a los integrantes de los proyectos han provenido hasta 2017 de los concursos FOMECA y del Programa de Entrenamiento Laboral del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad. Posteriormente se fortalecieron a través de la venta de espacios para producir programas y de las actividades culturales que se realizan de forma abierta para recaudar ingresos. Generalmente no existen roles fijos para administrar los recursos, las tareas van cambiando de acuerdo a la disponibilidad con la que cuentan sus integrantes, lo que muchas veces ocasiona desbalances en las acciones cotidianas tendientes a la sostenibilidad económica e institucional.

En relación a la dimensión social y de producción, los integrantes consideran que la audiencia posee intereses afines con los del colectivo de trabajo y eso se debe principalmente a que ellos son la única emisora del pueblo que aporta información sobre cuestiones políticas con enfoques muy precisos sobre problemáticas ambientales, agricultura familiar, pueblos indígenas, protestas y demandas sociales, etc. En este sentido, cuando abordamos la vinculación desde la perspectiva de los públicos en el focus groups, los participantes la caracterizaron como “una radio compañera, que te acompaña cuerpo a cuerpo en la plaza, en la contramarcha, en la manifestación” (Entrevista grupal. Septiembre de 2017). También mencionaron que su vinculación como oyentes se produce a partir de las redes sociales o en eventos y actividades culturales, donde les interesa participar de distintos modos para recaudar fondos destinados a la sostenibilidad del medio, acompañando a las propuestas de la Curva.

Cooperativa Viarava y su emisora “Una Radio, Muchas Voces” está situada en el municipio de Capilla del Monte y el proyecto surgió en el año 2010 cuando un grupo de personas se juntó para intentar conformar un espacio de trabajo desde una lógica cooperativista. Este espacio logró constituirse formalmente en 2014, al registrarse como cooperativa en el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social. Como emisora empezó a transmitir en 2017, aunque desde el 2015 está a la espera de los resultados del concurso de licencia para radio sin fines de lucro.

Los integrantes se autodefinen como una comunidad de trabajo con conciencia cooperativa. Entre sus objetivos principales proponen “fortalecer el desarrollo local, sostenible y comunitario” (Laura Carizzoni. Entrevista personal. Mayo de 2017). Además, tienen una impronta de trabajo colectivo vinculado a la educación popular. Esto ha logrado capitalizarse en una Escuela de Comunicación Popular que la cooperativa impulsa desde el año 2014 como espacio formativo para capacitar sobre el uso de herramientas audiovisuales. Además, impulsaron la creación de la Red de Comunicadores y Comunicadoras del Valle de Punilla (que también integra Curva) y la Red de Radios Rurales que nuclea a diversas emisoras comunitarias situadas en distintos puntos del país.

En relación a la dimensión económica e institucional, han apostado fuertemente a la autogestión y administración de sus recursos; designando a una persona como responsable de realizar específicamente esas tareas. Solicitaron varios subsidios; han ganado concursos, consiguieron los fondos para construir el estudio de radio y ofrecen servicios a la comunidad a través de distintas líneas de acción. Resultaron ganadores de varios proyectos FOMECA por la línea de Documental Radifónico, Informativo Diario y Programa Semanal. También ganaron un proyecto del Fondo Nacional de las Artes en un área que contempla a medios comunitarios en el programa Puntos de Cultura que corresponde a la Secretaría de Cultura de la Nación. Además, la Escuela de Comunicación Popular, brinda asesoramiento a grupos y entidades no gubernamentales con talleres sobre gestión y fortalecimiento organizacional, lo que cuenta como un ingreso más para pagar honorarios, el alquiler de la casa donde desarrollan sus actividades y los servicios públicos; aunque manifiestan que los ingresos mensuales nunca son iguales, por lo que el indicador económico varía mes a mes.

En relación a la inserción social y a la producción audiovisual, los integrantes del colectivo sostienen un programa informativo muy escuchado en la localidad, con cobertura local y regional, que se emite todas las mañanas. El resto de las realizaciones abarcan producciones deportivas, culturales, y un segmento llevado adelante por jóvenes. También articulan su programación con una ONG, Conciencia Solidaria, que sostiene dos programas semanales por la tarde. Los públicos manifiestan su cercanía con la radio por abordar cuestiones locales que no son tratadas en las emisoras comerciales y por su enfoque cultural y social que contempla a las organizaciones sociales. A su vez, las respuestas obtenidas de los oyentes durante el focus groups que realizamos, aluden a la “calidad en la programación, la música... sentir que pertenezco a Capilla” (Entrevista Grupal. Octubre de 2017) y una vinculación afectiva con la cooperativa, un arraigo identitario que se relaciona con las actividades culturales y los talleres de formación que el espacio brinda.

Por último, la experiencia televisiva de Canal 9 Proa Centro, la única televisora comunitaria de la Provincia de Córdoba, fue puesta en marcha por Ilsa Rubio y Jorge Rey, quienes conformaron en el año 2004 el Centro de Producción, Investigación y Capacitación Audiovisual, Editorial y Gráfico.

En relación a las condiciones de su existencia y la dimensión económica e institucional, identificamos que el año 2010 se registraron como productores de contenidos y concursaron por varios FOMECA, entre ellos Equipamiento y Producción de contenidos por la línea de spots y microprograma televisivo. En el año 2013 recibieron la licencia para transmitir como canal e iniciaron su trayectoria como televisora comunitaria.

Los FOMECA les permitieron realizar producciones locales y tener pantalla propia. Sin embargo, reconocen lo dificultoso que resulta sostener proyectos que no se encuentran situados en la capital del país. En este sentido, son muy críticos con respecto a “las lógicas que se imponen desde Buenos Aires” (Jorge Rey. Entrevista personal, mayo de 2017), argumentando que se ignora lo que sucede en pueblos o comunidades más pequeñas y se destina poco presupuesto para ellas.

Ambos son los responsables de organizar las producciones que se realizan durante el mes y administrar los recursos. Cuentan con la colaboración de otras personas, pero estas son contratadas mensualmente de acuerdo a las producciones que se realizan. En cuanto a la gestión, aprendieron a hacerlo sin conocimientos previos sobre cómo elaborar balances y rendiciones, lo que en un principio resultó dificultoso.

Finalmente, manifiestan que el objetivo de su proyecto comunicacional es realizar una televisión distinta, que muestre una realidad diferente a la que transmiten los medios comerciales, que refleje cómo vive la gente y que ponga énfasis en la cultura regional. Es por ello que, entre sus iniciativas, integran a la Asociación de Documentalistas Argentinos y han creado un centro de archivos donde albergan datos, información y producciones audiovisuales que se realizaron durante la década de los 70, 80 y 90 en Traslasierras.

CONSIDERACIONES FINALES

Los medios comunitarios constituyen espacios de comunicación autogestionados que llevan adelante prácticas comunitarias en contextos locales, con un perfil que combina lo periodístico, la participación y el activismo social. En este sentido, ante el análisis de las dos emisoras y la televisora, damos cuenta de que la sostenibilidad no depende sólo de recursos económicos, que en la mayoría de los casos suelen ser escasos; sino también del funcionamiento institucional en tanto forma de organización, capacidad de gestión, mecanismos de decisión; y de las redes que integra cada medio. A su vez, verificamos que las actividades y formas de participación de estos medios comunitarios permiten que su audiencia logre vincularse a nivel territorial ya sea porque escucha y comparte las problemáticas que los medios comunitarios abordan, o porque participan del colectivo en determinadas actividades culturales.

En relación al mapa de medios, constatamos que las políticas públicas de legalización y fomento establecidas por la LSCA habilitaron condiciones favorables para que las radios y televisoras se multipliquen en número y se fortalezcan en términos de equipamiento, infraestructura, gestión y producción de contenidos propios. Particularmente en Córdoba, fue notable el crecimiento de la cantidad de medios y la creación de

redes colectivas que apuntaron a desarrollar estrategias de sostenibilidad en articulación con otros medios, pero también con sus públicos.

A su vez, ante el cambio de condiciones desde 2015 en adelante con las demoras y limitaciones en los concursos de licencias y de FOMECA, la sostenibilidad es uno de los desafíos más importantes para esos medios. Si bien durante el periodo 2009-2015 las políticas de medios favorecieron a los medios comunitarios, posteriormente se impulsaron mecanismos de persecución y ahogo financiero que es imperioso desmontar. Ante esto, urge garantizar la implementación en tiempo y forma de las políticas de legalización y fomento que la Ley Audiovisual instauró y que continúan vigentes.

REFERENCIAS

- AMARC ALC (2006) *A paso firme, revista Cara y Señal*. Buenos Aires: AMARC ALC
- AMARC ALC (2010) *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Buenos Aires. AMARC ALC
- Coalición por una Radiodifusión Democrática (2004) 21 puntos básicos por el Derecho a la Comunicación, Buenos Aires.
- Becerra, M. et al (2016) Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina, en: Segura, M. S. y Weckesser, C. (comps.) *Los medios sin fines de lucro desde la ley audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Bilbao, C. y Traversaro, N. (2018) Mapeo y descripción general de los medios sin fines de lucro de la provincia de Córdoba. *XX Congreso REDCOM*, Universidad Nacional de Villa María, Córdoba.
- Escobar, R.; Salgado, V., & Dávila, E. (2008) *Atrapa sueños. La sostenibilidad en las radios populares y comunitarias, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y el Caribe (AMARC ALC)*, Buenos Aires: ALER, AMARC-ALC
- Espada, A. (2018) *Cambiemos y la comunicación sin fines de lucro*. Recuperado de: <https://agustinespada.wordpress.com/2018/03/17/cambiemos-y-la-comunicacion-sin-fines-de-lucro/>
- Kejval, L. et al., (2017) *Bajo Sospecha. Página 12*. Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/31238-bajo-sospecha>
- Linares, A. et al., (2016) Brechas. La desigualdad en las políticas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 13 (25), 84-95. Recuperado de: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/847>
- Longo, V. et al., (2017) Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina. *Revista Logos: Comunicação e Universidade*, 24 (1), 37-51. Recuperado de: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/28266/21304>
- Loreti, D. (2013). *Argentina es un laboratorio en términos doctrinarios. Página 12*. Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-232790-2013-11-03.html>
- Mata, M. C. et al (2005) *Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa*. Centro de Competencia en Computación para América Latina.
- Sáez Baeza, C. (2008). *Tercer sector de la comunicación: teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*. (Tesis Doctoral) UAB, Barcelona. Recuperado de: <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2008/tdx-1021109-003052/csb1de2.pdf>
- Segura, M. S., et al., (2017). Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores. Equipo PIO CONICET/Defensoría del Público. Mimeo. Recuperado de: <https://comunicacionsfl.wordpress.com/2017/07/31/sostenibilidad-en-las-radios-y-televisora-s-comunitarias-populares-yo-alternativas-dimensiones-categorias-e-indicadores/>

- Segura, M. S., et al., (2018) La multiplicidad de los medios comunitarios, alternativos y populares en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 9, 88-114. Recuperado de: <http://www.usc.es/revistas/index.php/ricd/article/view/5530>
- Segura, M. S. (2018). *De la resistencia a la incidencia. Sociedad civil y el derecho a comunicar en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones UNGS.
- Smerling, T. (2012). *La Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación en la Argentina: Un Estudio Comparativo entre las Ciudades del Interior. Córdoba, Rosario y Mendoza. 1990-2010*. Tesis Doctoral. Universidad Nacional de Quilmes.
- Urioste, J. (2016). *Las Emisoras Comunitarias de Córdoba entre 2009 y 2015. Un análisis de sus prácticas*. (Tesis de Licenciatura en Comunicación Social). Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Censo Nacional de Población y Vivienda (2010). Recuperado de: <http://www.cba.gov.ar/provincia/aspectos-generales/poblacion/>

NOTAS

- 1 Agradecemos las contribuciones que realizó la investigadora María Soledad Segura, quien además de dirigir al equipo que realizó la investigación de este trabajo, colaboró en la redacción del artículo, sugiriendo y aportando comentarios para una mayor profundización.
- 2 En diciembre de 2015, el ex presidente Mauricio Macri promulgó los Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) N° 13 y 267. El DNU N° 13, dictaminó que la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y la Autoridad de Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC) migrarían al Ministerio de Comunicaciones bajo la responsabilidad del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM). Hasta ese momento ambos entes públicos funcionaban de manera autárquica y descentralizada. Por otro lado, el DNU N° 267 implicó la eliminación del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA), espacio de participación e incidencia en la formulación de políticas públicas de comunicación que tenían los medios no lucrativos.
- 3 Estas políticas se expresaron, por un lado, en decomisos e intimaciones a emisoras comunitarias que no cuentan con permisos, autorizaciones o licencias para transmitir y, por otro lado, en la demora de los pagos correspondientes a los Fondos de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA). Algunos medios comunitarios fueron intimados por considerar que presentaban irregularidades en la rendición de los fondos, lo que funcionó como justificativo para dilatar los pagos correspondientes a los concursos ganados (Kejval *et al.*, 2017).
- 4 Este trabajo fue realizado en el marco del Proyecto de Investigación Orientado “Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26.522: condiciones, estrategias y desafíos”, financiado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y la Defensoría del Públicos de Servicios de Comunicación Audiovisual, dirigido por María Soledad Segura e integrado por Alejandro Linares, Verónica Longo, Ana Laura Hidalgo, Natalia Vinelli, Agustín Espada, Natalia Traversaro, Emilia Villagra (período 2016-2017) y Larisa Kejval (período 2015-2017).
- 5 Esta actividad se realizó tanto en Radio Curva como en Una Radio, Muchas Voces, pero no pudo concretarse en Canal 9 por motivos organizativos ajenos al equipo de investigación.
- 6 Este relevamiento de emisoras de Córdoba fue iniciado por Joaquín Urioste (2016) y continuado por María Soledad Segura, Carla Bilbao, Natalia Traversaro y Emilia Villagra, pertenecientes a la Universidad Nacional de Córdoba.