



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARIA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Mapeo y descripción general de los medios sin fines de lucro de la provincia de Córdoba

Año
2018

Autoras
Bilbao, Carla y Traversaro, Natalia

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Bilbao, C. y Traversaro, N. (2018). *Mapeo y descripción general de los medios sin fines de lucro de la provincia de Córdoba*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Título: Mapeo y descripción general de los medios sin fines de lucro de la provincia de Córdoba.

Carla Bilbao. Facultad Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba.

Correo: carlabilbao544@gmail.com

Natalia Traversaro. Facultad Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba.

Correo: nataliatraversaro@hotmail.com

Resumen

El objetivo de este trabajo es presentar un mapeo de los medios sin fines de lucro (MSFL) que están actualmente en funcionamiento en la provincia de Córdoba y el avance en la investigación en la que se describen algunas de sus características.

La importancia de este trabajo radica en que aún no existe este registro en la provincia, ni en el país. Además, la información obtenida fue valorada y solicitada por algunos de los MSFL estudiados y por el Círculo Sindical de Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN). Esta información constituye una herramienta de utilidad para estas organizaciones, como también, para otras instituciones estatales de comunicación; ya sea para conocer la situación del sector como para tomar medidas y generar políticas pertinentes hacia el sector.

Las preguntas que guían nuestra investigación podemos resumirlas en las siguientes ¿cuántas radios y televisoras comunitarias hay actualmente en funcionamiento en la provincia de Córdoba? ¿en qué años se crearon? ¿cuál es su situación legal? ¿cuál es el área de cobertura de estos medios? ¿cuántos personas trabajan en los MSFL de Córdoba?

Para dar respuesta a estas preguntas, en primera instancia se realizó un relevamiento de los medios comunitarios de la provincia de Córdoba y se analizaron los ítems indicados en documentos e información publicados en páginas web y redes sociales y a través de encuestas a miembros de los

medios.

Los resultados presentarán el mapa con la distribución de los medios en funcionamiento actualmente en la provincia de Córdoba. La descripción y el análisis de los datos permitió evaluar los años de formación de estos medios, cómo se financian para obtener equipamiento, producir y sostener empleo; la situación legalización de los mismos y la incidencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 en estos aspectos.

Introducción

Este trabajo posee dos objetivos fundamentales: de una parte, presentar un avance en la investigación en la que se describen algunas de las características y la situación actual de la dimensión institucional de los medios sin fines de lucro de Córdoba y también mostrar un mapeo de estos medios.

Para realizar la investigación, metodológicamente realizamos los siguientes pasos no necesariamente cronológicos:

- 1) Relevamiento de los casos existentes de radios y televisoras sin fines de lucro en funcionamiento en la provincia de Córdoba en el período de vigencia del proyecto (2018 y 2019) utilizando las siguientes fuentes:
 - a) Información ya obtenida por el equipo de investigación Sociedad Civil y Democratización de la Comunicación y la Cultura de la Universidad Nacional de Córdoba; PIO-CONICET Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos y (otros).
 - b) Encuestas telefónicas y por correo electrónico a miembros de los MSFL.
 - c) Información que circule en páginas web y redes sociales.
- 2) Recuperación de los principales ejes de debate sobre los medios sin fines de lucro y sobre las dimensiones de sostenibilidad y sustentabilidad de los medios de

comunicación. Para esto se recurrirá al “Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores.” elaborado por el Equipo PIO-CONICET Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522:condiciones, estrategias y desafíos.

3) Reconstrucción de la situación actual con respecto a la dimensión institucional de los medios relevados en el punto 1.

Definición e importancia medios comunitarios en Argentina y en la provincia de Córdoba

Entendemos como medios comunitarios a los que no poseen al lucro como orientador de sus prácticas. Por el contrario, estas tienen como “...horizonte explícito la transformación de relaciones sociales de desigualdad (...) proponen, de alguna forma y en alguna medida, intervenir en el terreno simbólico para contribuir a la construcción de sociedades más justas. Asimismo, el antagonismo con respecto al sistema de medios hegemónico conformado predominantemente por empresas orientadas por el fin de lucro, altamente concentradas y más colaboradoras con la legitimación del orden social que con su crítica y transformación, resulta constitutivo de las identidades políticas proyectos político comunicacionales de estas emisoras” (Segura et al 2016). En esta categoría no se incluyen los medios religiosos, universitarios, de propiedad privada, entre otros.

Con las particularidades señaladas, los medios comunitarios, ciudadanos, alternativos han acompañado históricamente los procesos sociales de Latinoamérica, de allí la importancia que asumimos poseen para la región. Desde sus inicios, hacia 1947, se orientaron a la educación a las poblaciones rurales. En las décadas de los '70 y '80 sus fines eran políticos revolucionarios, como ocurrió en Bolivia con la irrupción de las radios mineras. En las últimas décadas, en Latinoamérica y también en Argentina, organizaciones de medios comunitarios y otras organizaciones de la sociedad civil; se caracterizaron por movilizarse y generar propuestas de políticas de comunicación que entiendan a la comunicación como un derecho humano. Estos planteos, se presentaron en un

contexto donde la mayoría de los países de América Latina poseía “un sistema regulatorio y políticas públicas de radio y televisión que violan la libertad de expresión”, como lo expresaba el Informe sobre Diversidad y Pluralismo de 2010.¹

En Argentina, las radios y televisoras comunitarias, populares y alternativas argentinas nacieron en el contexto de recuperación democrática iniciado en 1983 y tienen como denominador común el objetivo explícito de transformación de relaciones sociales de desigualdad (Longo y otros/as, 2017). Además, históricamente han enfrentado desafíos para lograr la legalidad y asegurar su sostenibilidad. Si bien con la derogación del artículo 45 de la antigua ley de radiodifusión en 2005 y la sanción de la Ley 26.522 en 2009, se generaron posibilidades para la legalización de muchas de ellas; quedaron pendientes mecanismos para la obtención de licencias; el desarrollo del plan técnico y el desarrollo de estrategias de sostenibilidad. La nueva coyuntura política que se presentó a fines de 2015 afectó negativamente al sector: aspectos fundamentales de la ley fueron modificados por decretos del poder ejecutivo nacional de la Alianza Cambiemos. Aunque no se modificaron los artículos de la Ley 26.522 que regula a los medios no lucrativos, las políticas estatales hacia estas radios y televisoras cambiaron radicalmente. Con respecto a las líneas de fomento, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), no abrió nuevas líneas de fomento ni cumplió con pagos de proyectos adjudicados; a esto debe sumarse que las políticas económicas generaron aumentos en los costos que deben asumir estos medios. Asimismo, el sector disminuyó sus posibilidades de incidir en políticas públicas ya que las redes de medios comunitarios perdieron representación en el Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (COFECA), cuando éste fue disuelto por el DNU 267 (Segura et. al 2016). Estas dificultades se reflejan en los problemas que actualmente poseen los medios en relación a su situación legal, financiamiento, posibilidades de obtener y sostener infraestructura y equipamiento,

¹Según ese documento, ese contexto regulatorio se traducía “en prácticas discrecionales y discriminatorias en la adjudicación de frecuencias; que no establecen límites reales a la concentración de medios; que imponen barreras a las comunidades indígenas, las organizaciones sociales y otros medios no comerciales al acceso equitativo, y que, además, disponen limitaciones técnicas y económicas que impiden su desarrollo, lo que deriva en el silenciamiento de voces disidentes y diversas e impacta gravemente a la democracia, situación que se ha venido agudizando con los procesos de convergencia y transición tecnológica” (AMARC ALC, 2010: 4)

situación para sostener a sus trabajadores como tales, cantidad y calidad de producción; entre otras. Con el objetivo de dar cuenta de cómo es la realidad de los medios SFL de Córdoba en relación a estos ítems, consideramos necesario actualizar los relevamientos ya realizados - de los que además, hay disparidad de datos- y aportar información no sólo de la cantidad actual de medios, sino también de su situación actual.

Relevamientos en Argentina y en la provincia de Córdoba

Desde organismos oficiales, espacios académicos, organizaciones sociales; se han realizado varios intentos de relevar los medios sin fines de lucro, mencionamos algunos de ellos. La concreción de relevamientos sobre el sector sin fines de lucro han sido una demanda del sector ya que constituyen un importante insumo para conocer la realidad del sector. En especial, al momento de la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se consideró necesario conocer y evaluar la situación de los medios sin fines de lucro para desarrollar el plan técnico y la formulación de políticas, programas y proyectos de intervención acordes a la realidad. Esto es especialmente importante para las zonas de conflicto.

Asimismo, los datos obtenidos en diferentes momentos, permitieron realizar análisis desde la academia a partir de los datos sobre los medios comunitarios; las necesidades de los mismos; las políticas vigentes en cada época y poner en evidencia los avances, obstáculos y perspectivas del sector.

De esta manera, se llevaron adelante distintos ensayos de recopilación de datos e información. En el año 2005 el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) por Resolución 1572/05 convocó a un censo de emisoras pertenecientes a organizaciones civiles con el objetivo de reconocerlas, ordenarlas y regularizarlas. Tras la modificación del artículo 45 de la Ley 22.285, se abrió la posibilidad de otorgar titularidad de los servicios de comunicación a personas jurídicas no comerciales. Como resultado, en mayo de 2006 , el COMFER en la Resolución 753/06 reconoció

funcionamiento y titularidad a 126 estaciones de radiodifusión pertenecientes a asociaciones civiles sin fines de lucro².

En el boletín del 5 de enero de 2010, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) publicó tres resoluciones para iniciar un proceso de relevamiento y ordenamiento de licencias de estaciones de radio y televisión. El resultado del censo permitió identificar 1053 casos de organizaciones sin fines de lucro (924 señales FM, 73 señales AM y 56 cableoperadoras) de un total de 12.395 medios de comunicación relevados. (Marino, S. et al. 2015)³.

En la Resolución 1102/2015 de AFSCA se detalla el resultado del empadronamiento voluntario al que fueron convocadas las emisoras ubicadas en las denominadas “Zonas de conflicto”. Como resume Agustín Espada, en el censo se registraron 182 emisoras de las cuales 60 fueron identificadas con entidades religiosas mientras que otras siete pertenecen a sindicatos u organizaciones sin fines de lucro no comunitarias. Las 115 restantes demuestran la concentración de medios en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) que cuenta con 69 emisoras (50 zona central y 19 en la periferia), le siguen Santa Fé que posee 23, Córdoba 9, Salta 4, Entre Ríos 3, San Juan 3, Mendoza 2 y Tucumán 2. (Espada A. 2015)⁴. La Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) reconoció como un avance la resolución 1478/2014 que el 18 de diciembre de 2014 estableciera el empadronamiento para medios sin fines de lucro. Sin embargo, mencionan que aún no reconoce a los medios comunitarios, alternativos y populares como actores comunicacionales con especificidades que los diferencian de otros medios sin fines de lucro y que no estaban claros los objetivos del empadronamiento. En se sentido; manifestaron que continuaban reclamando la realización de un plan técnico de frecuencias en todo el territorio nacional y concursos en las zonas

² RADIODIFUSIONdata (2006); “El estado "reconoce" a 126 radios no comerciales”. Disponible en <http://www.radiodifusiondata.com.ar/2006/may06/res753.htm> (última consulta 12/9/2018)

³ Santiago Marino, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Carolina Rubini y Agustín Espada (2015). ““Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina. Licencias, autorizaciones, permisos y fondos concursables”. Informe realizado por el equipo de investigación “Industrias Culturales y Espacio Público” de la Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en http://media.wix.com/ugd/ffb9b9_32f3423284ea4b46b86df5384abf37c9.pdf

⁴ Agustín Espada (2015) “AFSCA reconocerá emisoras comunitarias: ¿Cómo y cuáles?”. Disponible en: <https://agustinespada.wordpress.com/2015/11/30/afsc-reconocera-emisoras-comunitarias-como-y-cuales/> (última consulta 12/9/2018)

de conflicto⁵.

Red Nacional de Medios Alternativos RNMA no ha realizado censos pero, a partir de los relevamientos realizados por AFSCA, produjo documentos para reclamar el plan técnico, las licencias y el reconocimiento de las especificidades de los medios comunitarios y sin fines de lucro.

En el año 2016, la Defensoría del Público inició el proyecto “Buenas prácticas. Experiencias de comunicación audiovisual y ciudadanía de Argentina” con el objetivo de realizar un registro de proyectos de de medios alternativos, populares, barriales, comunitarios, campesinos, indígenas, universitarios, públicos y escolares de las 24 provincias argentinas. Como resultado, se relevaron y se construyó un mapeo de 71 medios que se pueden observar en sus contextos “... contados por quienes día a día hacen comunicación desde los barrios, las escuelas, las cárceles, las comunidades campesinas e indígenas, los asentamientos de las grandes urbes, los pueblos y las universidades públicas.” (Defensoría del Público)⁶

En 2017 el Centro de Producciones Radiofónicas de CEPPAS, realizó un listado de las radios comunitarias existentes, combinando información oficial que poseía ENACOM con información disponible en Internet y en las redes de medios. ENACOM proporcionó un listado que incluía radios comunitarias sin fines de lucro, radios religiosas, sindicales, universitarias y escolares. Limpiando los datos de ENACOM, CEPPAS encontró 135 radios comunitarias (dejando de lado las religiosas, sindicales y universitarias). Posteriormente; la información de ENACOM la cruzaron con los resultados del relevamiento realizado por las redes de medios alternativos (RNMA, AMARC, FARCO, Red de Radios Rurales) y el desarrollado por la productora América Profunda en el proyecto Radio x Radio. “ El resultado fueron 75 radios que el estado no está considerando en sus endeables recuentos. Dentro de ellas se encuentran algunas con una larga trayectoria (...) Lo que resulta llamativo es que muchas de ellas están contempladas desde el 2006 en la resolución 753 del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). De esta manera, encontramos un nuevo desfase entre

⁵ RNMA (2015) “Logramos el empadronamiento para medios sin fines de lucro” publicado en Zumba la Turba el 22 de febrero de 2015. Disponible en: <http://zumbalaturba.com.ar/?p=228> Última visita 13/09/2018.

⁶ Disponible en: <http://defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/buenas-practicas/>

listados oficiales, considerando el listado de dicha resolución y el tristemente célebre enviado por el ENACOM ante nuestro pedido de información: de las 58 radios (dejando de lado aquellas de carácter religioso) que pasan a estar reconocidas como titulares de servicios de radiodifusión en la resolución, solamente 15 figuran en el listado del ENACOM, dejando 43 radios en un estado de desconocimiento absoluto por parte del ente estatal.” (Ruffo Juan, 2018)⁷

De otra parte, el equipo de investigación “Industrias Culturales y Espacio Público” de la Universidad Nacional de Quilmes realizó un informe titulado "Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina. Licencias, autorizaciones, permisos y fondos concursables" en el que se realiza un examen empírico y aportan resultados sobre las cantidades y el tipo de reconocimiento legal del sector sin fines de lucro a seis años de aprobada la ley audiovisual. El informe se asienta en datos de censos, relevamientos y fuentes “oficiales”, “semi- oficiales” y periodísticas⁸.

En Buenos Aires, Agustín Espada realizó un informe gráfico de los medios audiovisuales sin fin de lucro de Nación y vecinales de Ciudad beneficiados con pauta oficial del gobierno nacional y porteño en el período Ene13-May14 en caso de Nación y a Ene13-Jun14 en CABA. El estudio se basó en datos de Poder Ciudadano y Buenos Aires Data (del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

En Córdoba, Joaquín Urioste en su tesina de grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) “Las prácticas de las emisoras comunitarias de Córdoba (2009-2015)” realizó un relevamiento de las radios comunitarias de la provincia de Córdoba que comenzaron a funcionar a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en 2009, hasta diciembre de 2015 cuando aspectos fundamentales de esta ley fueron modificados por decretos de

⁷ Juan Ruffo (2018) “Un listado oficial que ignora listados oficiales” disponible en <https://cpr.org.ar/un-listado-oficial-que-ignora-listados-oficiales/>

⁸ Santiago Marino, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Carolina Rubini y Agustín Espada (2015) "Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina. Licencias, autorizaciones, permisos y fondos concursables", informe del equipo de investigación “Industrias Culturales y Espacio Público” de la Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en: http://media.wix.com/ugd/ffb9b9_32f3423284ea4b46b86df5384abf37c9.pdf

necesidad y urgencia del nuevo gobierno. En esa oportunidad, se contaron 14 radios, dos en la capital y el resto ubicadas en el interior de la provincia. Este sondeo fue continuado por Emilia Villagra y Soledad Segura entre los años 2016-2017 en el cual sumaron varios medios más y continuamos con este censo.

La productora de contenidos América Profunda inició en 2014 el proyecto comunicacional Radio x Radio que registra las radios sin fines de lucro del país, proporciona algunos datos de las emisoras (dial, dirección, nacimiento, correo electrónico, redes sociales y redes a las que pertenecen) y proporciona un mapa de ubicación de todo el país.

Finalmente, el equipo de investigación (PIO/CONICET)⁹, viene realizando desde 2015 un relevamiento de medios sin fines de lucro. En primera instancia, se registraron los de Buenos Aires; Córdoba; San Luis y La Pampa y posteriormente los del resto de las provincias del país. En 2018 se contaron 167 radios y 5 televisoras sin fines de lucro en todo el país; estos resultados suelen ir variando, la información es monitoreada y actualizada periódicamente debido a los cambios que se van produciendo en el contexto actual.

Año	Entidad	Medios relevados
2005	COMFER	126 estaciones de radiodifusión SFL
2010	AFSCA	1053 casos de organizaciones sin fines de lucro de un total de 12.395 medios de comunicación relevados. 924 señales FM, 73

⁹Equipo PIO-CONICET Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522:condiciones, estrategias y desafíos.

		señales AM y 56 cableoperadoras
2015	Empadronamiento voluntario en zonas de conflicto	182 emisoras: 60 de entidades religiosas; 7 de sindicatos u organizaciones sin fines de lucro no comunitarias. 115 restantes: contrados en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).
2015	Joaquín Urioste (Luego, en 2016 S. Segura y E. Villagra)	Córdoba: 14 radios, dos en la capital y el resto ubicadas en el interior de la provincia.
2016	Defensoría del Público inició el proyecto “Buenas prácticas”	Mapeo de 71 en todo el país.
2017	Centro de Producciones Radiofónicas de CEPPAS	135 radios comunitarias en el país (dejando de lado las religiosas, sindicales y universitarias)
2014-2018	América Profunda: RadioxRadio	132 radios en todo el país
2015-2018	PIO/CONICET	165 radios y 5

		televisoras en todo el país
--	--	-----------------------------

Situación actual en Córdoba: nuestros resultados

En los relevamientos y censos detallados anteriormente encontramos disparidad de información entre fuentes oficiales, académicas y de otras organizaciones. Por este motivo y por las modificaciones del contexto a partir de las políticas implementadas desde diciembre de 2015; consideramos necesario actualizar la información de la provincia de Córdoba.

Además, con respecto a los estudios anteriores, nos interesa incorporar información sobre los aspectos de sostenibilidad mencionados en el documento “Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores.” elaborado por el Equipo PIO-CONICET Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos.

En el relevamiento que venimos realizando desde el mes de mayo de 2018 encontramos variaciones en algunos de los datos de censos anteriores, obtuvimos nueva información y también encontramos dificultades para establecer contactos como también para obtener devolución o respuestas. En los siguientes puntos mostramos los datos que obtuvimos en relación a la cantidad de medios en funcionamiento, años en que nacieron, cantidad de trabajadores, reconocimiento legal, personería jurídica, potencia de antena y lo analizaremos en relación a la sostenibilidad institucional de los mismos.

Cantidad de medios sin fines de lucro (MSFL) en la provincia de Córdoba

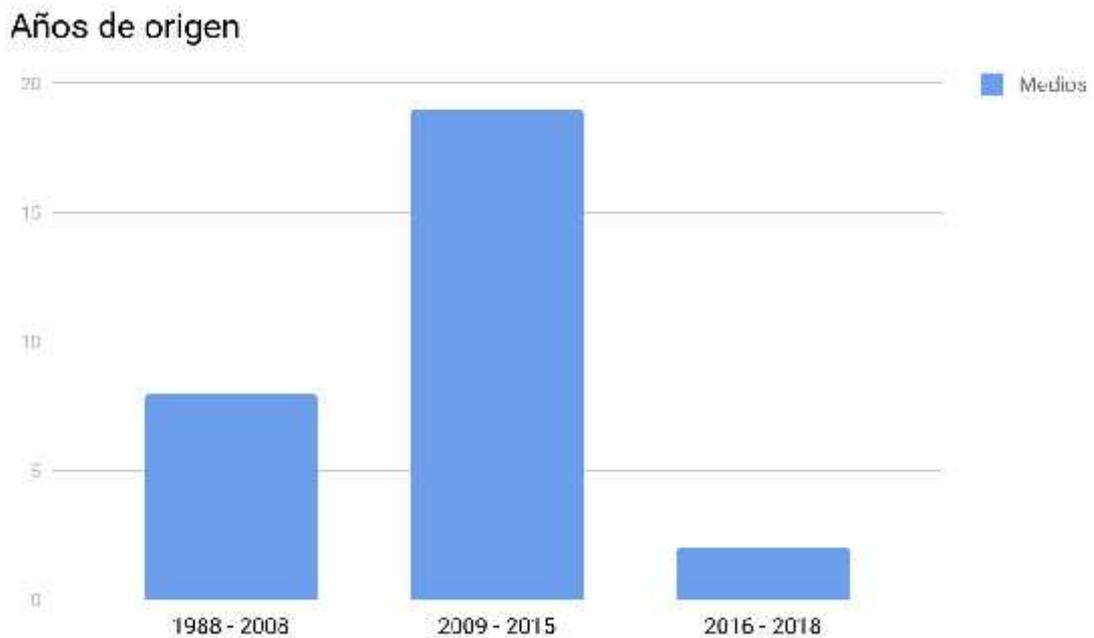
En relación a la cantidad de medios encontramos algunas variaciones en relación a los datos anteriores. En algunos casos, estaban contabilizados medios municipales, comunales, religiosos, micro pymes o de propiedad privada; pero que ellos se consideraban “comunitarios” por sus objetivos o forma de funcionamiento. En este relevamiento no se incluyeron los medios con esas características.

De esta manera, como resultado final encontramos 6 radios en Córdoba Capital; 22 radios y 2 televisoras en el interior de Córdoba; 3 radios del interior dejaron de funcionar (Animí en 2013 y Solidaridad en 2015 y San Cayetano)

Años de origen

Consideramos importante tener en cuenta los periodos en que surgieron los medios SFL para analizar las posibles relaciones con las políticas de comunicación de cada época. Entre los años 1988-2008 estaba en vigencia la Ley 22285 que regía desde 1980, es decir, que nació en los años de la dictadura militar en Argentina. Entre los años 2009-2015 estuvo en vigencia la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) que surgió a partir de los 21 puntos propuestos por la Coalición por una Radiodifusión Democrática y que sentó las bases para el reconocimiento legal de los medios sin fines de lucro; distribuyó el espectro radioeléctrico de tal manera que un 33% del mismo quedaba asignado para los MSFL; generó fondos de financiamiento para equipamiento, programación; entre varias otras medidas que apoyaban al sector. En diciembre de 2015, asume el gobierno de la Alianza Cambiemos y dos decretos de necesidad y urgencia (DNU) que modificaban sustancialmente la LSCA, fueron de las primeras medidas tomadas en ese mes de diciembre por el nuevo gobierno. Teniendo en cuenta esos contextos, en nuestro relevamiento encontramos las siguientes cantidades de MSFL surgidos en los periodos mencionados:

Año	Ley	Nacieron
1988-2008 (20 años)	Ley 22285	8
2009-2015 (6 años)	LSCA	19
2016-2018 (2 años)	LSCA intervenida por DNU	2



El cuadro demuestra las diferencias de medios que surgieron en cada periodo, por lo que se hace fácilmente observable que el marco de la LSCA generó condiciones que efectivamente favorecieron la generación de nuevos MSFL. En trabajos posteriores analizaremos cuáles fueron concretamente las condiciones que favoreció el origen de cada medio.

Capacidad de transmisión

Entre las características de los medios, encontramos que los medios que poseen antenas de mayor potencia se encuentran en la capital de la provincia y hay marcadas diferencias respecto a las potencias de los medios del interior. Sin embargo, analizando las áreas de cobertura que garantizan esas antenas, se observó que estas son menores en la capital que en el interior; dado que las características geográficas, densidad de población, interferencias, afectan a la llegada de las transmisiones. De esta manera, observamos que en la capital el área de cobertura, en la mayoría de los medios, no superaba los 0.4 km., mientras que las pequeñas suelen cubrir toda el área de un pueblo o comuna e incluso zonas aledañas.

Córdoba Capital	1000 w	1 radio
-----------------	--------	---------

	5000 w	1 radio
	500 w	1 radio
Localidades del interior	100 w	3 radios
	150 w	1 radio
	250 w	4 radios
	300 w	1 radio
	500 w	1 radio

De esta manera, en las áreas de cobertura, encontramos que por ejemplo, radio Zumba La Turba que es un radio de Córdoba Capital y tiene una antena con 1000 W. de potencia sólo cubre 0.4 km y radio Comunitaria La Quinta Pata, también de Córdoba Capital, con una antena de 500 W. tiene área de cobertura es de 0.2 km; mientras que las radios del interior de Córdoba que tienen antenas con potencia de 100 W., como radio La Minga y radio Paravachasca, poseen un área de cobertura de entre 9 y 15 km.

Sostenibilidad institucional desde la situación legal, personería jurídica y fuerza de trabajo de los MSFL de Córdoba

Como vimos en el apartado anterior la LSCA, a diferencia de las legislaciones de otros periodos, posibilitó el reconocimiento legal de los MSFL, con ese fin también sentó las condiciones para hacerlo. En este sentido, consideramos importante analizar qué medios pudieron cumplir con algunas de esas condiciones para formarse y sostenerse en el tiempo. El análisis de la situación legal y personería jurídica nos permiten conocer aspectos de la sostenibilidad institucional de los MSFL. Recuperando lo expresado en el documento de trabajo sobre sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas en el que se expresa que aunque cada medio

posee características institucionales acordes a sus objetivos; hay aspectos comunes que refieren a sus condiciones de sostenibilidad institucional. En esta dimensión implica tener en cuenta las relaciones con los movimientos sociales, sectores populares, las tecnologías y profesionalización y organización de los medios. Pero además, la sostenibilidad institucional se relaciona con las políticas de comunicación concretas que podrían impulsar u obturar las posibilidades del sector. En este sentido, resulta pertinente considerar las posibilidades y obstáculos para obtener el reconocimiento legal y la personería jurídica.

En este trabajo realizamos la primera instancia de relevar la cantidad de MSFL que obtuvieron licencias y que poseen personería jurídica. Esta información es el primer insumo para posteriormente analizar el tipo de reconocimiento legal del uso de frecuencia (licencia, asignación, permiso) o su ausencia; los obstáculos y facilitadores en el acceso y uso de las frecuencias; los obstáculos económicos; los requisitos para el reconocimiento legal adecuados o no al tipo de medio; las restricciones indirectas a través de procedimientos administrativos o por condiciones discriminatorias; interferencias políticas; arbitrariedad, discriminación y limitaciones; clausuras injustificadas; falta de garantías; interferencias; entre otras¹⁰.

En nuestro relevamiento encontramos:

Personería jurídica: Hay 20 medios que poseen personería jurídica como cooperativas, asociaciones civiles, mutuales. Una no posee personería, funciona como colectivo y 9 no contestaron.

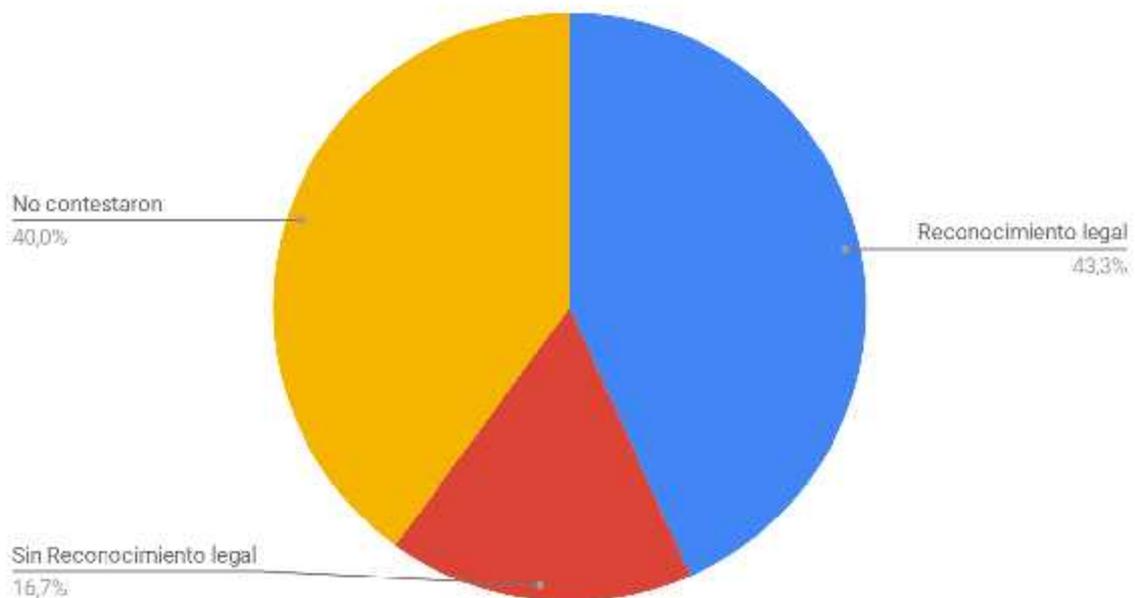
Personería Jurídica	Cooperativa	7
	Asociación Civil	12

¹⁰“Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores.” elaborado por el Equipo *PIO-CONICET* Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B6980YoYiokhZWlGelY0cGxrTVk/view>

	Mutual	1
Colectivo (sin personería jurídica)		1
No contestaron		9

Situación legal : En términos generales, sólo 13 medios tienen algún tipo de reconocimiento legal (licencia, permiso, empadronamiento), 5 radios ninguno y 12 radios no han contestado aún

Situación legal



Específicamente, de los medios con reconocimiento legal 10 poseen licencia y 3 sólo reconocimiento estatal y/o empadronamiento a través de la RESOLUCIÓN 1102/2015¹¹ del AFSCA.

Fuerza de trabajo

La fuerza de trabajo es otro de los parámetros a tener en cuenta sobre la sostenibilidad institucional de los MSFL. La participación sin relación de empleo suele ser la modalidad de trabajo, priorizando llevar adelante el proyecto, sus objetivos y misión. En esta primera instancia

¹¹<https://cpr.org.ar/wp-content/uploads/media/uploads/documents/investigacionpidc/resolucion-1102-reconocimiento-radios-comunitarias-2015.pdf>

relevamos la cantidad de trabajadores que posee cada medio para luego dar cuenta de las características de esta fuerza de trabajo; por ejemplo, será necesario conocer la noción de trabajador/a (militante, becario/a, pasante, participante, etc.) que poseen; la división del trabajo (organigrama, roles, funciones); los rangos etarios; las cantidades de cada género; tareas realizadas por edad y género; la cantidad de horas promedio de trabajo; la profesionalización de los trabajadores (profesiones, trayectorias, saberes, oficios, empleos previos, empleos simultáneos, militancias, etc.); las modalidades de reclutamiento de los trabajadores (modo en el que se sumaron al medio) y sus rutinas de trabajo¹². Asimismo es importante analizar la condición de los trabajadores en relación a la forma de organización que posee el medio. En algunos casos, trabajar en cooperativas u otras formas de funcionamiento suele facilitar ciertos ingresos que permitan que la actividad en la radio sea parte del medio de vida de los trabajadores.

Hasta el momento, en los medios que estudiamos, encontramos la siguiente situación:

Cantidad de trabajadores	
Hasta 10 trabajadores	9 medios
11-20 trabajadores	6 radios
21-30 trabajadores	2 radios

Personería Jurídica	cantidad de medios	Trabajadores
---------------------	--------------------	--------------

¹²“Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores.” elaborado por el Equipo *PIO-CONICET* Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B6980YoYiokhZWlGelY0cGxrTVk/view>

Colectivo (sin personería jurídica)	1	Radio Sur
Mutual	1	Asociados, voluntarios, becarios
Asociación Civil SFL	11	Entre 3 y 30: 11 voluntarios en La Quinta Pata; 15 en Garabato; 9 La Ronda; 3 Paravachasca; 15 el Brote; 20 La Minga; 15 Radio Pueblo; 3 Serrana ; 13 Nativa; 4 Canal 9; 30 Zumba la Turba
Cooperativas	6	Entre 5 y 22

Conclusiones: antes y después de 2015

Los datos de esta primera instancia de relevamiento nos permiten llegar a las siguientes conclusiones:

En relación a la cantidad de radios y televisoras comunitarias hay actualmente en funcionamiento en la provincia de Córdoba encontramos un total de 28 radios y 2 televisoras; por lo que encontramos una variación en relación a otros relevamientos.

Asimismo, encontramos relación entre los años en los que los medios nacieron y el marco de leyes y político en el que lo hicieron. De esta manera, vemos que con la Ley 22285 vigente entre 1988-2008 surgieron 8 medios en un período de 20 años. Entre 2009-2015 estando en vigencia la LSCA nacieron 17 nuevos MSFL en un lapso de 6 años. Finalmente entre 2016 y 2018 con la LSCA intervenida por DNU sólo hubo 2 nuevos MSFL en 2 años. Es decir que en el marco de la

LSCA nacieron el triple de medios por año que en la época que rigen los DNU a la LSCA; lo cual da la pauta de la pérdida de poder y valor del sector en el nuevo contexto político y legal. En cuanto a las capacidades de transmisión y cobertura de los medios, si bien la capital posee antenas más potentes; sigue siendo la región con más dificultades de llegada por geografía, interferencias, entre otros factores. Por lo cual cobra nuevamente sentido la necesidad de relevamientos que permitan conocer la cantidad de medios que hay, sus posibilidades, las superposiciones de coberturas, entre otros factores.

En relación a las personerías jurídicas, la mayoría optaron por la forma de asociación civil y no encontramos relación entre esta forma organizativa, el reconocimiento legal y la cantidad de trabajadores. Sin embargo, cabe destacar que, de los medios que respondieron, la mayoría obtuvo reconocimiento legal en los años de vigencia de la LSCA y otros están a la espera del mismo. Finalmente, en relación a la fuerza de trabajo, en la mayoría de los casos son colaboradores, voluntarios o trabajo no asalariado. En el caso de cooperativas (como Una Radio) suele garantizarse un ingreso para quienes se ocupan de determinadas tareas dentro del marco de trabajo cooperativo.

Bibliografía

Agustín Espada (2015) “AFSCA reconocerá emisoras comunitarias: ¿Cómo y cuáles?”. Disponible en: <https://agustinespada.wordpress.com/2015/11/30/afsc-reconocera-emisoras-comunitarias-como-y-cuales/> (última consulta 12/9/2018).

Joaquín Urioste(2015), Tesina de grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) “Las prácticas de las emisoras comunitarias de Córdoba (2009-2015)”.

Juan Ruffo (2018) “Un listado oficial que ignora listados oficiales” disponible en <https://cpr.org.ar/un-listado-oficial-que-ignora-listados-oficiales/>

María Soledad Segura, Ana Laura Hidalgo, Larisa Kejval, Alejandro Linares, Verónica Longo, Natalia Traversaro y Natalia Vinelli (2016). “Los medios comunitarios

ante las nuevas políticas de comunicación”. Ponencia presentada en el Congreso de la Red de

Carreras de Comunicación REDCOM 2016. Disponible en <https://comunicacionsfl.wordpress.com/2016/10/19/los-medios-comunitarios-ante-las-nuevas-politicas-de-comunicacion/>

RADIODIFUSIONdata (2006); “El estado "reconoce" a 126 radios no comerciales”. Disponible en <http://www.radiodifusiondata.com.ar/2006/may06/res753.htm> (última consulta 12/9/2018).

Santiago Marino, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Carolina Rubini y Agustín Espada (2015). "Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina. Licencias, autorizaciones, permisos y fondos concursables". Informe realizado por el equipo de investigación “Industrias Culturales y Espacio Público” de la Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en http://media.wix.com/ugd/ffb9b9_32f3423284ea4b46b86df5384abf37c9.pdf

Sitio web <https://radioxradio.org/> (última consulta 24/9/2018)

Sitio web <http://defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/buenas-practicas/> (última consulta 24/9/2018)