

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
ORIENTACIÓN EN INVESTIGACIÓN Y PLANEAMIENTO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo final optar al título de Licenciadas en Comunicación Social
*Trabajadoras/es de medios comunitarios, alternativos y populares de Córdoba:
entre la mejora de sus condiciones laborales y la sostenibilidad de las emisoras*

Autoras: **Bilbao, Carla; De Toni Bianca Nadina**
Directora: **Dra. María Soledad Segura**
Córdoba, Marzo de 2020

Agradecimientos

*A nuestras familias por darnos la oportunidad de formarnos
y hacer lo que nos gusta hacer*

*A Soledad por guiarnos con paciencia y dedicación en cada detalle,
y a Nati, Cintia, Vale y Silvana que nos incentivaron lo suficiente
para que concluyamos este trabajo*

*A nuestros amigos y nuestras amigas, a cada uno y cada una
de las que con sus experiencias, formaciones
nos convencieron que la comunicación es una herramienta de transformación social*

*A los y las trabajadoras de medios comunitarios, alternativos y populares
que nos abrieron las puertas a lo que cada día construyen con cabeza, cuerpo y corazón
para ejercer el derecho a la comunicación*

Palabras claves

Trabajadoras/es - Medios comunitarios - Córdoba

Resumen

Este trabajo es un estudio de la situación laboral de los/as trabajadores/as de las radios y televisoras comunitarias, alternativas y populares (CAP) de la provincia de Córdoba en 2019 y su vínculo con la sostenibilidad de estas emisoras.

Esta investigación tiene como objetivo comprender y explicar las estrategias de los/as trabajadores/as de las radios y televisoras comunitarias, alternativas y populares de la provincia de Córdoba destinadas a mejorar o mantener su situación laboral y la sostenibilidad de estas emisoras, en relación con las nuevas condiciones legales y económicas, y habida cuenta de su lugar social.

Trabajamos desde una perspectiva teórica que aborda las prácticas sociales en relación con su lugar de producción (Costa y Mosejko, 2007). Para eso, identificamos y caracterizamos las prácticas de las/as/es trabajadores/as de medios CAP de Córdoba en 2019, construimos las condiciones sociales de producción de las mismas y la posición social de esas/os/es trabajadores/as. Para luego, poner en relación prácticas, agentes y condiciones, en relación a la sostenibilidad de las emisoras.

Para llevar a cabo este trabajo realizamos 29 entrevistas semiestructuradas a integrantes de medios CAP en 20 localidades de la provincia de Córdoba. También analizamos documentos, leyes y estatutos.

Esperamos que este estudio constituya una herramienta de utilidad para conocer la situación del sector y para que organizaciones e instituciones estatales que abordan la comunicación puedan generar políticas pertinentes.

Índice

Introducción

Esta tesina construye y analiza la situación laboral de los/as trabajadores/as de las radios y televisoras comunitarias, alternativas y populares (CAP) de la provincia de Córdoba en 2019 y su vínculo con la sostenibilidad de estas emisoras. Esta investigación parte de la convicción de que la comunicación como un derecho humano.

Entendemos que “el abordaje de las prácticas de comunicación comunitaria en las disputas simbólicas y, en particular, las relativas a la ampliación de los derechos a la comunicación y la cultura, reviste particular relevancia en el siglo XXI.” (Segura et al., 2018). Los medios alternativos tienen como horizonte político la “transformación de relaciones sociales de desigualdad” (Segura et al., 2016). Estos medios hacen un histórico aporte a la producción comunicacional del país. A diferencia de los medios comerciales, las emisoras comunitarias tienen relación directa con las realidades de las comunidades en las que se insertan, desde las agendas, fuentes, propuestas estéticas y las lógicas de organización se proponen rescatar las identidades locales, las demandas de la ciudadanía (Lamas y Villamayor, 1998) y las “voces históricamente silenciadas de sujetos invisibilizados o estigmatizados” (Segura, 2017, p. 27). Por lo tanto, la democratización de la comunicación y la pluralidad de voces sólo es posible con el fortalecimiento de este sector.

Por su gran aporte a la democratización de la comunicación, es indispensable reflexionar sobre sus estrategias de sostenibilidad. La sostenibilidad de los medios comunitarios tiene cuatro dimensiones interdependientes: social, económica, de producción y también institucional, la cual refiere entre otras cosas a la organización interna del medio (Segura et. al, 2017). En el marco de esta dimensión, es posible analizar la situación laboral de las/os/ trabajadoras/es que forman parte de las organizaciones, que son la fuerza intelectual y manual que pone en marcha diariamente estas experiencias comunicacionales, y por lo tanto hacen a su sostenibilidad.

En 2009 la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) define a la comunicación como un derecho humano, reconoce por primera vez a todas las organizaciones sin fines de lucro como prestadores de servicios de comunicación

audiovisual¹, les reserva un tercio del espectro radioeléctrico, establece un fondo de fomento, y les otorga participación en instituciones estatales de definición de políticas comunicacionales.

El proceso de debate, sanción e implementación de la Ley 26522, que fue reformada por decreto en 2015 y 2016, modificó sustancialmente las condiciones legales y económicas de estas emisoras, así como los requerimientos de producción, gestión institucional e inscripción legal de sus trabajadores/as. Todo esto incidió fuertemente en las posibilidades de sostenibilidad de estas radios y televisoras. Un relevamiento realizado en 2018 muestra que, a partir de 2008, año en que inició el proceso de debate público y luego también legislativo del proyecto de ley audiovisual, surgieron el 68% de los medios sin fines de lucro actualmente operativos en la Argentina (Segura et al., 2018) lo que permite suponer un incremento de la cantidad de trabajadores/as de estas emisoras.

En particular, el nuevo contexto con la LSCA, implicó cambios en la situación del sujeto trabajador de la comunicación comunitaria, alternativa y popular. Esto abre el debate respecto a la fuerza laboral de los medios comunitarios y su relación con la sostenibilidad institucional. María Ana Mandakovic, secretaria general del Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (CISPREN), y Silvana Zanelli, revisora de cuentas del gremio, se preguntan: “¿Cómo hacer entonces para que este sector tan necesario para garantizar la pluralidad de voces –siguiendo el espíritu de la LSCA-, no sólo se consolide como productor de sentido, disputando agenda, sino también como espacios generadores de trabajo genuino y salarios dignos?” (Zanelli y Mandakovic, 2014, p.70). Este trabajo retoma esas discusiones iniciadas en 2014, debate que quedó trunco por las nuevas condiciones marcadas por las políticas públicas regresivas del gobierno de la alianza Cambiemos y sus incidencias en la sostenibilidad de las emisoras.

Es así, que la importancia de este trabajo radica en aportar datos que aún no han sido sistematizados ni registrados por el Estado, las redes de medios del sector o la academia de la provincia y el país sobre la situación laboral de las personas que forman parte del funcionamiento diario de estos medios (cuántas/os/es son, qué tareas realizan, si reciben retribuciones económicas o no) y cuáles son los debates que hay en torno a este tipo de trabajo.

¹ En 2005 se había modificado el artículo 45 de la Ley de Radiodifusión reconociendo legalmente a los medios de ese sector, pero no a las cooperativas, sí incluidas en la LSCA.

Además, el contenido de esta investigación se enmarca dentro del relevamiento provincial de emisoras comunitarias, alternativas y populares que realizamos en 2018-2019 junto a Natalia Traversaro y con la dirección de María Soledad Segura, en el marco del equipo “Sociedad civil, Estado, derechos y políticas de comunicación y la cultura”, a pedido del CISPREN y con financiamiento del Ministerio de Ciencia y Técnica de la Provincia de Córdoba

. Por eso también, la información que surge de este trabajo final constituye una herramienta de utilidad para conocer la situación del sector y para que organizaciones e instituciones estatales de comunicación puedan tomar medidas y generar políticas pertinentes.

Antecedentes

Los estudios sobre trabajadoras/es de prensa y comunicación en Argentina abordan los perfiles laborales de quienes ejercen la actividad (por ejemplo, Amado, 2016), la situación laboral de las/os/es periodistas/es en un contexto de crisis en los medios (Foro de Periodismo Argentino [FOPEA], 2019, entre otros) y el impacto que tienen en los mecanismos de control del trabajo las tecnologías de la información (TICs) (Retegui, 2017).

También hay investigaciones sobre los dilemas e interrogantes del trabajo autogestionado (Albergucci, 2009) y acerca de la identidad de las/os/es trabajadoras/es de empresas de medios recuperadas post 2001, donde se indaga la constitución de subjetividades en torno al paso de una identidad colectiva de trabajadores asalariados a socio-trabajadores-cooperativos (Abatedaga, 2012).

En los estudios acerca de los derechos laborales de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP y la sostenibilidad de estas emisoras, se abordan los desafíos del sector sin fines de lucro para consolidarse como espacio generador de trabajos genuinos y salarios dignos (Zanelli y Mandakovic, 2014) y los desafíos de la definición legal de las/os/es trabajadoras/es a partir de la tensión entre garantizar la sustentabilidad de estas emisoras y evitar la precarización laboral de sus trabajadoras/es (Segura, 2014).

Más específicamente, hay algunos desarrollos sobre la sindicalización de periodistas autogestivas/os/es, que plantean el perfil que deben asumir los sindicatos de prensa en un momento en el que el oficio periodístico es atravesado por nuevas formas de ejercicio y

compuesto por distintas/os/es actores (Vinelli y Suárez, 2017) y la tensión en la representación gremial del sector, entre asociarse por su actividad periodística o a partir de su forma de producción (Vinelli y Suárez, 2018).

Retomamos de estos antecedentes la situación laboral y legal de los/as/es trabajadores/as de prensa y la comunicación como condición de producción en la que se insertan las/os/es integrantes de medios CAP y los debates en cuanto a su sindicalización como una tensión que transversaliza gran parte de los aportes que hacemos. Sobre la identidad de estas/os/es sujetas/os/es, si bien es un piso para pensar los desafíos y problemáticas que asumen este tipo de trabajadoras/es, la subjetividad no será abordada en este trabajo.

Problema de estudio, objetivos, supuestos y estructura del trabajo

Planteamos el siguiente interrogante central:

¿Cuál es la situación laboral de los/as trabajadores/as en las radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba en 2019, en relación con la sostenibilidad de estos medios; cuáles son las estrategias que éstos/as desarrollan para reubicarse ante esas nuevas condiciones; y cómo se comprenden y explican esas estrategias habida cuenta del lugar social de quienes las producen?

Para dar respuesta a ese interrogante se planteó el siguiente objetivo general:

Comprender y explicar las estrategias de los/as trabajadores/as de las radios y televisoras comunitarias, alternativas y populares de la provincia de Córdoba destinadas a mejorar o mantener su situación laboral y la sostenibilidad institucional de estas emisoras, en relación con las nuevas condiciones legales y económicas, y habida cuenta de su lugar social.

Para alcanzar ese objetivo teórico, definimos los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar y caracterizar las prácticas de los/as/ trabajadores/as de medios CAP de Córdoba en 2019.
2. Construir las condiciones sociales de producción de las prácticas de los/as/es trabajadores/as.
3. Construir la posición social de los/as/es trabajadores/as de los medios CAP de Córdoba.
4. Poner en relación los objetivos 1, 2 y 3 en relación a la sostenibilidad de los medios CAP.

Los supuestos de trabajo que guían esta investigación son:

- La sostenibilidad de las emisoras CAP, es sólo posible a partir de la autoprecarización de sus trabajadoras/es. Esa autoprecarización es entendida y legitimada por los/as sujetos en términos de militancia.
- Existe un vínculo más estrecho con la Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP) que con el CISPREN a raíz de que las trayectorias personales y militancias territoriales de las/os/es trabajadoras/es de los medios CAP mantienen una relación cercana a la economía solidaria y economía popular.
- La autodefinición de las/es/os trabajadoras/es de los medios comunitarios ronda entre considerarse ‘militantes’ y ‘trabajadoras/es’.

El siguiente trabajo está organizado en 5 capítulos:

En el primer capítulo desarrollamos la perspectiva teórica y metodológica de la sociología de las prácticas y los aportes teóricos que nos sirven para analizar las estrategias de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP, recuperando nociones de trabajo, comunicación comunitaria, alternativa y popular, y sostenibilidad.

En el capítulo 2 construimos las condiciones de posibilidad de las prácticas de las/os/es trabajadoras/es de (CAP). Analizamos las políticas de comunicación referidas al sector sin fines de lucro, la posición de las emisoras comunitarias en el sistema de medios, las características de éstos en Córdoba, la regulación de la actividad laboral y profesional de estos/as/es trabajadores/as, la sindicalización del sector, la posición de las redes de medios comunitarios y la situación laboral de las/os/es trabajadoras/es de medios en general.

En el capítulo 3 caracterizamos las/os/es integrantes de medios CAP de la provincia de Córdoba, a partir de sus competencias y trayectorias y la construcción de su perfil.

En el capítulo 4 identificamos y describimos las estrategias que realizan estas/os/es agentes tendientes a mantener o mejorar su propia posición como trabajadores/as de medios comunitarios. Analizamos los aspectos referidos a ingresos y retribuciones por la labor realizada, distribución y organización del trabajo, articulación con otras/os/es trabajadoras/es del sector, vínculo con el Estado, asociatividad en tanto trabajadoras/es de medios CAP, paso a la política partidaria local y condiciones laborales.

En el capítulo 5 ponemos en relación agentes, prácticas y condiciones de producción para dar respuesta a la pregunta de este trabajo final. Por último, en las conclusiones de esta investigación complejizamos y precisamos los supuestos iniciales.

Capítulo 1: Enfoque teórico-metodológico

En este primer capítulo desarrollamos la perspectiva teórica metodológica con la que realizamos esta investigación. En primer lugar, describimos el trabajo en el sistema capitalista, y cuáles son sus características en los medios de comunicación y específicamente en los medios CAP. También presentamos en qué se basan las otras formas de producción que se alejan de las capitalistas. En segundo lugar, detallamos los orígenes de la comunicación comunitaria, alternativa y popular y que entendemos por medios CAP. En tercer lugar, abordamos la sostenibilidad de estas emisoras. En cuarto lugar definimos la sociología de las prácticas. Finalmente mencionamos los pasos metodológicos que realizamos, las técnicas y fuentes que utilizamos para elaborar esta tesina.

Trabajo

Empezaremos este apartado definiendo al trabajo en sentido amplio, para luego desarrollar qué particularidades tiene el trabajo en los medios de comunicación y específicamente en los sin fines de lucro. Para ello, desarrollamos los conceptos de economía popular y autogestión. Finalmente, definimos a quiénes llamamos trabajadoras/es de medios CAP que son las/os/es agentes² sociales que analizamos.

El Proceso de Trabajo tiene como fin producir ‘valores de uso’, transformar la naturaleza para generar productos útiles que satisfagan las necesidades de las personas (Marx, 2002). En el proceso de trabajo, las/os/ess trabajadoras/es producen la mercancía, un elemento básico en la vida económica capitalista. Tiene un valor de uso que es el que se efectiviza al usar o consumir esa mercancía, es la cualidad de satisfacer una necesidad, y por otro lado tiene un valor de cambio que es su cualidad cuantitativa que le permite poder intercambiar por otras mercancías, y que en el sistema capitalista generalmente se intercambia por dinero. Pero además es importante aclarar que esta mercancía es del capitalista y no del/a/e trabajadora/e que es el productor/a/e directo/a/e (Marx; 1986) porque es el capitalista el que adelanta dinero comprando otras mercancías (los medios de producción) y la fuerza de trabajo para poder elaborar ese producto. Esto es pertinente para nuestro estudio sobre todo para pensar la mercancía que producen las/os/es trabajadoras/es

² Usamos la noción de agentes, de acuerdo a el abordaje teórico metodológico de este trabajo. Se puede consultar su definición en la página de este capítulo.

de los medios de comunicación, como también la relación de propiedad sobre la misma, algo que desarrollaremos luego en mayor profundidad. Ahora bien, el dinero final cuando la mercancía se vende, es mayor a ese dinero invertido por el/a capitalista/e. En ese trayecto es la fuerza laboral lo único que puede agregarle más valor a ese proceso y ese plus es lo que Marx llama plusvalía, de la cual se apropia el/a capitalista/e por ser dueño/a/e de los medios de producción (Marx 2002). A esto se le suma que, en el modo de producción capitalista, las/os/es trabajadoras/es no se reconocen como creadoras/es de esas mercancías, sino que el objeto se presenta como objeto en sí y el proceso de su producción como una propiedad inherente al objeto material (2002), como si fueran autónomos y no como fruto del trabajo humano. En relación a todo esto:

Las relaciones capitalistas presuponen el divorcio entre los obreros y la propiedad de las condiciones de realización del trabajo. Cuando ya se mueve por sus propios pies, la producción capitalista no sólo mantiene este divorcio, sino que lo reproduce en una escala cada vez mayor. Por tanto, el proceso que engendra el capitalismo sólo puede ser uno: el proceso de disociación entre el obrero y la propiedad de las condiciones de su trabajo, proceso que, de una parte, convierte en capital los medios sociales de vida y de producción, mientras que, de otra parte, convierte a los productores directos en obreros asalariados. La llamada acumulación originaria no es, pues, más que el proceso histórico de disociación entre el productor y los medios de producción. Se la llama «originaria» porque forma la prehistoria del capital y del modo capitalista de producción (Marx, 2002, p. 103).

Las nociones desarrolladas permiten pensar cómo funciona el sistema capitalista y su modo de producción, porque es en ese marco general en donde las/os/es agentes y sus estrategias se desarrollan. Cabe señalar que los/as/es trabajadores/as de medios CAP llevan adelante su labor en empresas no lucrativas, que no generan plusvalía y cuyo modo de producción es autogestivo. Aún así, los conceptos mencionados anteriormente, también nos sirven para indagar en las especificaciones de la mercancía que producen las/os/es agentes, la forma de producción en los medios CAP, y la relación de las/os/es agentes con su trabajo: ¿se reconocen en su trabajo? ¿hay una apropiación?

Respecto a la relación de las/os/es agentes con el trabajo que realizan, también retomamos lo que Emile Durkheim (como se citó en Cristiano et al, 2014) planteó sobre las formas patológicas de la división del trabajo, específicamente la que denominó coactiva.

Con esto, hacía referencia a cuando nuestros gustos, preferencias, vocaciones y elecciones no se condicen con la tarea que nos toca cumplir impuesta por la división del trabajo. Eso, para Durkheim crea un estado patológico del trabajo, que tiene impacto en el lazo social.

Históricamente, la clase trabajadora generó procesos de lucha con el objetivo de tener mejores condiciones de trabajo en pos de lo que, en el sentido común, llamamos ‘trabajo digno’. Para comprender las estrategias de los/as/es trabajadoras/es de medios CAP en pos de mejorar sus condiciones laborales, tomamos lo que dice la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (citada por Levaggi, 2004) sobre el “trabajo decente”, que definió como aquel que sea:

productivo y que genere un ingreso justo, la seguridad en el lugar de trabajo y la protección social para las familias, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que los individuos expresen sus opiniones, se organicen y participen en las decisiones que afectan sus vidas, y la igualdad de oportunidades y trato para todos, mujeres y hombres.

Ya definimos lo que es el trabajo de manera amplia, ahora desarrollaremos qué precisiones tiene éste en los medios de comunicación.

- ***Trabajo en medios de comunicación.***

Para entender los procesos de trabajo dentro de los medios nos remitimos en primer a lugar a responder la siguiente pregunta ¿qué es lo que producen los medios de comunicación? El producto se caracteriza por tener un doble valor: económico y simbólico, como lo expresa el artículo n°8 de la Declaración Universal de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) sobre la Diversidad Cultural del 2001 acerca de los bienes y servicios culturales:

Ante los cambios económicos y tecnológicos actuales, que abren vastas perspectivas para la creación y la innovación, se debe prestar particular atención a la diversidad de la oferta creativa, al justo reconocimiento de los derechos de los autores y de los artistas, así como al carácter específico de los bienes y servicios culturales que, por ser portadores de identidad, de valores y sentido, no deben ser considerados mercancías o bienes de consumo como los demás. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2001).

La producción de los medios, sus contenidos y sus audiencias, como indica Vincent Mosco, fueron temas recurrentes en los estudios de comunicación, a diferencia de los procesos de trabajo que llevan adelante las/os/es trabajadoras/es dentro de los medios (citado por Retegui, 2017).

Uno de los estudios sobre este tema (Vinelli y Suárez, 2018), describe el campo de la comunicación compuesto por distintos actores: por un lado las/os/es viejas/os/es que serían las/os/es trabajadoras/es con contratos estables, beneficios sociales, seguridad laboral; las/os/es nuevas/os/es, es decir trabajadoras/es subempleadas/os/es, flexibilizadas/os/es, con contratos precarios como pasantes, becarios/as/es, practicantes, colaboradores y aquellas/os/es atravesadas/os/es por los nuevos soportes multimedia, y las/os/es emergentes. A estos últimos se los puede definir como “una heterogénea cantidad de experiencias comunicacionales afloradas desde la economía informal -o formal pero por fuera de la concepción empresaria tradicional-, impulsadas especialmente luego de la crisis económico-social de 2001/2002” (Vinelli y Suárez, 2017, p. 2). Las/os/es actores denominadas/os/es como emergentes, estén por fuera o por dentro de la economía informal, son clasificadas/os/es así debido a las recientes y continuas modificaciones en la base social del trabajo que han hecho aflorar distintas experiencias comunicacionales que aglutinan medios gráficos recuperados luego de la crisis del 2001 (Vinelli y Suárez, 2017), proyectos nativos digitales y trabajadoras/es de medios comunitarios.

En este sentido es interesante la caracterización de comunicadores autogestivas/es/os:

Se trata de una modalidad de ejercicio de prensa indisociable de aquello que motivó la creación del Estatuto del Periodista, esto es, la tutela de la “libertad de prensa y la libertad de pensamiento” (art. 4), pero que no se realiza “bajo retribución pecuniaria” ni responde a la estructura tradicional de una organización periodística con relaciones laborales verticales. La remuneración constituye un rasgo secundario, no esencial, de esa relación de trabajo comunicacional, pero la actividad –entendida colectivamente- puede tener dimensiones económicas de intercambio (subsidios, publicidad, fondos especiales) con empresas privadas u organismos públicos (Vinelli y Suárez, 2017, p.20).

Esta noción, es útil para pensar las características de las/os/es agentes, aunque las/os/es excede ya que también incluye a trabajadoras/es por fuera del sector sin fines de

lucro. En estas emisoras, sus integrantes parten de la voluntad de reunirse sin ningún condicionamiento económico, es decir no buscan ganar dinero o tener un trabajo rentado, al menos en un principio (Farías, 2016). Además los agrupan objetivos y valores comunes y el interés por hacer comunicación CAP para transformar las relaciones de desigualdad (Farías, 2016).

Teniendo en cuenta lo complejo que es pensar el trabajo, y por ende a sus trabajadoreas/s dentro de los medios CAP, al hablar de las/os/es trabajadoras/es nos referimos a "trabajador/a" de manera amplia, como todo/a/e aquel/la/le que se desempeña en un medio comunitario, alternativo y popular, sea que perciba o no una remuneración (salario, beca, pago por servicios, porcentaje de ingresos, etc.) por su trabajo; esté o no en relación de dependencia; sea o no socio/a/e de cooperativa, asociación civil o fundación, o integrante de colectivo; independientemente de la tarea o función que desarrolle; y de cómo se auto-defina (empleado/a/e, socio/a/e, militante, voluntario/a/e, etc.).

Teniendo en cuenta las características de las/os/es sujetas/os/es de los medios CAP y su modo de producción, es necesario reflexionar sobre otras formas de producción distintas a las capitalistas que nos permitan abordar el trabajo en estos espacios.

- ***Economía capitalista vs. Economía popular***

Para pensar las características del modo de producción de las/os/es agentes es necesario abordar los marcos generales de producción. En este sentido, son importantes las discusiones alrededor de la economía capitalista y la economía popular, como marcos de referencia a partir de los cuales pensar las prácticas de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP.

Para esto, partimos de una definición sustantiva de economía, que se distancia de concepciones meramente científicas:

el sistema de instituciones, valores y prácticas que se da una sociedad para definir, movilizar, distribuir y organizar capacidades y recursos a fin de resolver de la mejor manera posible las necesidades y deseos legítimos de todos sus miembros (reproducción ampliada de la vida de todas y todos, e intergeneracionalmente)" (Coraggio, 2014, p. 27)

Esto implica, también, pensar las economías como construcciones políticas y no como procesos naturales (Polanyi citado por Coraggio, 2014). En este marco se propone el

concepto de Otra Economía, como cuestión sustantiva y como aquella economía superadora y totalmente opuesta al régimen productivo que ofrece la economía capitalista (Coraggio, 2014). El concepto de Otra Economía “implica un cambio civilizatorio, otro sistema de mediaciones, desde la base del metabolismo sociedad/naturaleza, desde la redefinición emancipadora de la división del trabajo y del trabajo mismo”(Coraggio, 2014, p. 29). El objetivo de ésta no será el fin de lucro de quienes portan los medios de producción, sino que deberá redefinir el sentido del trabajo en función de las necesidades humanas (Coraggio, 2014). Se distancia de los valores del mercado, y sus principales cualidades son: solidaridad, cooperación, y demás valores que el sistema capitalista no tiene en sus formas en las que se reproduce.

Ahora bien, todas las economías son mixtas porque están conformadas por tres subsistemas que estarían relacionados e integrados, o sectores porque aglutinan a actividades que tienen algo en común : el sector de la economía empresarial capitalista, el sector de la economía pública y el sector de la economía popular (Coraggio, Arancibia y Deux, 2010). Entendemos que dentro de este sector se aglutinan distintas experiencias que contribuyen a la disputa que propone el concepto de Otra Economía. Entre ellas nos interesa mencionar la distinción entre economía popular y economía solidaria. La base de la primera es la unidad doméstica, entendida como un grupo de individuos/es, vinculadas/os/es de manera sostenida- por relaciones de parentesco, afinidad o contrato-solidaria y cotidianamente responsables de la obtención y distribución de las condiciones materiales necesarias para la reproducción inmediata de todas/os/es sus miembros/os/es (Coraggio et al.,2010). Mientras que la economía solidaria refiere al sector que se rige por relaciones de cooperación, intercambio, financiamiento y consumo solidarios, abarcando no sólo a las unidades populares, sino también al Estado y a las empresas de capital. (Coraggio et al., 2010).

Para abordar las prácticas de las/os/es agentes de medios CAP nos parece acertado el concepto de Economía Popular Solidaria, que se caracteriza por el entrecruzamiento tanto de la economía popular como del sector de economía solidaria, constituye una articulación de actores y recursos de la economía mixta (empresarial capitalista, pública y popular) (Coraggio et al.,2010):

La Economía Popular Solidaria es el conjunto de recursos, capacidades y actividades, y de instituciones que reglan, según principios de solidaridad, la

apropiación y disposición de esos recursos en la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo organizadas por los trabajadores y sus familias, mediante formas comunitarias o asociativas autogestionarias. (Coraggio et al., 2010, p. 11)

Los emprendimientos de esta economía se caracterizan por la asociatividad, asumen diferentes formas jurídicas o pueden no estar constituidas legalmente, producen bienes o prestan servicios para el intercambio en el mercado o en redes de comercio justo y para el autoconsumo, se construyen relaciones horizontales, y también la cooperación y participación se practican tanto en la organización de la división del trabajo como en las decisiones sobre la reinversión y redistribución interna de excedentes, en la información, toma de decisiones en general y en la propiedad. Su objetivo final “es la resolución de necesidades propias o de la comunidad a la que pertenece, promoviendo el buen vivir de las personas involucradas, lo que es inseparable del respeto a la naturaleza y sus ciclos de regeneración” (Coraggio et al.; 2010; p. 14).

Hasta aquí, retomamos nociones sobre las formas de producción y las características del trabajo, para abordar las prácticas de las/os/es trabajadoras/os/es de medios CAP. Para describir los espacios que construyen y sostienen y las cualidades de su producción simbólica, es necesario dar cuenta de los principales abordajes sobre la comunicación alternativa, comunitaria y popular.

Comunicación alternativa, comunitaria y popular.

Las nociones de la comunicación popular, alternativa y comunitaria aparecen en América Latina de la mano de las organizaciones que nuclearon a este tipo de medios, como la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) que se crea en los años ‘60. Dentro de la academia estos conceptos tienen su origen a partir de las décadas de los ‘60 y ‘70 cuando se comienzan a gestar estudios que cuestionan la teorías de desarrollistas y las políticas provenientes sobre todo de EEUU, y que naturalizan la situación de “subdesarrollo” de los países del sur. Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Paulo Freire, Antonio Pasquali, Armand Mattelart pusieron en tensión esa concepción y criticaron la histórica dominación económica y social, que permite el enriquecimiento de países centrales a costa de los latinoamericanos y propusieron la ‘Teoría de la Dependencia’(Abatedaga, 2008). Cabe destacar que las prácticas de este tipo de comunicación, se iniciaron mucho antes: con la prensa anarquista y comunista a principios

de siglo, y con las radios educativas y sindicales en los años 40 (Bilbao y Traversaro, 2018).

Sobre ese contexto hay especificaciones sobre lo alternativo y lo popular que los diferencian. Por un lado, en los 60 y 70 y luego con la recuperación de la democracia lo alternativo es aquello que genera procesos de transformación social frente a un orden de dominación al que se enfrenta y quiere transformar (Abatedaga, 2008). Por otro lado, hablar de lo popular refiere a los procesos generados desde los sectores oprimidos (Abatedaga, 2008). Ahora bien, muchas experiencias pueden surgir de los sectores excluidos, pero no tener como horizonte ese cambio radical, como también muchas otras pueden tener objetivos de cambio pero que además de seguir siendo funcionales a las formas de dominación hegemónica son estrictamente procesos autoritarios.

Los medios comunitarios, alternativos y populares se pueden caracterizar a partir de rasgos comunes de estas experiencias (Natalia Vinelli, 2014). Desde una perspectiva más política, no buscan el lucro sino que tienen los mismos intereses de los sectores populares que piensan un proyecto de sociedad contrahegemónica y buscan darle voz. Además la comunicación CAP se enfrenta al modelo clásico de comunicación unidireccional, las experiencias son de propiedad colectiva, social, comunitaria o popular, y autogestionada; y construyen su agenda desde las/os/es protagonistas/es de los hechos y con criterios de noticiabilidad distintos, generando un discurso de contrainformación (Natalia Vinelli, 2014).

En base a lo anterior, estos medios tienen la autogestión como modo de funcionamiento, organización institucional y económica. Según Fallacara (2012) la autogestión hace referencia a la propia gestión de las/os/es trabajadoras/es sobre su unidad de trabajo, sin capitalistas ni gerentes, adoptando formas no jerárquicas de organización. En nuestro caso, serían las/os/es integrantes de medios CAP quienes definen de forma colectiva bajo qué normas y reglas se regula la producción, qué organización toma el proceso de trabajo y todo lo que compete a ello. Este modo de producción se caracteriza por ser una forma dinámica de organización económica-productiva alternativa a las propias del sistema capitalista, en la que no existe relación entre empleadores y empleadas/os/es, entre dueñas/os/es de los medios de producción y desposeídas/os/es de los medios de producción (Fallacara, 2012). Cabe aclarar que no todos los medios autogestionados son medios CAP porque pueden tener una gestión de este tipo, pero no construir agenda alternativa, no estar vinculados con la comunidad o más específicamente no tener un

horizonte transformador entre sus objetivos. Cuando hablamos de medios CAP estamos hablando de medios autogestivos, porque construyen desde la gestión colectiva.

En esta investigación a la hora de determinar qué radios y televisoras CAP incluimos para analizar en ellas a los agentes partimos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y los aportes de Segura et al. En la ley, su artículo 4 expresa:

Emisoras comunitarias: Son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida. (Ley N° 26522, 2009)

Estos medios no poseen al lucro como orientador de sus prácticas y se presentan como propuestas antagónicas al sistema de medios formado por empresas concentradas y con fines económicos. Los medios comunitarios, por el contrario, 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.” (Segura et al., 2016).

Teniendo en cuenta este horizonte transformador, es necesario que estos medios sean sostenibles en tiempo. Por eso, en nuestro estudio su sostenibilidad es parte del análisis.

Sostenibilidad

La sostenibilidad de los medios comunitarios es una de nuestras dimensiones a la hora de pensar las prácticas estratégicas de sus trabajadores. Es importante debido al papel central que estas emisoras desarrollan en la tarea de “asegurar el pluralismo en los sistemas mediáticos, para ampliar las posibilidades de ejercicio del derecho a comunicar y, por ende, para hacer posible que los diversos grupos sociales, políticos, culturales y étnicos que componen una sociedad puedan reivindicar otros derechos” (Segura et.al 2019, p.158). Las radios y televisoras sin fines de lucro siempre han tratado de resolver su sostenibilidad y han atravesado épocas en donde se dificulta sostener y proyectar su funcionamiento por

falta de recursos (Dragon, 2005).

La sostenibilidad es “la capacidad para superar -en diferentes dimensiones- los conflictos internos y las dificultades externas” (Segura et al., 2017, p.4). Sus dimensiones son cuatro, son fundamentales y están intrínsecamente vinculadas: económica, institucional, social y de producción (Segura et al., 2017, p.4).

En este caso, para dar respuesta a los problemas planteados, utilizaremos la dimensión institucional que refiere entre otras cosas a las formas de organización, la profesionalización de las/os/es trabajadoras/es y los vínculos del medio con las/os/es actores de su entorno específico (Segura et al., 2017, p.4). Es la base del proceso participativo, marcado por los “procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión” (Dragon, 2005, p. 8). La sostenibilidad económica, se entiende como las modalidades de financiamiento y estrategias de obtención de recursos para el funcionamiento del medio. En cuanto a la dimensión social, hablamos de su inserción social. Por último, la dimensión de producción, apunta a las dinámicas y criterios de contenidos y programación de los mismos (Segura et al., 2017).

En la dimensión institucional de la sostenibilidad, la fuerza laboral es un punto nodal, queremos indagar sobre cómo influyen las prácticas de las/os/es agentes en la sostenibilidad del medio. Como argumentamos en la introducción, las/os/es trabajadores son la fuerza intelectual y manual que pone en marcha diariamente estas experiencias comunicacionales, y por lo tanto hace a su sostenibilidad. La mejora de sus condiciones laborales conlleva una tensión económica con la sostenibilidad de estas emisoras: priorizar una o la otra es una pregunta que recorre este trabajo.

Las prácticas desde una perspectiva socio-histórica

- ***Comprender/Explicar***

El siguiente trabajo será abordado desde una perspectiva teórica interdisciplinaria de análisis de las prácticas sociales en relación con su lugar de producción. Las prácticas sociales se pueden comprender/explicar desde el lugar y la competencia del/la/le agente social que las produce, a partir de la gestión de sus recursos y de las estrategias que toma en un espacio de posibilidades determinados entendidos en clave del lugar social que ocupan en un sistema de relaciones determinado (Costa y Mosejko, 2007). El planteo de Costa y

Mosejko se diferencia de aquellas posturas deterministas que afirman que las/os/es sujetas/os/es no pueden escapar de sus condiciones objetivas, como así también de aquellas que abogan una total libertad de las/os/es sujetas/os/es.

Desde este enfoque, nos interesa comprender las prácticas de los/as/es trabajadoras/es de las emisoras comunitarias de la provincia de Córdoba, sus condiciones de producción y la posición que ocupan en relación a la sostenibilidad de estas emisoras.

- ***Las/os/es agentes sociales y el lugar social***

La construcción del/la/le agente social y su competencia es una de las piedras angulares de este enfoque teórico. Según Costa y Mosejko (2001) lo que identifica socialmente a un agente es su competencia para la acción, en cuanto “probabilidad de hacer” dentro de un sistema de relaciones. El concepto de competencia se compone de dos dimensiones: el poder hacer entendido como la capacidad diferenciada de la acción; y la orientación de tal capacidad (Costa y Mozejko 2001).

La primera dimensión surge de la capacidad diferenciada de controlar recursos, que por un lado interesan a las/os/es agentes sociales y por otro lado son escasos (Costa y Mozejko, 2001). En este sentido, en la medida en que un recurso representa un determinado valor para distintas/os/es individuos/as/es (obtención de salario, adjudicación de licencia), el poder controlar el acceso al mismo constituye una fuente de capacidad diferenciada de relación, en cuanto permite a quien ejerce el control fijar condiciones de acceso y por lo mismo, establecer una relación asimétrica (Costa y Mozejko, 2001). Los modos de relación con los recursos generan posiciones diferentes en cuanto capacidades, lo cual genera sistema de relaciones entre las/os/es agentes, es por ello que las/os/es autores afirman que la lógica de funcionamiento dentro de este sistema es de lucha permanente por el mantenimiento y la modificación de la distribución existente y /o las reglas de distribución (Costa y Mozejko, 2001).

La capacidad de acción es relacional, por ende relativa, ya que se constituye en el marco del sistema de relaciones, razón por la cual cuando hablemos de capacidad de acción y posición estaremos haciendo referencia a lo mismo. La primera pone el acento en el/la/le agente social y su competencia para la acción, mientras que la posición va a estar haciendo referencia al carácter estructural que define al agente y su competencia, sus posibilidades y limitaciones (Costa y Mozejko, 2001).

La segunda dimensión de la noción de competencia es la orientación de la acción, la cual nos permite incorporar el carácter construido y relativo de la capacidad y no naturalizarla como sustantiva de una/e individuo/a/e (Costa y Mozejko, 2001). La noción de trayectoria, entendida como la sucesión de posiciones que el/la/le agente estudiado ha ido ocupando en el espacio social y en sistemas de relaciones específicas, permite incorporar la dimensión histórica (Díaz, 2009). Es así que la trayectoria, en cuanto acumulación de recursos en el tiempo, genera capacidades de relación en las/os/es agentes sociales, quienes simultáneamente por su acción, van al mismo tiempo construyéndola. La construcción de las trayectorias es relevante para comprender y explicar la diversidad de maneras de actuar por las/os/es agentes que ocupan una misma posición (Costa y Mozejko, 2001).

Un punto a resaltar en el análisis es que la coherencia no constituye un objetivo atribuido al agente social, ni es el resultado de una relación especial entre el lugar y las prácticas, sino más bien de opciones en los márgenes de autonomía generados por las posibilidades y limitaciones dentro de las que se mueve (Costa y Mozejko, 2001). Es así que una práctica será coherente en la medida en que se hace comprensible habida cuenta del lugar social que ocupan las/os/es agentes. De esta manera es que podemos definir al lugar como: “el conjunto de propiedades eficientes que definen la competencia relativa de un sujeto social dentro de un sistema de relaciones en un momento/espacio dado, en el marco de la trayectoria” (Costa y Mozejko, 2003, p. 19).

Por estas razones, las prácticas y estrategias de las/os/es trabajadoras/es de las emisoras comunitarias se hacen comprensibles/explicables a partir del lugar social que ocupan en relación a la sostenibilidad de las emisoras en las que trabajan.

Metodología

Esta tesina se enmarca dentro del trabajo que venimos realizando en el equipo de investigación “Sociedad civil, Estado, derechos y políticas de comunicación y la cultura” radicado en el Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba (CIFYH-UNC) dirigido por la Dra. María Soledad Segura. En este equipo nosotras realizamos, a pedido del Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (CISPREN), un relevamiento provincial de medios CAP. Partimos del trabajo realizado previamente por Joaquín Urioste, Emilia Villagra y María Soledad Segura en ese mismo equipo, y por el equipo PIO, (“Las radios y televisoras comunitarias desde la

Ley 26522. Condiciones, estrategias y desafíos”³). Relevamos cuáles eran y dónde estaban los medios CAP de la provincia. Aquí incluimos a las emisoras operativas en 2019 y definidos según el artículo n°4 de la LSCA. En este relevamiento no incluimos medios municipales, comunales, religiosos, micro pymes o de propiedad privada, como así tampoco aquellos medios que se autodenominan “comunitarios” pero que sus objetivos o formas de funcionamiento distan de lo que marca el espíritu de la LSCA en su artículo n°4. El relevamiento tuvo como resultado un mapa interactivo online⁴ en el que se muestran datos de contacto, económicos, institucionales, de producción, de fuerza laboral, de asociación de redes de medios, vinculaciones con organizaciones de la comunidad y relaciones con el Estado de cada medio. Esto fue realizado con la colaboración de Natalia Traversaro y el financiamiento del Programa de Transferencia de Resultados de Investigación (PROTRI) del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia de Córdoba.

Durante la puesta en marcha del relevamiento de emisoras CAP, decidimos realizar esta tesina de grado profundizando en la situación de la dimensión institucional y específicamente en la fuerza laboral de estos medios, en relación a la sostenibilidad de estas emisoras.

De acuerdo a lo anterior y lo planteado teóricamente, el proceso de trabajo contó con los siguientes pasos, no necesariamente cronológicos:

- A. Construcción de las condiciones sociales de las prácticas de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP de la provincia de Córdoba (Objetivo 2).
- B. Construcción de la posición social de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP (Objetivo 3).
- C. Identificación y caracterización de las prácticas de las/os/es trabajadoras/es (Objetivo 1).
- D. Análisis de la situación laboral de las/os/es trabajadoras/es de las emisoras comunitarias en relación a la sostenibilidad de los medios y su lugar social (Objetivo 4).

Las técnicas de recolección de datos son:

³ El equipo se encuentra integrado por María Soledad Segura, Alejandro Linares, Agustín Espada, Verónica Longo, Ana Laura Hidalgo, Natalia Traversaro y Natalia Vinelli.

⁴ Puede verse en <https://democratizarcomunicacion.fcc.unc.edu.ar/mapa-de-medios-comunitarios/>

- A. Realización de 29 entrevistas semiestructuradas de un promedio de una hora y media de duración, a miembros de las emisoras comunitarias, en 20 localidades de la provincia de Córdoba con la colaboración de Natalia Traversaro. Las entrevistas semiestructuradas “se desarrollan a partir de un guión (...) de preguntas abiertas (...) para una orientación de los temas que necesariamente se deben cubrir” (Emmanuelli et al., 2012, p. 78). Para la realización del instrumento de las entrevista trabajamos en base al *Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores* (Segura et al., 2017).
- B. Observación semiestructurada y registro fotográfico de los estudios de las emisoras al momento de llevar a cabo las entrevistas.
- C. Lectura y análisis de documentación sobre la regulación de la tarea periodística. Trabajamos con el Estatuto del Periodista Profesional para identificar a quién incluyen y excluyen como sujeto trabajador, puestos, jornadas y derechos laborales.
- D. Relevamiento y análisis de documentación del CISPREN sobre trabajadores de medios CAP.
- E. Realización de un mapa interactivo en el que localizamos geográficamente todas las radios y televisoras operativas de la provincia y sistematizamos la información antes mencionada (disponible en: <https://democratizarcomunicacion.fcc.unc.edu.ar/mapa-de-medios-comunitarios/>). Cabe destacar que el mapa fue enviado para que las/os/es integrantes de las emisoras para su revisión antes de su publicación y todas/os/es las/os/es que respondieron valoraron profundamente el trabajo realizado.

Nuestras fuentes de información son:

- las/os/es integrantes de los medios
- documentación del CISPREN y de la Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP), relacionada a trabajadores de medios comunitarios
- Ley N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual
- Ley N° 27200 de Emergencia Social
- Estatuto del Periodista Profesional

En síntesis, en este capítulo definimos al trabajo tomando aportes teóricos que nos permiten pensar las características del trabajo en un sistema capitalista: las/os/es trabajadoras/es no se reconocen como creadoras/es de las mercancías que producen, la plusvalía generada por la fuerza laboral es apropiada por el/la/le capitalista/e, y muchas veces las tareas que les toca realizar son impuestas de forma coactiva. Sin embargo, dentro del mismo sistema capitalista y sometidas también a sus condicionamientos, se organizan y desarrollan entidades no lucrativas y autogestivas según los postulados de la economía popular.

Para comenzar a analizar cómo funciona en la práctica, en el siguiente capítulo construimos las condiciones objetivas (políticas públicas y sistema de medios fundamentalmente) en que los/as/es trabajadores/as de medios comunitarios de Córdoba realizan sus prácticas para mantener o mejorar su situación laboral.

Capítulo 2: Condiciones de producción

Este capítulo tiene como objetivo construir las condiciones de posibilidad de las prácticas de las/os/es trabajadoras/es de medios comunitarios, alternativos y populares (CAP). Entonces, exponemos a) las políticas de comunicación referidas al sector sin fines de lucro, su reconocimiento, críticas y aportes hechos por sus trabajadores/as, b) la posición de las emisoras comunitarias en el sistema de medios, c) las características de estas radios y televisoras en Córdoba, d) la regulación de la actividad laboral y profesional de sus trabajadores/as, e) la sindicalización del sector, f) diferentes posiciones de las redes de medios comunitarios en la relación con el Estado y otros actores y g) la situación laboral de las/os/es trabajadoras/es de medios en general.

Políticas de comunicación

En la historia de las leyes de Radiodifusión de Argentina, se pueden apreciar cambios de paradigma. Plantear algunas particularidades de la Ley de Radiodifusión N° 22285, tanto como de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) N°22522 y sus posteriores modificaciones por DNU, nos servirá para pensar a)cómo favorecen las políticas que reconocen y promueven el sector sin fines de lucro al surgimiento de estos medios y el cambio de posición que le genera a trabajadores que antes realizaban su tarea en una emisora sin reconocimiento legal que ahora puede acceder al mismo, b)qué implicancias tiene en las/os/es os trabajadores de medios CAP, tanto la discusión colectiva que impulsó la Coalición por una Comunicación Democrática, como los debates que abrió la LSCA y c)indagar qué cambios generan las políticas del gobierno de Cambiemos en la prioridades de cada medio respecto a la sostenibilidad.

En primer lugar, hay que mencionar que la primera vez que los medios sin fines de lucro -aunque sin incluir a las cooperativas- son reconocidos legalmente como prestadores de servicios de radiodifusión es en 2005, cuando se modificó el artículo 45 de la Ley de Radiodifusión N° 22285. Esta ley fue sancionada en 1980 durante la última dictadura cívico-militar. Hasta ese momento la ley promulgada por la Junta Militar, impedía a las personas jurídicas sin fines de lucro la posibilidad de ser prestadores de servicios de radiodifusión.

En segundo lugar, una ley clave para el sector sin fines de lucro fue la 26522 LSCA, aprobada en 2009. La LSCA define a la comunicación como un derecho humano, reconoce

por primera vez a todas las organizaciones sin fines de lucro como prestadores de servicios de comunicación audiovisual, les reserva un tercio del espectro radioeléctrico, establece un fondo de fomento y les otorga participación en instituciones estatales de definición de políticas comunicacionales (Segura y Wecksser, 2016; Segura et al. 2019). Sin embargo, en su aplicación quedaron pendientes la regularización del espectro radioeléctrico en las zonas de conflicto y el desarrollo del plan técnico, puntos necesarios para concretar la integralidad de la política (Urioste, 2015; Bilbao y Traversaro, 2018).

Esta ley fue fruto de años de debates, que se condensaron en la construcción y desarrollo de la Coalición por una Radiodifusión Democrática⁵. Esta organización aglutina a múltiples actores y agrupaciones de la sociedad civil e instituciones públicas⁶ que en 2004 redactaron los 21 Puntos Básicos para una Ley de Radiodifusión de la Democracia principios sobre los que se elaboró el proyecto de la LSCA (Longo et al., 2017). Pero además el proceso de debate se dio con foros y audiencias federales en los que se discutió el anteproyecto (Segura, 2011; Urioste, 2015).

El proceso de debate, sanción e implementación de la Ley 26522 modificó sustancialmente las condiciones legales y económicas de estas emisoras, así como los requerimientos de producción y gestión institucional, lo cual incidió fuertemente en sus posibilidades de sostenibilidad (Longo et al. 2017; Urioste, 2015; Segura et al., 2019). En ese marco, otros organismos del estado generaron financiamientos y capacitaciones para proyectos de comunicación popular, por ejemplo el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y la Secretaría de Agricultura Familiar con el programa “Sembrando Palabras, cosechando derechos⁷”.

La LSCA creó el Fondo de Fomento Concursable (FOMECA) que financió las emisoras, en un principio, sólo para la obtención de equipamiento, y para producción audiovisual y radiofónica (Segura et al, 2017). En 2014, un año después de su reglamentación, se sumó una línea para gastos de gestión y administración de las

⁵ A partir del 2012, se denomina Coalición por una Comunicación Democrática para incluir a la comunicación convergente.

⁶ En la descripción que hacen sus integrantes en <http://www.coalicion.org.ar/quienes-somos/> nombran a sindicatos y centrales obreras, radios y televisoras comunitarias, Universidades Nacionales y Provinciales, periodistas, cooperativistas, pequeñas y medianas empresas de comunicación, productoras, comunicadores, centros comunitarios, revistas y medios gráficos y digitales, organizaciones de derechos humanos y organizaciones sociales.

⁷ Es programa fue una iniciativa del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, en convenio con el Foro Argentino de Radios Comunitarias y el apoyo de los dos organismos nombrados, que promovió la instalación de 19 emisoras de radio comunitaria en todo el país.

organizaciones y líneas de infraestructura (Espada, 2017). Esto se financiaba a partir del 10% de los fondos recaudados por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), que luego pasó a ser el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

Específicamente en Córdoba, hasta el 2016 se identificó (Urioste, 2016) que 33 emisoras de la provincia de Córdoba accedieron al fondo, de ese total 9 son radios comunitarias y marca como regla general que todas las emisoras que tenían licencia, accedieron en distintas oportunidades a las diferentes líneas de financiamiento de FOMECAS. A nivel nacional, se entregaron 1013 premios del FOMECA entre 2013 (que es cuando se ponen en marcha el fondo) y 2015. Entre 2010 y 2015 se otorgaron 68 licencias a emisoras sin fines de lucro (Espada, 2017; Segura et. al, 2019). Asimismo, los medios comunitarios de Córdoba se vieron favorecidos por otros programas que serán desarrollados en el apartado de sobre sus fuentes de financiamiento.

La Ley 26522, exige que las y los nuevos actores en comunicación audiovisual respeten las “obligaciones fiscales, previsionales, sindicales, de seguridad social” (artículo 25). Además se establece “obtención de las exenciones” para los medios que cumplan la normativa laboral y previsional vigente (artículos 87 y 99), y se incentiva el aumento de la cantidad de puestos de trabajo en cada medio (artículo 98) (Ley de Servicios de Comunicación Social [LSCA], 2009, Segura et al., 2014).

En cuanto a las limitaciones y desafíos de la LSCA, hay diferentes debates. Uno de ellos fue la demanda por un tratamiento diferenciado al resto de emisoras que conforman el 33% destinado al sector sin fines de lucro (Zanelli y Mandakovic, 2016). La LSCA en su artículo 21 establece como personas sin fines de lucro a cooperativas, mutuales, fundaciones y asociaciones. Esto quiere decir que no diferencia en ese 33% entre cooperativas de gran envergadura, como por ejemplo las de servicios públicos, fundaciones cuyo origen puede estar vinculado a grandes multinacionales y aquellas cooperativas, asociaciones o mutuales conformadas por los medios CAP.

Asimismo la sostenibilidad para una radio comunitaria no será la misma que para Fundación Arcor o la Cooperativa de Servicios Públicos de Oncativo (Zanelli y Mandakovic, 2016). Especificar esas particularidades, permitiría “evitar prácticas desiguales, que vuelvan a generar la concentración de voces disfrazada de pluralismo y tercer sector” (Zanelli y Mandakovic, 2016, p. 69).

Además el sector sin fines de lucro no se encuentra exento de las obligaciones que imponen las leyes de contrato de trabajo y los convenios colectivos de las diferentes actividades del sector (Zanelli y Mandakovic, 2016). Esto coloca a los sindicatos de prensa en un conflicto a la hora de pensar como aglutinar y regular a trabajadores autogestionados: la definición legal de las relaciones laborales en este tipo de medios (Segura, 2014), es decir, la aplicación de convenios colectivos pensados para empresas comerciales atentando a la sostenibilidad de estas emisoras o idear convenios colectivos de acuerdo a la realidad de los medios CAP (Zanelli y Mandakovic, 2016). La cuestión de la fuerza laboral en este tipo de medios abre el debate acerca de lo que Zanelli y Mandakovic plantean muy acertadamente en la pregunta: “¿Cómo hacer entonces para que este sector tan necesario para garantizar la pluralidad de voces (...) no sólo se consolide como productor de sentido, disputando agenda, sino también como espacio generador de trabajo genuino y salarios dignos?” (2016, p. 70).

Tras el triunfo de la alianza Cambiemos en las elecciones presidenciales de 2015, el gobierno de Mauricio Macri modificó sustancialmente la LSCA. Este cambio buscó “generar el entorno favorable para los procesos de concentración, convergencia e ingreso de capitales extranjeros que reclamaba el sector con fines de lucro” (Monje, Rivero y Zanotti, 2017, p. 67). El Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 236/15 estableció la intervención de la AFSCA y la Autoridad Federal de Tecnologías de Información y Comunicación (AFTIC), y el DNU 267/15 creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM). Con esto, el Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (COFECA) -en el que entidades sin fines de lucro tenían representación- fue dejado sin efecto y reemplazado por el Consejo Federal de Comunicaciones que reunió también atribuciones del ex-AFTIC (Monje, Rivero y Zanotti, 2017). Con respecto a los medios sin fines de lucro, no se modificaron la mayoría de los artículos, y uno de los cambios en su regulación tuvo que ver con las cooperativas de servicios públicos que prestan televisión por cable que pasaron a ser consideradas como telecomunicaciones, no comunicación audiovisual. Sin embargo, las políticas estatales hacia estas radios y televisoras cambiaron radicalmente (Segura et al. 2017).

Las políticas del gobierno de cambiemos, sobre todo en los primeros dos años, se caracterizaron por la persecución, el ahogo financiero y desprestigio a los medios CAP, como también incumplimientos legales con ellos (Segura et al., 2017). Se modificaron las posibilidades de acceder a FOMECAs, el ENACOM detuvo la apertura de nuevas líneas de

fomento y no cumplió con pagos de proyectos adjudicados (Longo et al., 2017). Durante casi todo el 2016 se suspendieron los llamados a concursos, que recién se abrieron en el mes de octubre del mismo año (Espada, 2017). Los correspondientes a 2017 fueron lanzados en febrero y abril de 2018 y en diciembre de ese año se lanzó una convocatoria sólo para microprogramas de radio (Espada, 2017). A nivel nacional, entre 2016 y 2017 se adjudicaron 24 licencias, de las cuales 9 corresponden a concursos realizados entre 2014 y 2015 (Espada, 2017; Segura et. al, 2019). En agosto del 2018, el ENACOM a través de la Resolución 4951, lanzó un proceso para la regularización de emisoras comerciales y sin fines de lucro que funcionaban con Permisos Precarios Provisorios o reconocimiento desde 1989. En septiembre de 2019 se adjudicaron 127 licencias definitivas a radios de FM, de las cuales 16 son radios sin fines de lucro: cuatro pertenecen a organizaciones religiosas, dos a gremios y diez son radios comunitarias (Espada, 2019). Durante este proceso, en Córdoba las emisoras comunitarias que obtuvieron licencia son La Ranchada y Radio Sur, las primeras dos radios comunitarias de la provincia.

A esto debe sumarse que las políticas económicas nacionales generaron aumentos en los costos que deben asumir estos medios, sobre todo de servicios básicos como electricidad, indispensable para mínimamente mantener encendidos los equipos para salir al aire (Segura et al., 2016).

Los medios CAP en el sistema de medios en Argentina

Las políticas de comunicación en América Latina auspiciaron la creación de sistemas mediáticos con predominio del modelo mercantil (Becerra y Mastrini, 2017). En Argentina las políticas de comunicación y cultura contribuyeron para construir la posición de desventaja de los medios CAP, respecto a los medios de propiedad privada con fines de lucro y, en menor medida a los de propiedad estatal. Las históricas condiciones de desigualdad perjudicaron sus posibilidad de sostenibilidad económica en el tiempo. (Linares et. al, 2017).

El sistema de medios en Argentina está dominado por actores privados con fines de lucro, registra un alto nivel de concentración de la propiedad que varía de acuerdo al sector, cuyos principales grupos mediáticos se encuentran en Buenos Aires - con expansiones al resto del país - como así también un alto grado de centralización geográfica en la producción de contenidos (Becerra, 2019).

Según un informe de Argentina del programa Media Ownership Monitor⁸ (Monitor de Propiedad de Medios) (2019), en el sector audiovisual, el soporte de comunicación más extendido del país es la televisión, la gran mayoría de sus contenidos se producen en Buenos Aires y tienen una visión centralista. Según el documento, la radio es el medio más masivo después de la televisión. Su mercado se encuentra más diversificado que la televisión en su propiedad pero más concentrado en sus audiencias, a la vez se encuentra concentrado geográficamente ya que la gran mayoría de las emisoras de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tienen emisoras afiliadas o repetidoras en el resto del país.

Estas características fueron favorecidas por las políticas de comunicación de la gestión macrista que consolidaron, a nivel mediático, las desigualdades de la estructura socioeconómica del país (Segura et al., 2018). Esta concentración en el sistema de medios, supone un ambiente de precarización laboral a raíz de la desaparición de medios que tienden a fusionarse generando economías de escala y el ahorro de costo laborales (Mastrini y Becerra, 2006; Becerra y Mastrini, 2009), a la vez que centraliza y empobrece contenidos y reduce las audiencias de medios públicos (Segura, 2019). Frente a este panorama de concentración y políticas neoliberales, los medios CAP se encuentran en una posición marginalizada (Segura et. al, 2018).

En estos últimos años se realizaron relevamientos de alcance nacional que permiten ver la composición del sector sin fines de lucro. Un relevamiento (Muller et al., 2019), contabilizó 289 medios comunitarios, cooperativos, alternativos y de pueblos indígenas. Considera emisoras activas a aquellas que hayan transmitido hasta el 31 de agosto del 2017), y el cumplimiento de al menos dos de cuatro criterios: la autopercepción como medio comunitario, popular, alternativo, cooperativo, indígena o de pueblo originario; la autopercepción como proyecto sin fines de lucro; tener personería jurídica (constituida o en trámite) sin fines de lucro o de pueblo originario. O bien, considerarse un colectivo que decide no gestionar persona jurídica; y pertenecer a una red de medios que nuclea al sector (Muller et al., 2019). Mientras que otro estudio (Segura et al., 2018), hasta junio de 2018 encontró 215 medios comunitarios activos. Las diferencias se deben a los distintos criterios de recorte utilizado. El segundo estudio mencionado, considera emisoras comunitarias a aquellas contempladas por la definición de emisoras comunitarias la LSCA en su artículo 4 y las que funcionaban en octubre de 2018. Utilizaremos este relevamiento para caracterizar

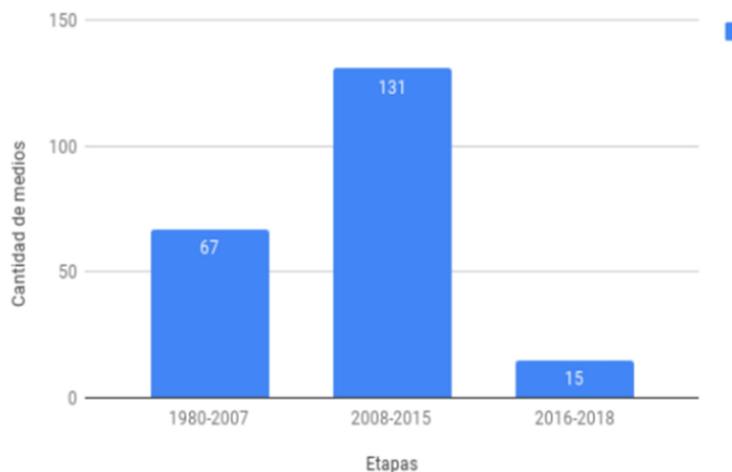
⁸ Este informe fue realizado por el programa Media Ownership Monitor Argentina, Tiempo Argentino, Reporteros Sin Frontera.

a al sector sin fines de lucro, porque los criterios metodológicos mencionados coinciden con los de este trabajo, exceptuando que tomamos a los medios activos durante 2019 en Córdoba específicamente (Segura et al., 2018).

La mayoría de las emisoras se ubican en las regiones más pobladas del país (Metropolitana y Centro). Del total de medios comunitarios actualmente operativos, solo el 3,7% corresponde a televisoras, todas surgidas en el periodo 2008-2018 (Segura et al., 2018) De los 215 medios comunitarios activos, 67 de ellos fueron creados bajo la vigencia de la Ley de Radiodifusión 22.285 entre 1980 y 2007. Todas son radios. Antes del debate y sanción de la LSCA, la mayoría de los medios sin fines de lucro se concentraba en las regiones Metropolitana (25 emisoras) y Patagonia (18 emisoras). Durante el periodo de debate, formulación y puesta en práctica de la ley, 2008 a 2015, se crearon 131 emisoras -7 televisoras y 124 radios. Desde el 2016 al 2018, durante la gestión de la Alianza Cambiemos fueron fundadas 14 radios y una televisora de las que hoy emiten regularmente por aire (Segura et al., 2018).

Gráfico 1

Cantidad de emisoras CAP operativas en Argentina según etapa de surgimiento



Fuente: Segura et al., 2018.

En el gráfico 1 se puede ver que el 32% de los medios relevados surgieron durante la vigencia de la Ley de Radiodifusión y el 68 % en el marco del debate, sanción y puesta en marcha de la LSCA. Y respecto a los últimos años el 61% fue sobre gestión kirchnerista y casi siete bajo administración de Cambiemos. Esto demuestra la importancia de las políticas de legalización y fomento de medios CAP (Segura et al., 2018).

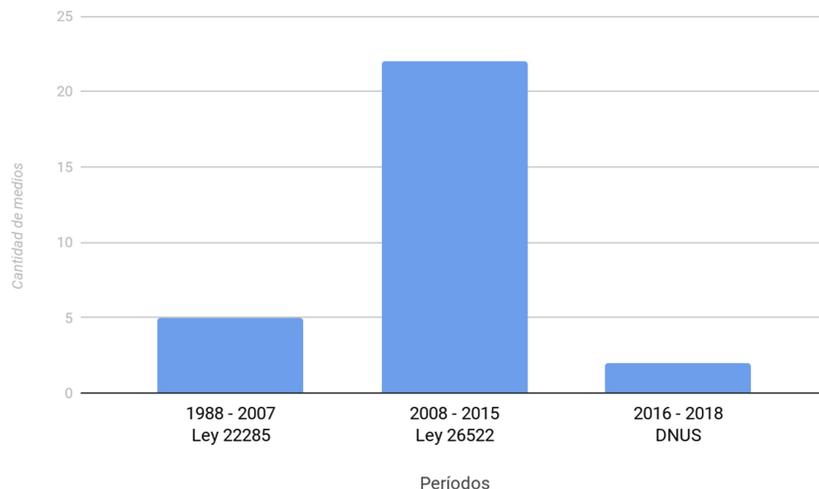
Los medios CAP de Córdoba tuvieron un desarrollo importante en relación a los medios CAP de otras provincias, aún así su posición dentro del sistema de medios cordobes es marginalizada. En lo que respecta al sistema de medios audiovisual en la provincia, la concentración del mercado radiofónico es extremadamente alto, el grupo líder es Cadena 3, al que le sigue el Grupo Clarín – Mitre Córdoba (Martínez Luque, 2017). El sector público está integrado por Radio Nacional y Radio Universidad.

En el sector televisivo, en Córdoba hay tres canales de aire: Canal 12 adquirido por Grupo Clarín que posee 20 repetidoras en la provincia, Canal 8 pertenece al Grupo Telefe y tiene 3 repetidoras en la provincia y Canal 10, el único canal público del servicio de Radio y Televisión de la Universidad de Córdoba, que posee diez repetidoras (Smerling, 2012). Respecto a los canales de cable, Clarín también es propietario de Cablevisión y Multicanal, las principales operadoras de la ciudad (Smerling, 2012).

En Córdoba las primeras emisoras comunitarias surgieron en el periodo de apertura democrática (radio Sur en 1988 y La Ranchada en 1989). Como se ve en el gráfico 2, en la provincia, durante la vigencia de la Ley 22285 surgieron 5 medios hasta 2007, en un período de 19 años. Entre 2008-2015, desde el comienzo del debate parlamentario y la plena vigencia de la LSCA (desde 2009), nacieron 22 nuevos medios comunitarios en un lapso de 7 años. Finalmente, entre 2016 y 2018, con la LSCA intervenida por los DNU sólo hubo 2 nuevos medios en 2 años (Exposición a cargo de Bianca De Toni en el 36° Congreso de Trabajadores de Prensa y Autogestionadxs, 2019).

Gráfico 2

Cantidad de emisoras CAP operativas en Córdoba según etapa de funcionamiento



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP

Es decir, que en Córdoba en el marco de la LSCA, nacieron el triple de medios por año que en la época que la LSCA se modificó por los DNU. Esto ejemplifica la pérdida de poder relativo y valor del sector en el nuevo contexto político y legal, por eso la sostenibilidad institucional de los medios comunitarios fue debilitada entre 2015 y 2019. (Traversaro y Bilbao, 2018). Del mismo modo que a nivel nacional, las políticas de legalización y fomento tuvieron un impacto multiplicador en la provincia. Las características de estos medios.

Medios CAP en Córdoba

Las/os/es agentes llevan adelante su labor en medios CAP, por lo que las características de estas emisoras forman parte de las condiciones objetivas de las estrategias de las/os/es sujetas/os/es. Por ello nos interesa mostrar algunos datos económicos e institucionales del relevamiento realizado junto a Natalia Traversaro.

- ***Cantidad de medios CAP en Córdoba***

Actualmente, existen 29 medios comunitarios en funcionamiento en la provincia de Córdoba, distribuidos de la siguiente manera:

- Córdoba Capital: 6 radios
- Interior cordobés: 22 radios y 1 televisora

Estas emisoras se caracterizan por transmitir de forma analógica y web -sólo Rimbombante (Capital) no transmite por internet, y Paravachasca (Anisacate) no trasmite de manera analógica porque el estudio de la radio está en construcción-, tener redes sociales siendo Facebook la más utilizada, mientras que algunas a eso le suman Instagram, Twitter o inclusive una aplicación móvil (como El Brote, Villanos, Tosco, Tinku, Nexu, Curva, La Minga) y todas las radios son FM.

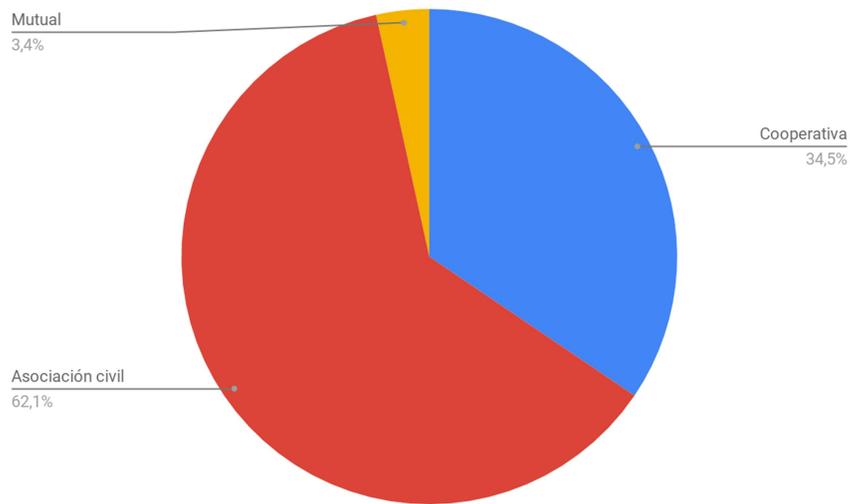
- ***Situación legal, personería jurídica.***

El relevamiento de la cantidad de estos medios que obtuvieron licencias y que poseen o no personería jurídica es el primer insumo para pensar el marco jurídico en el que se insertan nuestros agentes, el cual recrea una serie de posibilidades y limitaciones al momento de garantizar el acceso y uso de las frecuencias, el acceso a fondos de fomento concursables o posibles situaciones de interferencias, clausuras o fideicomisos. En nuestro relevamiento encontramos:

- Personería jurídica: registramos 29 medios que tienen alguna personería jurídica que los enmarca legalmente, de los cuales 6 utilizan la personería de otra organización madre o cercana y las demás poseen una propia. Además la mayoría opta por la figura de Asociación Civil.

Gráfico 3

Tipo de personería jurídica de los medios CAP operativos en Córdoba



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

- Situación legal: en términos generales, sólo más de la mitad de los medios tienen algún tipo de reconocimiento legal, pero además sólo 14 de 29 medios obtuvieron licencia. El resto está empadronado a través de la Resolución 1102/2015 del AFSCA (radio Zumba La Turba y La Quinta Pata - Capital), o censado (radio El Grito - Los Hornillos).

- ***Fuentes históricas de financiamiento***

Las fuentes históricas de financiamiento son aquellas que las emisoras gestionaron a lo largo del tiempo. Estas fuentes tienen diversos orígenes. Por un lado, las de origen estatal dentro de las cuales se puede diferenciar las provenientes de políticas públicas de comunicación destinadas al sector comunitario y aquellas que no tienen como destinatario principal a este sector pero han logrado tener una gran incidencia en la sostenibilidad del mismo. Por otro lado, aquellas fuentes que denominamos de origen no estatal y que refieren a la construcción de fuentes de financiamiento propias por parte de las/os/es agentes por fuera del vínculo con el Estado.

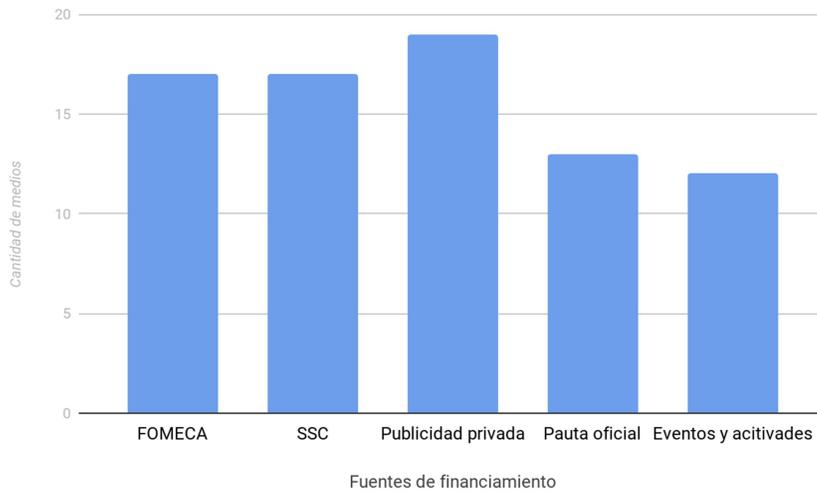
Las de origen estatal son, en primer lugar, los FOMECAs, 17 emisoras (58,62%)⁹ accedió o accede a esta política destinada al sector comunitario. En segundo lugar, se encuentran aquellos fondos y subsidios provenientes de otros organismos estatales como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y del Ministerio de Educación que han tenido un fuerte impacto en la promoción de emisoras populares en la provincia de Córdoba (Segura et. al, 2018), como así también del Ministerio de Cultura, Ministerio de Desarrollo Social (MDS), el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) y el Ministerio de Promoción del Empleo y de la Economía Familiar (MPEEF) de la provincia de Córdoba. Los programas de financiamiento de estos organismos que favorecieron el desarrollo de las emisoras son: “Pro- Huerta”, “Sembrando Palabras, Cosechando Derechos”, “Puntos de Cultura”, programas a través de la. Dentro de este tipo de políticas es destacable el impacto que tuvo el Salario Social Complementario (SSC) del MDS, 17 emisoras (58,62%) reciben uno o más. En menor grado, se encuentran los programas de empleo: 7 emisoras (27,58%) recibieron o reciben algún plan de trabajo nacional como el Plan de Entrenamiento Laboral y otros a nivel provincial como el Plan Primer Paso (PPP), Plan Primer paso Aprendiz, Plan Plan por MÍ y Plan de Inserción Laboral para Adultos Varones (PILA). Además, 13 emisoras (44,82%) accedieron o accede a pautas oficiales: 41,37% pauta municipal, un 31,03% provincial y sólo un 6,89% a la nacional.

Las fuentes de ingreso no estatal, son las que las/os/es agentes construyeron a lo largo del tiempo. Hay 19 emisoras (65,51%) que tuvieron o tienen publicidad privada. Aunque ésta es aparece como la fuente más utilizada (gráfico 4), los ingresos que representa son muy bajos, a comparación por ejemplo de los FOMECAs o los SSC. Además, 4 emisoras (13,79%) reciben aporte de organizaciones sociales, 2 emisoras (6,89 %) tuvieron cooperación internacional, 6 (20,68%) recibió o reciben un abono por el alquiler del espacio radial, 4 (13,79%) optaron por la modalidad de suscripciones o club de oyentes y 12 realizan eventos y rifas (41,37%). En menor medida, algunas emisoras realizan venta de productos, dictados de cursos, capacitaciones o reciben donaciones. A esto se suma, el aporte monetario personal de los trabajadores en algunas emisoras.

⁹ Los porcentajes de este apartado hacen referencia a la cantidad de emisoras que tuvieron o tienen determinada fuente de financiamiento. Las fuentes de financiamiento no son excluyentes, cada emisora cuenta como mínimo con dos fuentes.

Gráfico 4

Fuentes históricas de financiamiento más utilizadas



Fuente: elaboración propia

Del total de radios y televisoras, sólo 6 (20,68%) poseen algún tipo de ingreso indirecto, es decir que se ven beneficiadas con la exención de pago de algún servicio a través del convenio con las cooperativas de luz y agua o con los municipios o comunas. Por ejemplo, la estrategia de radio Roja (Casa Grande) de canjear el servicio de internet a partir de poner a disposición la antena de la radio al prestador del servicio.

- **Destino de los fondos**

El pago de impuestos y servicios es el principal destino de los fondos, egresos que han aumentado su valor exponencialmente en los últimos años y alarma a los trabajadores al momento de pensar la sostenibilidad económica de las emisoras. Esto llevó a poder destinar una menor cantidad de recursos a la compra y el mantenimiento de equipos e infraestructura.

Por otro lado, 5 emisoras (17,24%) abonan alquiler. Respecto a las/os/es trabajadoras/es, en 24 emisoras (86,20%) se destinan fondos para el pago de alguna retribución. Esto quiere decir que todas/os/es sus trabajadoras/es o algunas/os/es de ellos/os/es perciben alguna retribución por el trabajo que realizan.

Reglamentaciones de la labor profesional en medios de comunicación

En esta parte queremos presentar las regulaciones que existen sobre la tareas en medios de comunicación, y profundizar respecto al Estatuto del Periodista Profesional con

el objetivo de indagar los marcos que regulan el sector y las limitaciones que tiene frente a las/os/es trabajadores/as de emisoras comunitarias.

Actualmente las reglamentaciones sobre este sector son: el Régimen de Contrato de Trabajo en términos generales, el Estatuto del Periodista Profesional (EPP), el Estatuto del Empleado Administrativo de Empresas Periodísticas -que refiere a trabajadores administrativos en medios de comunicación, cuyas reglamentaciones son similares al EPP-, y como en todo sector profesional con un ámbito territorial específico, en Córdoba existen tres Convenios Colectivos de Trabajo (CTT): uno de Córdoba Capital, otro del Interior y otro específico de Río IV. En cuanto a la tarea específica de las/os/es locutoras/es, el Sindicato Argentino de Locutores y Comunicadores tiene cinco Convenios Colectivos de Trabajo que reglamentan la actividad de locutores de radiodifusoras, independientes, televisoras, televisoras de circuito cerrado, y publicidad.

El EPP fue creado durante la gestión de Juan Domingo Perón en la secretaría de Previsión Social y sancionado con fuerza de ley (N° 12908) en diciembre de 1946. Regula las funciones, condiciones y derechos ligados a la actividad del periodista y establece los marcos que identifican a quienes ejercen la actividad (Loreti y Lozano, 2013). Para Eugenio Biafore¹⁰, esta norma es reflejo de lo que sucedía a principios y mitad del siglo XX en nuestro país respecto a los medios: el/la trabajador/a de medios se incorpora a la industria, la provincia de Buenos Aires era el mercado periodístico más grande de Argentina que durante la década del '30 publicaba más de dos millones de ejemplares diarios (Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC), 2016). En ese marco para él, “el Estatuto del Periodista es la voz de los trabajadores que reflejaban que los medios les pagaban poco” (FCC, 2016).

Respecto a quiénes ejercen la actividad periodística, el EPP en su Artículo 2 especifica: “se consideran periodistas profesionales a los fines de la presente ley, las personas que realicen en forma regular, mediante retribución pecuniaria, las tareas que les son propias en publicaciones diarias, o periódicas, y agencias noticiosas” (1946, p. 3). Allí incluye a quienes ejercen las diferentes funciones: “el director, codirector, subdirector, jefe de redacción, secretario general, secretario de redacción, prosecretario de redacción, jefe de noticias, editorialista, corresponsal, redactor, cronista, reportero, dibujante, traductor,

¹⁰Eugenio Biafore: Abogado Laborista y asesor letrado del Cispre. Docente de posgrado UCC y UNC. Miembro de la Asociación Argentina de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. Miembro de la Asociación de Abogados Laboralistas de Córdoba.

corrector de pruebas, reportero gráfico, archivero y colaborador permanente” (EPP, 1946, p. 3). Además define la figura de colaborador permanente, como aquel “que trabaja a destajo en diarios, periódicos, revistas, semanarios, anuarios y agencias noticiosas, por medio de artículos o notas, con firma o sin ella, retribuidos pecuniariamente por unidad o al centímetro, cuando alcance un mínimo de veinticuatro colaboraciones anuales” (EPP, 1946, p. 3).

Respecto a las condiciones de trabajo, establece entre otras cosas la inscripción obligatoria “en la matrícula nacional de periodistas y la obtención del carnet profesional” (EPP, 1946, p. 5), un período de prueba de 30 días a voluntad del empleador, y respecto a las jornadas laborales especifica que “el horario que se establezca para el personal periodístico no será mayor de 36 horas semanales” (EPP, 1946, p.7). Respecto a la jornada laboral, el EPP tiene una mejor condición que la Ley de Contrato de Trabajo que fija una jornada de 8 horas diarias y 48 semanales, y los CCT¹¹ de Córdoba Capital y el Interior han fijado la jornada para las/os/es trabajadoras/es de prensa en 6 horas diarias y 30 semanales¹². El periodista profesional tendrá derecho a vacaciones y su duración dependerá de la antigüedad.

Para poder reflexionar, nos interesa agregar además lo que la Ley de Contrato de Trabajo define como trabajo en su artículo 4:

toda actividad lícita que se preste en favor de quien tiene la facultad de dirigirla, mediante una remuneración. El contrato de trabajo tiene como principal objeto la actividad productiva y creadora del hombre en sí. Sólo después ha de entenderse que media entre las partes una relación de intercambio y un fin económico en cuanto se disciplina por esta ley (Ley N° 20744, 1974).

En cuanto al EPP, podemos ver que las/os/es trabajadoras/es de medios CAP son incluidos en la definición de trabajadores de prensa que contempla en su artículo 2, al quedar eximidos de la profesionalidad¹³ en el ejercicio del oficio, pero por otro lado, de

¹¹ Convenio Colectivo de Trabajo N° 364/75 y N°289/75

¹² El Convenio Colectivo de Río IV establece:

“Para las empresas de Radio y Televisión: el horario de tareas del personal no será mayor de treinta y seis horas semanales distribuidas de la siguiente manera: cuatro jornadas de siete horas y quince minutos y la restante de siete horas” y “Para las Empresas Gráficas: El personal de las Empresas Gráficas gozará de un día franco por cada cuatro días de trabajo” (1975).

¹³ Acá hacemos referencia a la condición de tener estudios terciarios o universitarios completos en comunicación o periodismo.

acuerdo a su modalidad de trabajo basado en la autogestión, por fuera de relaciones de dependencia o las formas que adopta el trabajo como voluntaria/o/e o militante, y por lo tanto sin un pago pecuniario, quedan por fuera o en los márgenes de lo que propone la legislación que regula la actividad. Es así, que el EPP se convierte en un instrumento obsoleto al momento de analizar las prácticas de las/os/es agentes, ya que se centra en el trabajo individual y subordinado, dando respuesta al momento de su creación. Aún así, como indican Vinelli y Suarez (2018), el EPP es una herramienta destinada a proteger la libertad de prensa y la libertad de pensamiento, y esto no se acota a ninguna modalidad contractual. A lo que agregan en referencia al artículo 4 de la Ley de Trabajo:

existe consenso en que la relación de trabajo no se constituye a partir de una relación salarial, sino que se trata “de una actividad productiva y creadora” de la que “sólo después ha de entenderse que media entre las partes una relación de intercambio y un fin económico” (Vinelli y Suárez, 2018, p. 19).

Esta concepción de trabajo donde no prima en primera instancia una relación contractual va ampliando los márgenes de oportunidades y restricciones de las/os/es agentes, que convierte a su sindicalización en punto de disputa.

Sindicalización de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP

En este momento, queremos preguntarnos ¿hay trabajadores sindicalizables y otros que no? ¿qué condiciones posibilitan a las/os/es trabajadoras/es asociarse a ciertos espacios gremiales? Los sindicatos se constituyen a partir de una serie de reglas de inclusión/exclusión. Es así que al conformarse definen a quién van a considerar trabajador/e/a, qué elementos van a determinar el oficio o la actividad, qué sujetos/as/es están alcanzados/as/es por su tutela sindical, qué debates ubica en su horizonte de acción y por contrapartida a quiénes excluye o ignora (Vinelli y Suárez, 2017).

Las actuales estructuras normativas que protegen al trabajador individual y, específicamente, la que regula la práctica sindical colectiva fueron gestadas en un momento en el que la figura de la y él trabajador era concebida a partir de su dependencia (Vinelli y Suárez, 2017), un momento en el que primaba la presencia de viejos/as/es actores/as: el núcleo de trabajadores y trabajadoras con contratos estables, beneficios sociales, etc.

Históricamente, la experiencia sindical estuvo siempre acotada a la afiliación de trabajadoras/es dependientes y son muchas las discusiones acerca de la sindicalización de

las/es independientes. Predomina la convicción de que la ley sindical argentina al definir entre las finalidades de su objeto “la defensa del interés de las/os/es trabajadoras/es”, no se está limitando a ningún tipo o categoría (Vinelli y Suárez,2017).

En este sentido las estrategias por parte de los sindicatos, acerca del encuadre legal de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP, son diversas. Por un lado la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN) destaca la importancia de la LSCA para el fortalecimiento de la democracia, como así también el respeto por el derecho de los trabajadores y trabajadoras previstos en el EPP y los convenios de prensa (como se cita en Segura, 2014). Por otro lado, gremios como el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN) están dispuestos a discutir convenios colectivos de trabajo acordes a la realidad y especificidad de los medios no lucrativos (Segura, 2014).

El reconocimiento de las/es/os integrantes de emisoras CAP como trabajadores/os/as de la comunicación y su sindicalización es un asunto que instala una serie de tensiones dentro del campo. Éstas pugnan entre apostar a la sostenibilidad de estas emisoras -que contribuyen a la pluralidad del sistema de medios- y evitar la precarización laboral (Segura, 2014) generando espacios de trabajo genuino y salarios dignos (Zanelli y Mandakovic, 2016).

El primer paso para la sindicalización de trabajadoras/es que no se encuentran en relación de dependencia, lo dio la Central de Trabajadores de Argentina (CTA) en 1992, al incluir dentro de su estatuto social a aquellas/os/es sin empleo, beneficiarios/as/es de alguna de las prestaciones del régimen de seguridad social, autónomos/as/es y cuentapropistas en tanto no tengan trabajadoras/es bajo su dependencia, las/os/es trabajadoras/es de la actividad doméstica y las/os/es asociadas/os/es o autogestivas/os/es (Central de Trabajadores de Argentina [CTA], 1992). Define en el artículo n°2 de su Estatuto Social a sus posibles afiliados como: “los trabajadores entendiendo por tales a todos los individuos que con su trabajo personal desarrollan una actividad productiva y creadora dirigida a la satisfacción de sus necesidades materiales y espirituales” (CTA, 1992, p. 1)

Esta experiencia, que marca un hito dentro de la historia sindical Argentina, abrió la cancha a que algunos sindicatos pudieran ampliar su horizonte de debate acerca de la concepción de trabajador/a. De esta forma, se corre del eje del debate la relación económica contractual para definir al trabajador/a y la dependencia deja de ser una condición para la adquisición de derechos laborales (Vinelli y Suárez, 2017).

Ahora bien, para construir las condiciones de asociatividad de las/os/es trabajadores/as de medios CAP en Córdoba, desarrollamos en primer lugar el espacio de posibilidades recreado por el CISPREN, que es el único sindicato del sector de la comunicación que tiene afiliadas/os/es de la rama comunitaria y reconoce a las/os/es trabajadoras/es autogestivas/os/es. A la vez, daremos cuenta del vínculo con la UTEP, una relación emergente que manifiesta un nuevo margen de posibilidades.

El ingreso del CISPREN a la CTA en 1994, al retirarse de la FATPREN¹⁴, acarrió importantes cambios en su estructura gremial (Segura, 2011). Es así, que en el año 2002 modifica su Estatuto Social para la incorporación de las/os/es trabajadoras/es autogestionadas/os/es. En el país otras experiencias sindicales siguieron el mismo camino: la Asociación de Prensa de Tucumán en 2010, la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires¹⁵ en 1991 y el Sindicato de Prensa de Buenos Aires en 2017 (Vinelli y Suárez, 2018).

En lo que respecta a la provincia de Córdoba, el CISPREN viene realizando un largo recorrido que da cuenta de los debates actuales en materia de trabajo. A modo de una breve cronología, el Cispren apoyó la recuperación de dos empresas periodísticas por parte de sus trabajadores: El Diario del Centro del País de la ciudad de Villa María (2001) y el diario Comercio y Justicia, de Córdoba (2002-2003), lo cual significó un viraje político para el gremio en un momento en que la actividad sindical estaba orientando sus fuerzas a mantener los puestos laborales y mejorar las condiciones salariales (Segura, 2014).

El sindicato impulsó desde 2015 junto a trabajadores de distintos medios y experiencias comunicacionales, los Encuentros de Trabajadorxs Autogestionadxs¹⁶ en forma paralela a los Congresos de Trabajadores de la Prensa y la Comunicación. En estos encuentros se retomó la propuesta realizada por la Secretaría del Interior y la Secretaría de Cultura a la Comisión Directiva, para la creación de una Secretaría de Trabajadores Autogestionados como parte activa de la conducción del gremio, como así también la elección de Delegados y Delegadas Autogestionadas por regionales, con el objetivo de

¹⁴ En 2019 el CISPREN ingresa nuevamente a la Federación (CISPREN,2019).

¹⁵ La Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires entró en crisis y fue reemplazada en 2015 por el Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Vinelli y Suárez, 2018).

¹⁶ Como mencionamos anteriormente, los/as/es trabajadoras/es autogestionadas/os/es exceden el número de trabajadoras/es de medios comunitarios. En estos encuentros también participan trabajadoras/es autogestivas/os/es como freelancers o aquellas/os/es que llevan adelante pequeños medios privados.

En estos encuentro no sólo participaban trabajadoras/es de medios CAP, sino también

mantener reuniones que permitan avanzar en torno a las estrategias y resolución de las problemáticas claves en el sector (Despacho del 6to Encuentro Provincial de Trabajadores de Prensa Autogestionados, 2016). Estos encuentros se realizaron hasta el año 2018, y en el año 2019, cumplido el primer año de gestión de María Ana Mandakovic como Secretaria General¹⁷, se apostó a la integración del debate de autogestionadas/os/es en el orden del día de los Congresos y no como un encuentro en paralelo, a partir de entender la autogestión como una nueva modalidad de trabajo. Es en este mismo año, que el Congreso en su edición n°36 pasa a llamarse Congreso Provincial de Prensa y la Comunicación y Autogestionados, evidenciando de esta manera la clara proyección política por parte del sindicato de afianzar y avanzar sus acciones en conjunto con el sector de trabajadoras/es autogestionadas/os/es. También es importante destacar que actualmente funcionan tres redacciones autogestivas dentro del sindicato, La Nueva Mañana, El Resaltador y La Garganta Poderosa.

Por otro lado, también es importante el recorrido que viene realizando la Unión de Trabajadores de la Economía Popular¹⁸ (UTEP) con las/os/es trabajadoras/es autogestionadas/os/es de la comunicación. Las/os/es trabajadoras/es nucleadas/os/es por esta central se caracterizan por encontrarse “inscritos en relaciones de explotación distintas de las formales o tradicionales” (Proyecto de Ley de Emergencia Social, 2016, p. 7), es decir no tienen una relación salarial con un patrón. El sector de la Economía Popular tiene ciertas ‘fracturas’, es decir diferencias, respecto de los trabajos enmarcados dentro de la economía capitalista tradicional: 1) la precarización: son trabajadores con una imposibilidad de acceder al piso de derechos que garantice un trabajo digno; 2) la informalidad: porque estos trabajadores carecen de protección legal y beneficios laborales, como también los espacios de producción no están registrados en su totalidad conforme a las Leyes Nacionales; 3) la externalidad son “trabajadores jurídicamente autónomos pero económicamente dependientes” (Proyecto de Ley de Emergencia Social, 2016, p. 8) de las condiciones del mercado y los comportamientos de grandes empresas; 4) la productividad: se define este trabajo (Grabois y Pésico, 2014) como de subsistencia frente a las concepciones económicas de lo que define a una actividad económica como productiva o improductiva. En los Fundamentos de la Ley de Emergencia Social exponen que “se trata

¹⁷ El mandato finaliza en 2020.

¹⁸ Hasta enero de 2020 se llamó Confederación Trabajadores de la Economía Popular (CTEP).

de emprendimientos individuales o colectivos con mínima tecnología, baja productividad, ingresos inadecuados para los trabajadores y condiciones insalubres de labor” (p. 8, 2016).

En el período 2016-2018 se conformó la Federación de Comunicadores Populares nucleados en la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular, que luego pasa a llamarse UTEP, con los objetivos, según Fossaroli¹⁹, de:

Diseñar, impulsar y defender políticas de promoción, fomento y financiamiento para los medios comunitarios que aporten tanto, a la sostenibilidad del medio, como a la estabilidad laboral de los comunicadores; y desarrollar acciones y estrategias que sirvan para garantizar una adecuada cobertura social, la seguridad previsional de los comunicadores populares tendientes a poner en igualdad de derechos a los trabajadores autogestionados, con el resto de los trabajadores” (FARCO, 2018).

Así mismo, en la XV Asamblea de FARCO de abril de 2017 se dio la discusión sobre la identidad de las/os/es trabajadoras/os/es de medios CAP en relación al sector de la economía popular (Víctor Hugo, 2019) y tanto en este encuentro como en el de 2018 participaron dirigentas/es de CTEP en determinados momentos (FARCO, 2017, 2018).

En julio de 2017, la CTEP firmó un convenio con FARCO en el que se compromete a dar contención gremial a las/os/es trabajadoras/es de las radios comunitarias que lo requieran, como así también a desarrollar acciones para promover y defender políticas públicas que garanticen la seguridad social del sector y su continuidad laboral (Confederación de Trabajadores de la Economía Popular [CTEP], 2017).

En diciembre de 2016, se sancionó la ley N°27200 de Emergencia Pública, y su prórroga en 2017 con la Ley 27345. Su sanción no fue resultante de un proceso sencillo ni corto, sino una intensa campaña nacional de visibilización del proyecto de Ley de Emergencia Social propuesto por la CTEP y otras organizaciones populares (Franco, 2017). La normativa finalmente aprobada, crea el Consejo de la Economía Popular, el Registro Nacional de la Economía Popular (RENATRE) y el Salario Social Complementario (SSC) en la órbita del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Su reglamentación fue demorada y finalmente se realizó por el Decreto 159 en marzo de 2017, en el marco de una semana de una intensa movilización de trabajadoras/es y organizaciones sociales y sindicales a nivel nacional.

¹⁹ Daniel Fossaroli Vice presidente de FARCO en 2018.

El objetivo de la ley es:

Promover y defender los derechos de los trabajadores y trabajadoras que se desempeñan en la economía popular, en todo el territorio nacional, con miras a garantizarles alimentación adecuada, vivienda digna, educación, vestuario, cobertura médica, transporte y esparcimiento, vacaciones y protección previsional, con fundamento en las garantías otorgadas al “trabajo en sus diversas formas” por el artículo 14 bis y al mandato de procurar “el progreso económico con justicia social” establecido en el artículo 75, inciso 19, ambos de la Constitución Nacional (Artículo 2, Ley 27345)

El SSC es un complemento a los ingresos de aquellas/os/es que generan su propio trabajo para subsistir. El monto responde al 50% del Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVM), con una movilidad automática, ligada a las variaciones que este último (A24n, 2020). Son destinatarios quienes hayan participado en acciones especiales de empleo implementadas por el MESS orientadas a sectores de la economía popular y no percibir: “1. una remuneración proveniente de un contrato laboral bajo relación de dependencia; 2. prestaciones contributivas por desempleo; 3. prestaciones previsionales; 4. ayudas económicas provenientes de programas de empleo” (Artículo 4, Resolución 201-E/2017).

Estos recorridos abren una serie de interrogantes acerca de cómo entender el trabajo de prensa autogestionado y la representación del sector, si a partir de su actividad, es decir, de su condición de trabajador/a/e de prensa, o a partir de su modalidad de trabajo sin patron/a/e, encuadrado dentro de la economía popular (Vinelli y Suárez, 2018).

La asociatividad de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP también puede leerse a partir de las redes de medios. Si bien estas redes nuclean de manera directa a medios y no a trabajadora/es por su condición de trabajadoras/es, como lo hacen los gremios, vimos que la asociatividad a estas redes construye un margen de posibilidades y limitaciones para las/os/es agentes.

Redes de medios

Las redes nacionales de radios y televisoras CAP que los/as/es integrantes de las radios y televisoras comunitarias de Córdoba mencionaron que integran son: la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), la Red Colmena y la

Coordinadora Nacional de Televisoras Alternativas (CoNTA). Éstas tienen diferentes posturas al momento de relacionarse con otros actores o instituciones del Estado, lo cual condiciona las prácticas de las/os/es agentes, por ejemplo a la hora de demandar al Estado reivindicaciones concretas, o negociar Salarios Sociales a la CTEP.

Para empezar, FARCO es la red nacional con más antigüedad, fundada en 1998 y cuenta con 91 radios asociadas en todo el país. Como señalan Urioste y de Guio (2017) en su trayectoria ha asumido un rol destacado en la conformación de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, ha integrado el COFECA desde su comienzo y los medios que lo integran, representan una mayoría entre los que obtuvieron concursos para licencias y FOMECA en los años de plena vigencia de la LSCA.

La RNMA nació en 2004 y reúne radios, televisoras, productoras audiovisuales, medios gráficos, agencias de prensa y páginas web de todo el país. Esta Red intervino en el debate público manteniendo una mirada crítica acerca de algunos aspectos de la Ley, y sin pertenecer a la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Urioste y de Guio, 2017). Plantea “la relación con el Estado principalmente en términos de disputa” (Urioste y de Guio, 2017, p. 16) y “la forma de gestión autónoma y la elección de hacer comunicación como práctica militante excluyen formas laborales en los medios que nuclean” (Urioste y de Guio, 2017, p. 9).

Por otro lado, AMARC es una red creada en 1983 que aglutina a más de 2000 radios comunitarias de todo el mundo, tiene presencia en América Latina y Caribe desde 1990. Actualmente, AMARC ALC cuenta con cerca de 400 asociadas y 18 representaciones nacionales. En Argentina, la red reúne a 30 emisoras, centros de producción y comunicadores y comunicadoras comunitarios. Al igual que FARCO, participó activamente de la Coalición por una Radiodifusión Democrática e integró el COFECA a partir de la sanción de la LSCA. (Urioste y de Guio, 2017).

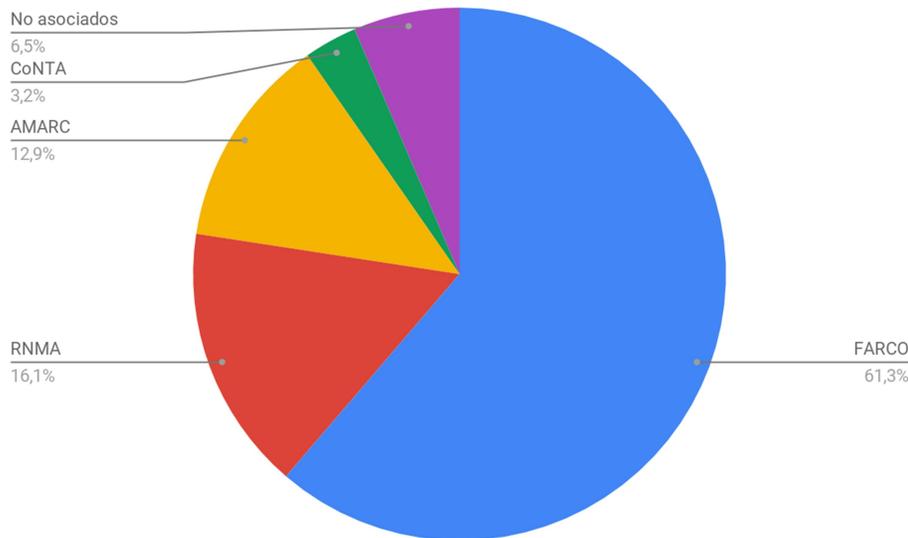
Por último, CoNTA, nació en 2015, y reúne a Giramundo TV (Mendoza), Barricada TV (Buenos Aires), Pares TV (Buenos Aires), Canal 4 de Mar del Plata y Urbana TV (CABA). Tiene el objetivo de consolidar una red de trabajo nacional para impulsar el crecimiento del sector en todas las provincias.

En Córdoba, la red que nuclea al mayor número de emisoras es FARCO (Gráfico 5), con 19 radios asociadas: Sur, La Ranchada, Libre, Rimbombante (todas esas de Capital),

Inédita (Cosquín), Tortuga (Alta Gracias), Garabato (San Marcos Sierras), La Ronda (Colonia Caroya), Curva (Salsipuedes), Local Paravachasca (Anisacate), La Minga (Villa Giardino), Nativa (Unquillo), Una Radio Muchas Voces (Capilla del Monte), Villanos (Villa Carlos Paz), El Brote (Villa Ciudad Parque), Central Ferroviaria (Cruz del Eje), Pueblo (Deán Funes), Lu-k (Marcos Juárez), Nexo (Villa Allende). Le sigue la RNMA con 6 radios: Radio Roja (Casa Grande), Radio Zumba la Turba (Capital), Radio Agustín Tosco (Sebastián Elcano), Radio FM Sierras Comechingones (San Pedro) y Radio Panamericana (Huerta Grande) que se sumó en el año 2019 (Bilbao, De Toni, Traversaro). En tercer lugar se ubica AMARC con 4 radios: Radio El Grito (Los Hornillos), Radio Curva, Radio Las Chacras (Paraje Las Chacras). La única televisora comunitaria de la provincia se encuentra asociada a CONTA. Algunos medios integran más de una red, como es el caso de Radio Curva y FM Sierras.

Gráfico 5

Redes nacionales de medios CAP que integran las emisoras de Córdoba



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

Además en la provincia de Córdoba existen 2 redes regionales: Red de Comunicación Regional²⁰ (9) a la que pertenecen La Ranchada (Capital), Inédita (Cosquín), La Minga (Villa Giardino), Panamericana (Huerta Grande), Nexo (Villa Allende), Garabato

²⁰ La Red de Comunicación Regional y su informativo Recorre, no estuvo en funcionamiento durante el año 2019, aunque estaba previsto retomarlo en 2020 gracias a la adjudicación de un FOMECA (Federico Fumiato, 2019).

(San Marcos Sierras), Una Radio Muchas Voces (Capilla del Monte), El Brote (Villa Ciudad Parque Calamuchita) y Red de Radios Rurales (5 emisoras asociadas), conformada por esas últimas cuatro y también por radio Pueblo (Deán Funes).

Situación laboral de trabajadoras/es de medios en general

Ya planteamos en uno de los apartados anteriores la precarización producida por la concentración en el sistema mediático. Ahora nos interesa describir a las/os/es periodistas en Argentina y su situación laboral en general. Esto nos sirve para establecer las condiciones de producción en las que se encuentran las/os/es agentes que analizamos, por ser trabajadoras/es de medios. También sirve para preguntarnos ¿esta situación es distinta a la de quienes trabajan en medios CAP específicamente? ¿en qué se diferencian?

En una encuesta online realizada por el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)²¹ (2018), de 908 casos, se obtuvo que la mayoría de las/os/es periodistas tienen entre 36 y 45 años de edad (35%), son varones (la encuesta fue respondida por un 36% de mujeres y un 64% de hombres), y la mayoría tiene estudios universitarios (74%).

Respecto a lo laboral, la mayoría tiene su trabajo principal en empresas privadas y trabaja en relación de dependencia, y sólo un 4% en una organización comunitaria (Foro de Periodismo Argentino [FOPEA], 2018). Es considerado habitual por estos trabajadores tener un segundo empleo y más de la mitad de las/os/es periodistas trabajan en más de un medio (FOPEA, 2018).

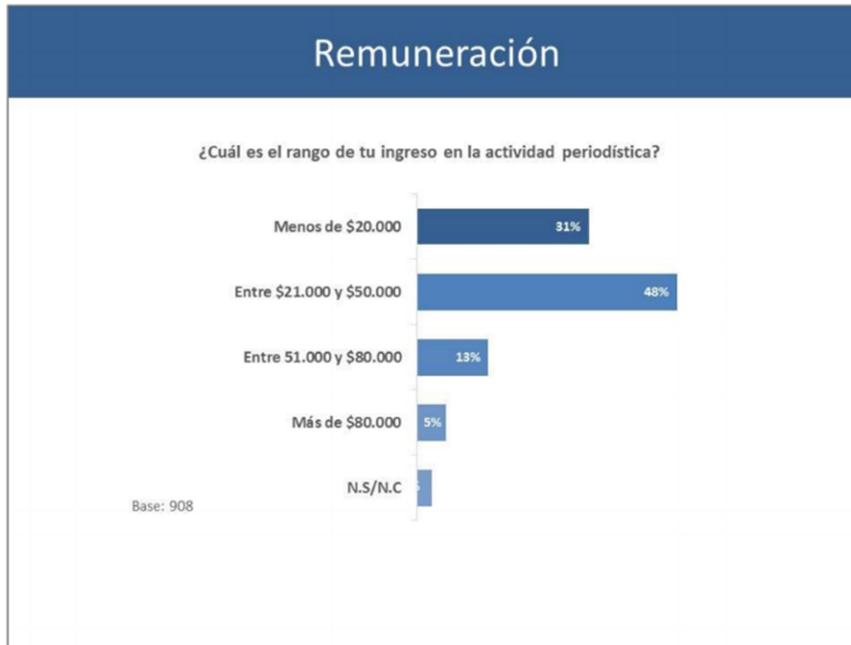
Por esto, es que Amado califica el perfil de las/os/es periodistas como “todo terreno” ya que trabajan para varios medios con distintas plataformas y formatos, manteniendo uno o varios trabajos extra por fuera de su trabajo principal. A esto se le suma la característica de ser multifunción, es decir que hacen diferentes tareas en un mismo medio. Los roles desempeñados generalmente son redactor/a, corresponsal, editor/a/e, jefe de redacción, cronistas, movileros/as/es, entre otros (FOPEA, 2018).

Las/os/es periodistas que tienen un emprendimiento propio, en su mayoría lo financian con ingresos personales propios de otras actividades (39%) y con publicidad privada (34%) (FOPEA, 2018).

²¹ El trabajo fue realizado en colaboración con la consultora especializada en investigaciones de medios CIO bajo la dirección de la Lic. Cecilia Most.

La mayoría de las/os/es periodistas, al momento de describir las mayores dificultades que enfrenta la actividad periodística hoy en Argentina, ubican en primer lugar los bajos salarios (70%), seguido del temor a perder el trabajo (54%) (FOPEA, 2018). En cuanto a lo primero, tenemos el Gráfico 6:

Gráfico 6
Remuneración



Fuente: FOPEA, 2018

A esta situación de las/os/es trabajadoras/es asalariadas/os/es, se le suma la poca estabilidad que ofrecen las/os/es empleadores. En 2018, el FOPEA publicó un informe sobre la pérdida de trabajo del sector en Argentina durante 2017 y 2018²² muestra los siguientes datos:

Cuadro 1
Periodismo - Puestos de trabajo perdidos

	2017	2018	Total
RETIROS VOLUNTARIOS	253	134	

²² Las fuentes del informe son el relevamiento realizado por este Observatorio y Alerta laboral de periodistas, las denuncias realizadas por los propios trabajadores, los delegados gremiales en los medios y los sindicatos.

DESPIDOS	861	543	
	1114	677	1791

Fuente: FOPEA, 2018

Hablando específicamente en Córdoba, en 2017 hubieron 32 retiros voluntarios en La Voz del Interior y en 2018 4 en Canal 8 y 23 despidos en Radio Pulxo (FOPEA, 2018). Los motivos y causas de los despidos o recortes son vaciamiento/venta fraudulenta del medio, recorte de planta de trabajadoras/es, falta o recorte de pauta publicitaria, crisis financiera de la empresa y cambio de modelo y frecuencia de publicación (FOPEA, 2018).

En este marco, a nivel nacional sólo el 26% de las/os/es periodistas están afiliadas/os/es a algún sindicato. Aunque sea poco es una cifra similar a la la tasa de sindicalización del asalariada/o/e argentina/o/e (del 28% según datos para el segundo trimestre 2018) (FOPEA, 2018).

Esta situación laboral de las/os/es periodistas, hay que mirarla desde una perspectiva de género, ya que la precarización laboral afecta diferencialmente a las mujeres (OIT, 2018). Históricamente los medios de comunicación han sido espacios donde se reproduce la división sexual del trabajo por medio de esquemas de segregación femenina y dominación masculina (Rovetto, 2013). En las redacciones periodística sólo el 18% de las columnas de opinión son firmadas por mujeres, y los temas de los que escriben están relacionados con mujeres, moda, feminismo, género, chicos, cuerpo y educación, mientras que los varones sobre escriben economía y política (Economía Femini(s)ta, 2019). Pero además muchas autoras caracterizan a este ámbito con la noción de “techo de cristal” “presente en la cultura organizacional de las redacciones, utilizado para designar lo invisible, pero con efectos reales que imposibilitan el pleno desarrollo profesional y el acceso de las mujeres a los vértices jerárquicos de las organizaciones”(Rovetto, 201, p.41).

Hablando de esto, cabe preguntarnos qué sucede específicamente con esta problemática en los medios alternativos, pregunta que aún no es fácil de responder debido a que existen muy pocos estudios sobre las desigualdades de género en esos espacios (Rovetto y Figuero, 2019). Uno de ellos (Rovetto y Figuero, 2019), muestra las siguientes situaciones. En primer lugar, las condiciones de trabajo que describen se caracterizan por ser ad honorem teniendo que compatibilizar esta labor con otros empleos, existe libertad para poder comunicar sobre género, y es considerada una actividad que sirve para

‘foguearse’ en la profesión como también para ejercer la práctica militante (Rovetto y Figueroa, 2019). En segundo lugar, en estos medios la mayoría o todas sus integrantes son mujeres. Esto tiene que ver, entre otras causas, con que somos las mujeres las que menos podemos ingresar a trabajar a medios comerciales o públicos. Sin embargo, el empoderamiento, los modos de agenciamiento y de resistencia al interior de los medios informativos, de mujeres periodistas que sobre todo se autoperciben feministas cuelean nuevas formas de ejercer la profesión en las estructuras patriarcales mediáticas (Rovetto y Figueroa, 2019).

En síntesis, la LSCA establece la comunicación como un derecho humano y reafirma la legalidad de las emisoras sin fines de lucro. Su debate previo y plena implementación dieron lugar a la multiplicación de emisoras CAP y sus mejoras en términos de sostenibilidad, contrariamente a lo que ocurrió durante las políticas de Cambiemos. En ese marco, los FOMECAs se volvieron en una fuente de ingreso importante para las emisoras. Ahora bien, la LSCA no exime a estos medios del cumplimiento de las obligaciones laborales, previsionales y de seguridad social para con sus trabajadoras/es. La posición marginal que ocupan estas emisoras en relación a la supremacía del sector privado en el sistema de medios, y en menor medida del sector público - situación profundizada por las políticas del gobierno de Mauricio Macri-, nos indica que las condiciones de unas emisoras frente a otras son muy dispares para abordar las obligaciones laborales.

El EPP incluye a las/os/es trabajadoras/es por la actividad que realizan, más no por su modalidad de trabajo. No obstante, entendemos que su objetivo es velar por la libertad de expresión y esta no se acota a una modalidad contractual, por lo que puede ser una herramienta reivindicativa a la hora de que las/os/es trabajadoras/es de medios CAP piensen sus propias condiciones laborales. Estas nociones ampliadas de trabajo son la base para que las/os/es trabajadoras/es de medios CAP sean considerados sindicalizables por parte del CISPREN. Por otro lado, el recorrido de la UTEP, las características de las/os/es trabajadores/as que aglutina y el aumento de su poder relativo con la creación del SSC, amplía las posibilidades para que las/os/es trabajadoras/es de medios CAP generen vínculos con esta organización y se reconozcan como parte de la economía popular. En este sentido,

ese marco de opciones se incrementa para los medios asociados a FARCO a partir de su convenio con la CTEP.

El análisis de las condiciones laborales de quienes trabajan en medios demuestran la existencia de precarización y bajos niveles de sindicalización. En ese marco general, están insertos/as/es los/as/es integrantes de medios CAP quienes además de ser trabajadores/as de la comunicación, integran el sector comunitario.

A continuación, construimos las trayectorias y competencias de las/os/es trabajadoras/es de las radios y televisoras comunitarias, alternativas y populares de Córdoba.

Capítulo 3: Agentes sociales

En este capítulo caracterizamos las/os/es integrantes de medios comunitarios, alternativos y populares (CAP) de la provincia de Córdoba, a partir de sus competencias y trayectorias y la construcción de su perfil.

Niveles y perfil

Durante el relevamiento pudimos ver que el sector de trabajadores/as de medios CAP es muy heterogéneo, sus integrantes tienen distintos grados de participación y permanencia. Esto conlleva deficiencias para contabilizar cuántas/os/es son las/os/es trabajadoras/es que integran estos medios y cuáles son sus modalidades de trabajo. Estas dificultades se deben a las condiciones sociales de las fuentes que son parte del análisis de nuestra tesina.

Para caracterizar la modalidad de participación de las/os/es trabajadoras/es definimos tres niveles o anillos. En el tercer nivel podemos encontrar a las/os/es que llaman “colaboradoras/es”, gente cercana al medio, que quizás alguna vez participó activamente, que no trabaja regularmente pero que hace contribuciones puntuales como arreglar algo técnico, colaborar en eventos de financiamiento, etc. En el segundo nivel, encontramos a aquellas/os/es que participan en el medio de forma más regular que las/os/es anteriores, ya sea a partir de la realización de un programa, una columna, como operador/a/e, locutor/a/e o pasante, pero que por fuera del tiempo destinado a sus tareas, sólo participan esporádicamente o no, de las discusiones que se llevan adelante en el medio y de las tareas de sostenimiento diario. Dentro de este nivel podemos distinguir entre quienes tienen un compromiso con el proyecto de la radio y quienes participan con motivaciones más personales como llevar adelante un programa propio a partir del alquiler del espacio radial. En el primer nivel se ubican aquellas/os/es trabajadoras/es que participan activamente en la toma de decisiones y están continuamente pensando, asegurando y garantizando el funcionamiento integral del medio.

En esta tesina analizamos las prácticas de las/os/es trabajadoras/es del primer nivel, por eso las características desarrolladas a continuación se corresponden a quienes conforman ese anillo. Al decir que con su fuerza de trabajo aportan diariamente con tareas concretas a la sostenibilidad del medio, hacemos referencia a: la construcción material e ideológica de la emisora, trabajos de gestión y administración, decisiones que fijan el

rumbo y el sentido de la producción; y que además mantienen un sentido de pertenencia y un compromiso con el espacio y se ven afectadas/os/es por las decisiones colectivas del grupo en el que se insertan.

En la provincia de Córdoba relevamos, en base a las entrevistas realizadas en todos los medios, un total aproximado de 269 trabajadoras/es de radios y televisoras CAP. Estas/os/es trabajadoras/es se corresponden al primer nivel. Para construir ese dato, partimos de las respuestas a la pregunta de ¿cuántas/os/es forman parte del sostenimiento diario de la emisora?. Sin embargo, las respuestas muestran que la modalidad de participación están bien demarcadas en unas radios y en otras los límites entre el primer nivel y el resto de los niveles es más difuso. Hipotetizamos que esta situación se debe a la frecuente rotación de personas, lo cual está en relación con las condiciones laborales.

De este total de trabajadoras/es 196 (72,86 %) se encuentra en el interior de la provincia, mientras que 73 (27,13%) integra medios de la capital. La distribución por regiones y departamentos es la siguiente:

Cuadro 2
Cantidad de trabajadoras/es y medios CAP por regiones y departamentos de la provincia

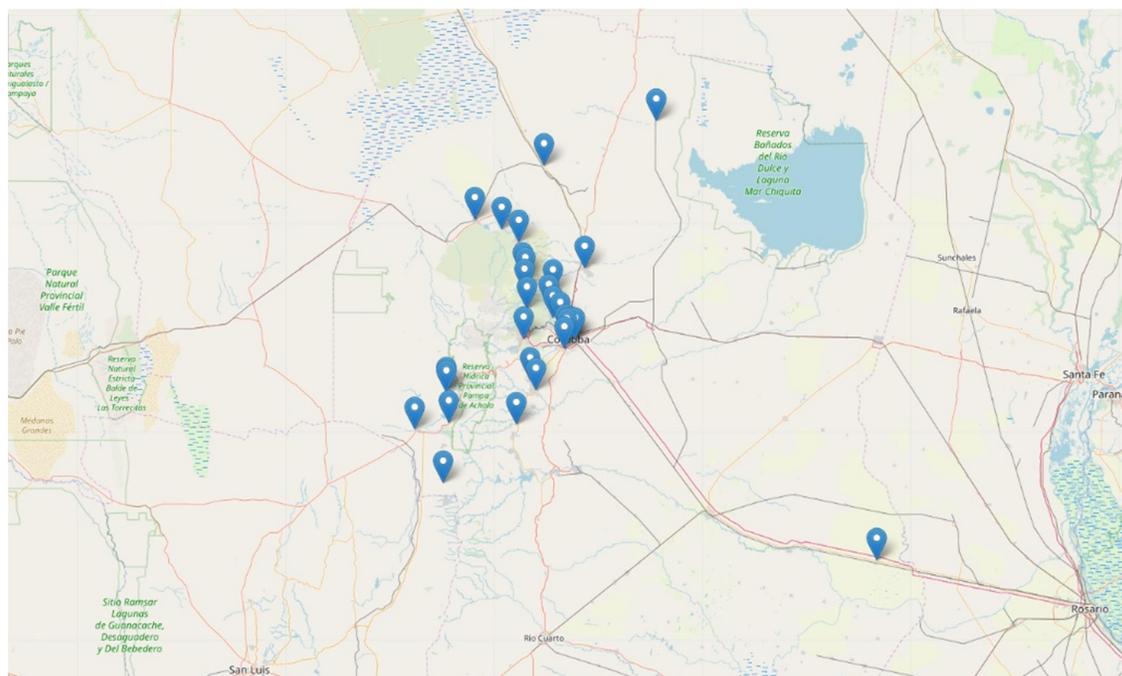
Región	Departamentos	Medios por departamento	Trabajadoras/es por departamento	Trabajadoras/es por región
Centro	Capital	6	73	182
	Punilla	6	50	
	Colón	4	40	
	Santa María	2	11	
	Calamuchita	1	8	
Norte	Cruz del Eje	2	19	54
	Ischilin	1	10	
	Río Seco	1	15	

Oeste	San Alberto	3	11	41
	San Javier	2	30	
Sureste	Marcos Juárez	1	2	2
TOTAL		29	269	

Fuente: elaboración propia

Imagen 1

Mapa de medios CAP de Córdoba



Fuente: Bilbao, De Toni y Traversaro, 2020²³.

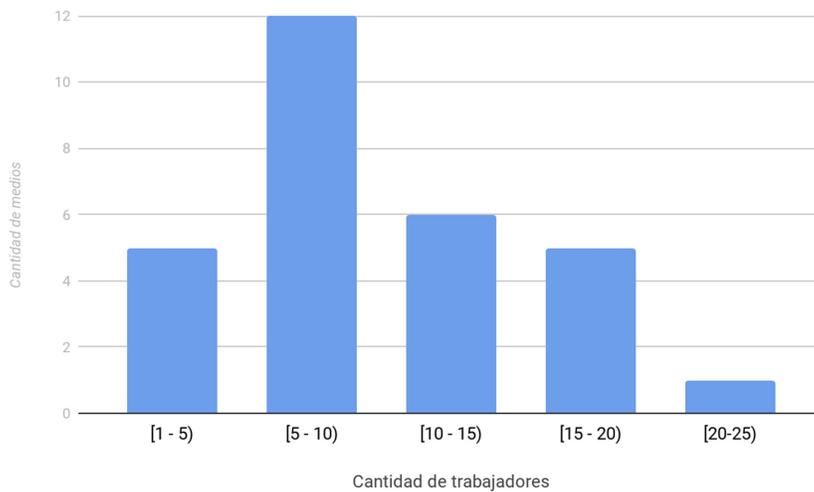
Como se ve en el Cuadro 2, los departamentos que concentran el mayor número de medios y de trabajadoras/es son Capital y Punilla, seguidos por el departamento Colón, pertenecientes a la región centro de la provincia (Imagen 1). En la mayoría de los departamentos se puede observar una relación proporcional entre cantidad de medios y trabajadoras/es. No obstante, el caso de San Alberto se presenta como una excepción. A la vez, el medio de Marcos Juárez, representa un caso aislado frente a la concentración de los medios CAP en las zonas del centro y norte y oeste de la provincia. En el sur no se registra ninguna radio comunitaria por ende ningún/a/e trabajador/a/e.

²³ Disponible en <https://democratizarcomunicacion.fcc.unc.edu.ar/mapa-de-medios-comunitarios/>

Si afinamos la lupa, vemos variaciones en cada medio. El mínimo relevado es 2 trabajadoras/es por emisoras (sólo hay 2 casos) y el máximo es 25 (sólo 1 caso). Como se ve en el Gráfico 7, la tendencia es entre 5 y 10 integrantes en los medios. De esos 12, 11 son de la región centro.

Gráfico 7

Cantidad de trabajadoras/es por medio



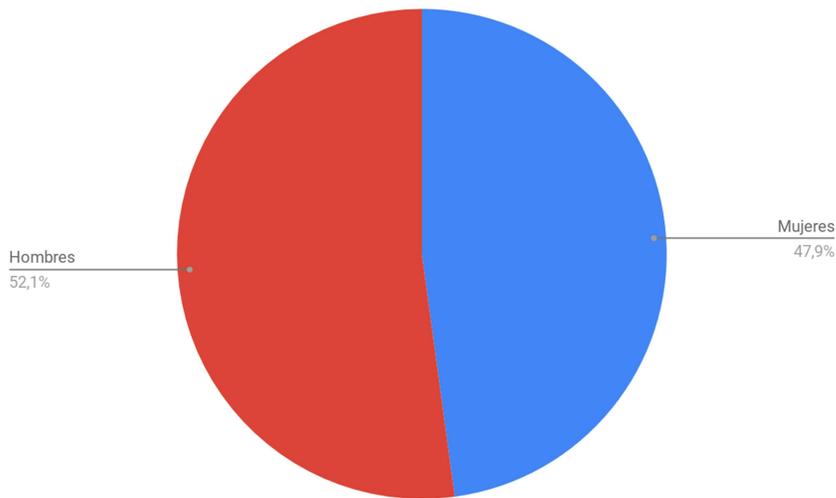
Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

El rango de edades de las/os/es trabajadoras/es va de 18 a 80 años, es una amplitud muy grande, por lo que vale aclarar que sólo en 6 medios hay trabajadoras/es de entre 60 a 80 años. El promedio de edad de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP es de 37 años . La mayoría pertenece a la franja etaria entre 20 - 50 años.

Respecto al género sólo en 19 (65,51%) medios nos pudieron decir con precisión cómo es la composición. Estos medios aglutinan 163 (60,59%) trabajadoras/es, de las/os/es cuales 78 (47,88%) son mujeres y 85 (52,14%) hombres.

Gráfico 8

Trabajadoras/es según géneros en los medios CAP de Córdoba



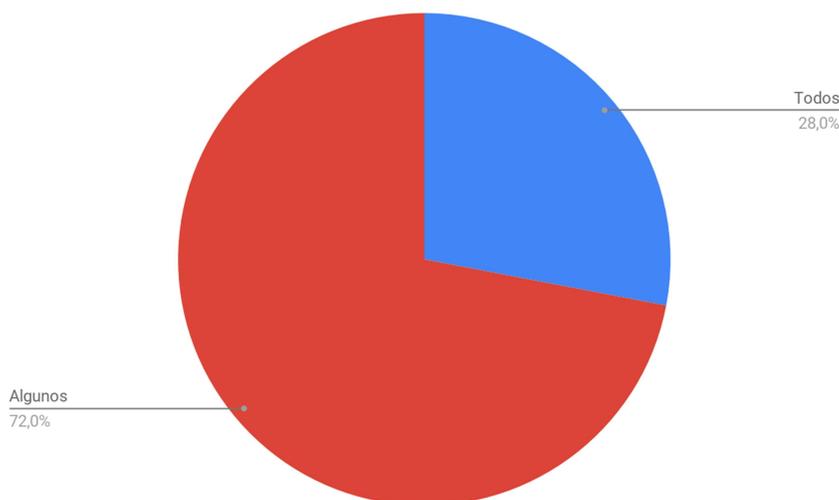
Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

Si bien en el conjunto (Gráfico 8) se puede observar una diferencia pequeña para alcanzar la equidad de género, sólo en 3 emisoras son más mujeres que varones, uno de esos casos con una diferencia pronunciada de 12 mujeres y 3 varones. Del resto, sólo en 2 radios hay una distribución pareja. A lo largo del relevamiento no manifestaron la presencia de géneros no binarios en lo que refiere al primer anillo, aunque la mayoría recalzó que el espacio se encuentra abierto y que tienen vínculos con organizaciones o asambleas de género.

Como dijimos en el capítulo 2, en casi todas las emisoras se destinan fondos para el pago de retribuciones, frente a una minoría en la que ningún/a/e trabajador/a/e recibe retribución. Dentro del primer grupo, sólo en el 28% de los casos todas/os/es las/os/es integrantes perciben una retribución, mientras que en el 72% sólo alguna/os/es trabajadoras/es perciben un ingreso por su trabajo.

Gráfico 9

Proporción de trabajadores que reciben retribución en cada medio



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

Las retribuciones percibidas suelen ser llamadas por las/os/es mismas/os/es trabajadoras/es como “simbólicas”, ya que en la mayoría de los casos no alcanzan a igualar a un sueldo mínimo, vital y móvil y tampoco mantiene una relación con la cantidad de horas de trabajo realizadas. Un ejemplo es el relato de Nuria D’Ambra: “Nuestras retribuciones siguen siendo las mismas que hace 2 años. La diseñadora cobra 3000 pesos y nosotros cobramos entre 4 y 5 mil pesos. Que la idea es tratar de igualarlos y no estamos siendo capaces, económicamente”(radio Tortuga, Alta Gracia, 2019).

No pudimos recabar información específica sobre cuánto cobran las/os/es agentes. Podemos hipotetizar que las retribuciones van de \$3000 como es en radio Tortuga, hasta \$8500 por lo menos, que es lo que corresponde un Salario Social Complementario (SSC) a partir de octubre de 2019 (Marval O’Farrell Mairal, 2019).

En cuanto a la asociatividad sólo 19 (7,06%) trabajadoras/es de 269 afirmaron estar afiliadas/os/es al Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN). Estas/es/os trabajadoras/es son parte del 37,93% de los medios. Las/es/os trabajadoras/es de radio Panamericana (Huerta Grande), Una Radio Muchas Voces (Capilla del Monte) y Tortuga (Alta Gracia) son las/es/os únicas/os que explicitan mantener al día su condición de agremiadas/os/es y participan regularmente de las actividades del gremio. El resto de las/es/os afiliadas/es/os no pudieron especificar si esa sindicalización aún sigue en pie ya

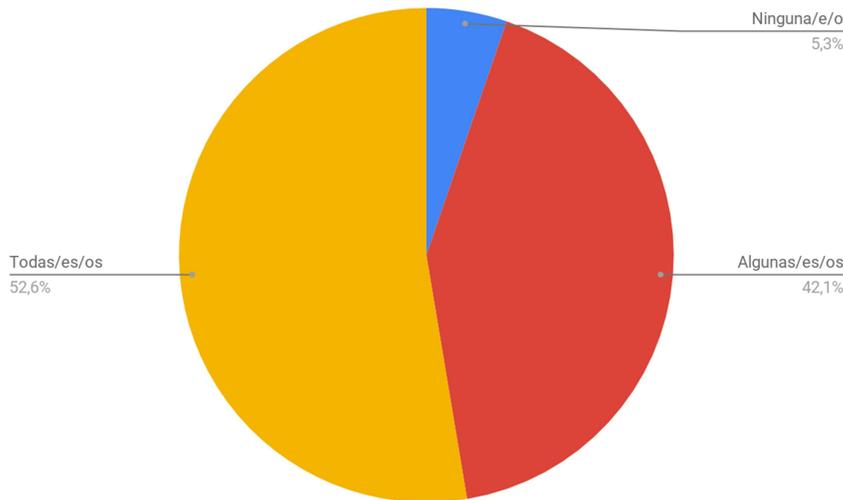
que no continuaron con el pago de las cuotas y no mantienen un vínculo fluido con el gremio.

El número de afiliadas/es/os al CISPREN es de alrededor de 750 trabajadoras/es, de las/es/os cuales 370 (49,33%) está en relación de dependencia y el resto (50,67%) tiene afiliación directa (Mandakovic, comunicación personal, 2019). En la provincia se contabiliza un total aproximado de entre 2500 a 3000 trabajadoras/es (Mandakovic, comunicación personal, 2019). Entonces, las/os/es integrantes de medios CAP representan entre el 8,96% o 10,76% del total de trabajadoras/es de Córdoba. Podríamos afirmar que es un porcentaje significativo en el sector de la prensa y la comunicación, ya que aproximadamente 1 de cada 10 es trabajador/a/e de medio CAP (Segura et. al, 2015).

También relevamos que casi todas/es/os las/es/os agentes tienen otros empleos. Como vemos en el Gráfico 10, en la mayoría de las radios y televisoras todas/es/os sus integrantes tienen otro empleo y en menor medida casi todas/es/os. Solamente en radio Villanos (Villa Carlos paz) ninguna/o/e de sus integrantes tiene otro trabajo (3,33% de los medios CAP). Asimismo, en ciertas emisoras hay integrantes que son jubiladas/es/os, como es el caso de FM Sierras Comechingones (San Pedro).

Gráfico 10

Proporción de medios con diversos niveles de pluriempleo



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

Respecto a la situación legal, sólo quienes conforman Radio Villanos (Villa Carlos Paz) se encuentran en relación de dependencia. Una deficiencia en el relevamiento realizado fue no haber indagado acerca de este aspecto. Según los datos que tenemos, podemos hipotetizar que algunas/os/es trabajadoras/es no se encuentran registradas/os/es en relación de dependencia por su labor en las emisoras, pero si lo pueden estar por sus otros trabajos, como es el caso de quienes son docentes. A la vez que hay integrantes inscriptas/es/os como monotributistas, ya se por su labor en la radio o por otra profesión.

Recursos y experiencias

En cuanto a la competencia de las/es/os agentes, en especial el poder hacer entendido como la capacidad diferenciada de relación (Costa y Mozejko, 2001) nos interesa caracterizar los recursos que poseen.

En primer lugar y como característica principal de las/os/es agentes, es que todas/os/es aquellas/es/os que forman parte del primer anillo son poseedoras/es de los medios de producción, recursos que generan diferente capacidad de acción porque interesan a las/es/os agentes sociales y son escasos (Costa y Mosejko, 2001). Esto quiere decir que son dueñas/os/es de los objetos de trabajo que hacen posible poner a funcionar un medio: transmisor, antena, micrófono, computadora y algunos inclusive del espacio en el que está inserto el estudio de radio o de televisión. Específicamente 11 medios (37,93%) funcionan en un lugar propio, 3 radios (10,34%) en espacios recuperados, 7 (24,13%) tienen un vínculo en comodato con el propietario, 5 (17, 29%) alquilan y 2 (6,89%) utilizan un espacio facilitado por una organización. Otro recurso de este tipo es la licencia para ofrecer servicios de comunicación audiovisual, el 48,27% de las radios, que aglutina el 59,44% de trabajadoras/es, poseen licencia, mientras que el 40,56 % restante no, por lo tanto trabaja en condiciones de ilegalidad forzada. El control diferenciado de estos recursos, que hacen a los/es/as trabajadores/as de medios CAP, constituyen un abanico de limitaciones y posibilidades definidas a su vez por la posición relativa dentro del sistema de relaciones (Costa y Mosejko, 2001).

Los saberes, en tanto recursos de las/es/os agentes, son variados y parten del recorrido histórico por diversas posiciones que realizaron, es decir, sus trayectorias. En 25 medios hay trabajadoras/es que provienen de instituciones universitarias o terciarias (86,20%), con carreras vinculadas al campo de la comunicación como Comunicación Social mayoritariamente (20 medios), Periodismo Deportivo (1 radio), Diseño Gráfico (2

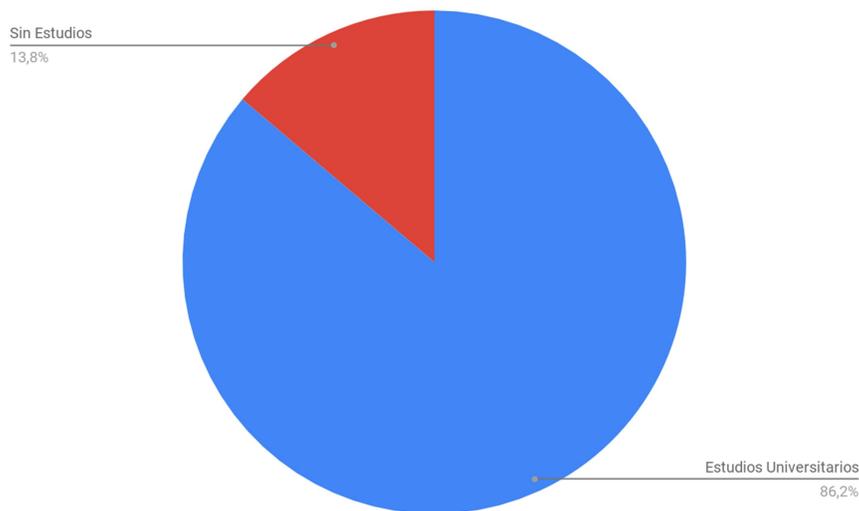
radios), Cine y Televisión (4 medios) y carreras provenientes de otras áreas de conocimiento como Turismo (2 radios), Psicología (2 radios), Ciencias Políticas (1 radio), Trabajo Social (1 radio), Ingeniería (1 radio), Abogacía (1 radio), Contabilidad (1 radio), Administración Pública (1 radio), Veterinarias (1 radio), Gestión Cultural (1 televisora). Además las/os/es agentes ejercen dichas profesiones y en 7 emisoras hay integrantes que son docentes.

En la mayoría de las emisoras comunitarias hay trabajadores/as con conocimientos en comunicación y carreras afines. Además, dentro los saberes que generan diferente capacidad de acción, aquellos en administración, gestión de proyectos, contabilidad y otros relacionados a la ingeniería como operación, producción sonora y reparación de equipamiento son conocimientos escasos. Todos estos constituyen recursos claves para abordar la sostenibilidad de los medios.

En 9 medios hay trayectorias que se desarrollan en el campo de la economía popular: artesanas/os/es (2 radios), pequeñas/os/es productores (2 radios), albañiles (1 radio), trabajadoras/es sociocomunitarias/es (1 radio), amas de casa (1 radio) y changarinas/es (2 radios). En comparación (Gráfico 11 y 12), predominan en los medios las/os/es trabajadoras/es con estudios universitarios, respecto a quienes tienen experiencias en el sector de la economía popular (gráfico 7). Además, en 3 radios hay artistas/es, músicas/os/ques, actrices y actores.

Gráfico 11

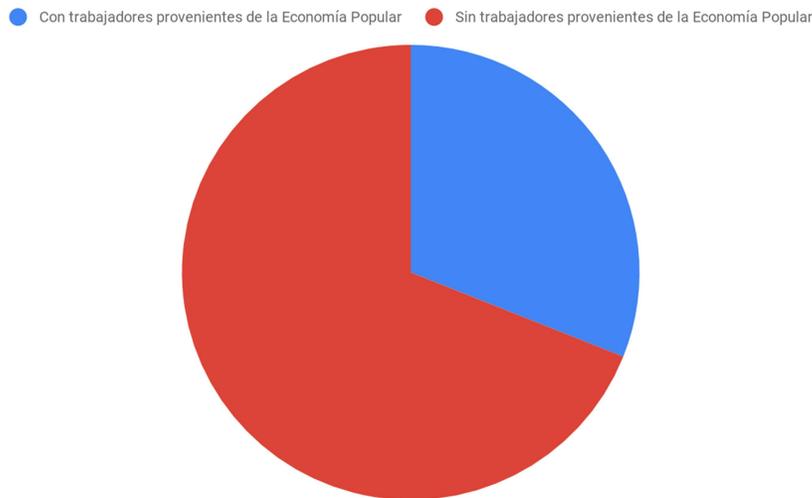
Proporción de medios CAP con trabajadoras/es con estudios universitarios



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

Gráfico 12

Proporción de medios CAP con trabajadoras/es provenientes de otros sectores de la economía popular



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas a integrantes de medios CAP de Córdoba.

En 14 radios y televisoras hay trabajadoras/es que tienen experiencias previas en el campo de la comunicación, ya sea en el sector privado, proyectos autogestivos o en otras radios comunitarias (48,27%). Mientras que en 5 emisoras (17,24%) sus integrantes comenzaron a integrar los espacios sin experiencias previas y fueron ampliando sus competencias a partir de capacitaciones internas (por sus propios compañeras/os/es) o externas brindadas por las redes de medios u organizaciones estatales como la Defensoría del Público.

Además, respecto al recorrido de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP, la mayoría participó activamente de los debates y movilizaciones durante el período de elaboración, discusión y principios de implementación de la LSCA. Algunas/os/es vienen de luchar desde el siglo pasado contra la clandestinidad y la legalidad, algunas/os/es fueron propulsoras/es históricas/os/ques de esa ley y a partir de ella otras/os/es tuvieron como opción la construcción de los medios CAP.

A la vez, la mayoría son militantes también de otros espacios sociales y políticos, algunas/os/es forman parte de asambleas ambientales, centros culturales, organizaciones sociales, organizaciones por el derecho al hábitat y partidos políticos. En 12 medios (41,

37%) hay quienes tienen este tipo de experiencias. Integrantes de Radio Tortuga (Alta Gracia), El Brote (Villa Ciudad Parque Calamuchita), Una Radio Muchas Voces (Capilla del Monte), Roja (Casa Grande) y Nativa (Unquillo) fueron parte de las/os/es candidatas/os/es provenientes de organizaciones comunitarias que participaron en las elecciones de intendentes y concejales en diversas localidades de la provincia en 2019, al finalizar la gestión de Cambiemos en el gobierno nacional.

También, el movimiento de radios comunitarias en América Latina registra estos pasajes de la militancia en las emisoras a la política partidaria que, en algunos casos, los llevaron a ocupar cargos de mucha responsabilidad nacional como Augusto Dos Santos, ex ministro de Comunicaciones durante la presidencia de Fernando Lugo en Paraguay y Rafael Roncagliolo, ministro de Relaciones Exteriores durante el gobierno de Ollanta Humala en Perú (Segura, 2018).

De Una Radio Muchas Voces Federico Fumiato ingresó como concejal de Capilla del Monte, Laura Carizzoni es Directora de Promoción del Empleo y la Economía Social en dicha Municipalidad (La Voz, 2019). Pablo Riveros de radio El Brote fue elegido Jefe Comunal de la Villa Ciudad Parque Calamuchita (TN, 2019). Diego Heredia de radio Tortuga, fue candidato a intendente de Alta Gracia y quedó en tercer lugar entre tres (La Voz, 2019). Juan Martín Cabello de radio Roja quedó en quinto lugar en los comicios de la comuna de Casa Grande (Carlos Paz Vivo, 2019). José Cabrera, de radio Nativa quedó cuarto, entre 6 espacios políticos, en la disputa por la intendencia de Unquillo (OpenCity, 2019).

Participar en espacios institucionales, les permite a las/os/es trabajadoras/es en su conjunto tener sus voces representadas en espacios de decisión y ejecución de políticas públicas. Pero además, quienes se candidatean acarrean el apoyo de organizaciones y/o instituciones civiles de la comunidad con las que articula el medio.

Conformamos un espacio vecinal "Somos Pueblo", la mayoría de los integrantes han tenido algo que ver con la radio. Entonces se constituye este espacio pensando en disputar un espacio de poder a la hora de construir políticas públicas pensadas desde lo comunitario, desde lo social. (Jose Cabrera, Radio Nativa, Unquillo, 2019).

Esas organizaciones de la comunidad son diversas: agrupaciones gremiales, asambleas ambientales, de pueblos originarios y de género, organizaciones territoriales,

comedores, parroquias, bibliotecas populares, centros culturales, centro de jubilados, clubes deportivos, centros vecinales, redes de vecinos y mesas de derechos humanos.

Por último, las áreas o tareas que realizan las/os/es agentes en los medios CAP son: por un lado las que hacen a la producción periodística tales como locución y/o conducción, técnica y/o operación, producción, redes sociales y móvil; por otro lado aquellas que pertenecen al ámbito de la gestión como administración, dirección o coordinación, vinculación con otros actores o medios, tesorería o finanzas, y venta de publicidad; y aquellas que hacen al sostenimiento de la infraestructura, que son mantenimiento y construcción.

En lo que respecta específicamente a la tarea de administración y/o finanzas, en las radios en que hay un/a/e encargado/a/e fijo/a/e de esa tarea, casi siempre son mujeres sus responsables. Asimismo, según lo dicho en el capítulo anterior sobre la distribución sexual del trabajo, podemos advertir una tensión sobre este tema. Una trabajadora de Radio Zumba la Turba relata lo siguiente:

Además, es cierto que hemos tenido un proceso desde el año pasado de recambio, de una...por ahí como está sucediendo en muchas organizaciones esta etapa de repensar cosas, repensar criterios, toda la lucha...lo que se conoce como la marea verde es algo que ha atravesado todas las organizaciones y se han planteado procesos de repensarse, reestructurarse armados y nosotros estamos siendo parte de eso. Y ha habido muchos recambios, y eso ha hecho que, por ahí, cierta estructura que venía funcionando muy bien en la radio haya perdido un poco de solidez y estamos como ahora reconfigurándonos un poco (Cravero Romina, radio Zumba la Turba, Capital, 2019).

En los medios comunitarios se cuelean otras formas de ejercer la profesión desde una perspectiva más igualitaria, y se ponen en disputa las lógicas machistas y la división sexual del trabajo. Esto se debe, como ya mencionamos, al empoderamiento, los modos de agenciamiento y de resistencia de las mujeres y disidencia dentro de esos espacios (Rovetto y Figueroa, 2019).

El trabajo en redes sociales, aparece como nuevo o reciente en estos medios. Las/es/os integrantes de las emisoras lo referencian como una tarea o comisión ya existente o bien como una función ausente, que es necesario desarrollar. En este sentido advertimos

que el uso de las TICS, es un recurso que amplió las posibilidades de las/os/es agentes en la tarea de difusión de su trabajo, pero aun así ha logrado modificar las condiciones de trabajo, incrementando las tareas a realizar. Un claro ejemplo es la necesidad del desarrollo de competencias en producción gráfica para el armado de notas que acompañen alguna producción o fragmento de entrevista radiofónica en la web y en las redes sociales.

Otro punto a caracterizar es el tiempo que le destinan al trabajo. Ningún/a/e trabajador/a/e nos pudo decir exactamente cuánto le dedica en horas a su labor. Por el contrario, relatan que no es algo que puedan contabilizar fácilmente, ya sea porque la tarea misma del comunicador/a/e te exige estar pendiente de los acontecimientos, porque siguen trabajando en sus casas o porque se quedan más tiempo de lo previsto a terminar alguna tarea que quedó incompleta.

Lo veo por el lado de cómo me gusta estar, no lo veo más por el tema de las horas o de lo que nos pagan sino del tema de cómo te gusta la comunicación (...) Si a mí me llaman a las 10 de la noche que tengo que venir y cubrir a algún compañero, yo vengo y no me estoy fijando porque es algo que me gusta (Ponce Mónica, radio Agustín Tosco, Sebastián Elcano, 2019).

Hoy, cuando yo miro hacia atrás, pienso, hasta ese momento yo tenía muchos días libres en mi vida. Libres, ¡mentalmente aunque sea! . ¡Ahora no! En enero hace 9 años que no tengo más un día libre de mente. Porque aunque me vaya de vacaciones a otro lado, estoy pensando: ¿cómo está Inédita?, ¿qué le pasa? ¿qué le falta? ¿qué le sobra?, etcétera. A eso voy con “días libres”, ¿no?, y bueno. Fue en ese momento una apuesta que generó un, niquiera una fuente, era laboral cuando te daba trabajo, pero no necesariamente te daba recursos. Tampoco había sido tan grande la inversión que hicimos los socios que invertimos (Romero Emilse, radio Inédita, Cosquín, 2019)

Es nuestra vida la que se está disputando, la que ponemos en juego, por (...) mientras pongo la pava, también estoy pensando qué puede estar sonando en la radio (...) Ponemos instrumentos, de nuestra propia casa, la mesa, las sillas, la pava eléctrica, los auriculares. Entonces todo eso también cuenta como formas de estar presente y que el proyecto se lleve a cabo (Arancia Julieta, radio Panamericana, Huerta Grande, 2019).

En síntesis, las/os/es agentes sociales se caracterizan por ser un porcentaje significativo sobre el total de trabajadoras/es de la comunicación en la provincia. Gran parte de ellas/os/es se encuentran en la región del centro, específicamente en Capital. Las edades se ubican entre los 20 y 50 años de edad, la mayoría son varones, aunque la brecha entre mujeres y varones es mínima. A partir de las nuevas condiciones de los últimos años en cuanto a la discusión de género, las mujeres de los medios CAP tienen otra posición actual: su participación no queda acotada a columnas de género o programas feministas sino que abordan temáticas variadas. Sin embargo la gestión y administración, tareas que son consideradas una carga por las/os/es integrantes de estos medios por no ser comunicacionales, ni responder a sus capacitaciones e intereses, son tareas realizadas por mujeres en la mayoría de los casos.

Las/os/es trabajadoras/es presentan un bajo grado de asociatividad al CISPREN, aunque siguen la tendencia de baja sindicalización de todos/as/es las/os/es trabajadoras/es del sector. A la hora de pensar eso, hay que tener en cuenta que hay quienes vienen de la economía popular, y un importante porcentaje cobra SSC que la UTEP administra, por lo que podrían sentirse más identificadas/es/os con la UTEP. Casi todas/os/es tienen otro empleo, lo que implica que tengan una fuente de ingreso por fuera de lo que es labor en las radios y televisoras.

A diferencia de otros tipos de trabajadoras/es, estas/os/es poseen los medios de producción para la realización de su trabajo. Tener estudios universitarios implica legitimidad y reconocimiento. Además los estudios en comunicación generan una ventaja para resolver la sostenibilidad en relación a la producción, y quienes tienen conocimientos en administración y gestión generan una ventaja para pensar la sostenibilidad económica e institucional, a partir de las cuales se pueden generar más mejoras en las condiciones laborales de estas/os/es trabajadoras/es.

Ahora bien, estas/os/es agentes, como ya dijimos, gestionan estrategias para mantener o mejorar su situación laboral en tensión con la necesidad de garantizar la sostenibilidad del medio en el que trabajan, estrategias que analizaremos a continuación.

Capítulo 4: Las prácticas socio-históricas de los agentes de medios CAP

Ya desarrollamos las condiciones de posibilidad de las prácticas de las/os/es agentes sociales y realizamos la construcción de sus competencias y trayectorias. En este capítulo nos interesa identificar y describir las estrategias que realizan estas/os/es agentes. Mostramos qué prácticas llevan a cabo tendientes a mantener o mejorar su propia posición como trabajadores/as de medios comunitarios. Analizamos los siguientes aspectos: ingresos y retribuciones por la labor realizada, distribución y organización del trabajo, articulación con otras/os/es trabajadoras/es del sector, vínculo con el Estado, asociatividad en tanto trabajadoras/es de medios comunitarios, alternativos y populares (CAP), paso a la política partidaria local y las condiciones laborales.

Ingresos y retribuciones

El destino de los fondos gestionados por las/os/es trabajadoras/es a lo largo del tiempo es siempre objeto de la tensión entre la sostenibilidad de los medios CAP en relación a la sostenibilidad de la fuerza laboral. Dicha tensión se ubica entre destinar los fondos gestionados a gastos fijos de la emisora en detrimento del pago de sus retribuciones. No sólo del pago de una retribución sino que esa retribución sea acorde a las horas y trabajo realizado y se garanticen a la vez los aportes previsionales y de seguridad social correspondientes. En ese marco, las situaciones de trabajadoras/es que reciben retribuciones son muy variadas.

Para asegurarse los ingresos hay que tener en cuenta las fuentes históricas de financiamiento del medio que gestionaron las/es/os agentes y los vínculos estratégicos que construyeron con organizaciones como la Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP). Recordemos que dentro de las fuentes históricas más utilizadas se destaca la publicidad privada, el Fondo de Fomento Concursable (FOMECA) y el Salarios Sociales Complementarios (SSC) por emisora.

Tanto los FOMECA^s y los SSC²⁴ han sido muy importantes para garantizar la cobertura de retribuciones, planificar la organización de tareas, y por ende, mejorar las condiciones de trabajo. Esto quiere decir que, si las/os/es trabajadoras/es saben que ingresará un determinado monto de dinero cada cierto tiempo, podrán programar si pueden

²⁴ Como dijimos en el capítulo 2, el SSC se encuentra bajo la órbita del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, el monto responde al 50% del Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVM), por lo tanto su valor a partir de octubre de 2019 fue de \$8500.

distribuir más equitativamente las tareas y las retribuciones, agregar nuevas tareas o sumar compañera/os/es al medio. Una de las integrantes de Una Radio Muchas Voces establece: “Los FOMECA lo que más nos permiten es poder pagar el trabajo de los que hacen comunicación, no tenés tantos proyectos estatales que permitan pagar honorarios” (Carizzoni Laura, Capilla del Monte, 2019).

La obtención del SSC se debe a un estrategia de vinculación de las/os/es trabajadoras/es de manera directa con la UTEP o a través del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) que tiene un convenio con la UTEP. Hay integrantes de 10 (34,48%) medios que reciben el SSC a través de organizaciones que conforman la UTEP (Encuentro de Organizaciones, Movimiento Evita, Mutual Carlos Mujica y Movimiento Campesino de Córdoba), 5 (17,24%) por FARCO y 2 (6,89%) que reciben a través de su vinculación con ambos.

Los salarios, para nosotros, fueron algo clave porque debe haber cerca de 15 o 20 compañeros que están con algún grado de ingreso a partir de los salarios, como un piso. En muchos casos son los operadores u operadoras, o locutoras o locutores que hacen locución en la radio, o productores (Farias Mario, radio Sur, Capital, 2019).

Si no estuvieran los salarios sociales estaríamos en un gran déficit, porque la radio está como cubriendo los gastos de luz, alquiler, reparaciones, teléfono, internet, esas cosas y la cooperativa no está generando la cantidad de plata para pagarle a todos. Como hay algunos que no tienen salario²⁵ asegurado por vía Ministerio, eso está permitiendo que haya algunos que están en la diaria y puedan estar cobrando igual y no se hayan ido. (Agustín Fontaine, Una Radio Muchas Voces, Capilla del Monte, 2019).

Aún así, ni los FOMECAs por sí solos, ni los SSC garantizan siempre las retribuciones. Si bien colaboraron en mejorar la situación laboral, por lo general las retribuciones son posibles a partir de la conjunción de FOMECAs, SSC, pautas oficiales (nacionales, provinciales, municipales), programas de trabajo provinciales, publicidad privada y aportes de organizaciones.

²⁵ Hace referencia al SSC.

La gestión de programas²⁶ de empleo, otorgados por el Ministerio de Promoción del Empleo y de la Economía Familiar (MPEEF) de la provincia, son otra estrategia para poder realizar el pago de la retribución de alguna/o/e compañera/o/e o sumar alguien al equipo de trabajo con la posibilidad de estar rentado. Las emisoras que han tuvieron acceso a planes durante el 2019 son 4. Asegurar estos ingresos es una estrategia por parte de las/os/es trabajadoras/es. Para ello deben acudir a la personería jurídica de organizaciones cercanas u organizaciones madres que poseen algún empleada/o/e registrada/o/e en relación de dependencia. Esto es una condición necesaria para acceder a cualquiera de los programas de empleo.

Reconocemos tres estrategias para el cobro o no de retribuciones: que no cobre ningún/a/e trabajador/a/e de la emisora, que sólo cobren algunas/os/es, y que cobren todas/os/es. En 2 de las 4 radios en las que nadie percibe una retribución, las/os/es trabajadoras/es decidieron no cobrar.

Nosotros presentamos por FOMECAs del programa semanal, pero como ninguna de nosotras cobra, invertimos esa plata en comprar el terreno, hacer la radio. Acá son muy accesibles los terrenos, es impensable hacer esto en otro lugar. Además de las juntadas de guita por otros medios, cambiamos la plata de los FOMECAS para terreno (Solicitó no ser identificada/o/e).

Afirman que nunca les interesó cobrar y que lo realizan como una actividad extra laburo, que quizás lo podrían considerar más adelante. En Zumba La Turba (Capital) contaron: “En esta radio no hay trabajo remunerado, es trabajo militante. Es la situación en la que estamos hoy. Eso no quita que a futuro pueden pasar otras cosas, pero son nuestras condiciones hoy, actuales” (Cravero Romina, Capital, 2019).

Las/os/es trabajadoras/es de esta radio tuvieron la oportunidad de recibir SSC pero no los han aceptado hasta el momento:

No lo aceptamos porque no era tampoco algo que se ajustaba a nuestra realidad. En general, por un lado porque ahí sí nos parecería, bueno, no sé. Es un tema. Ahí sí creo que sería un poco más precarizante, asumir esas condiciones, ¿no? Si nosotros pretendiéramos remunerar. No sé, la verdad no tengo una respuesta respecto a eso.

²⁶ Como mencionamos en el capítulo 2, los programas de empleo gestionados son: Plan Primer Paso (PPP), Plan Primer paso Aprendiz, Plan por MÍ y Plan de Inserción Laboral para Adultos Varones (PILA).

Pero tampoco se ajustaba a nuestra realidad porque la mayoría tenemos laburos y no podríamos acceder a un salario social. Tenés que estar absolutamente fuera del sistema, no tenés que tener ni obra social. (Cravero Romina, radio Zumba La Turba, Capital, 2019).

Esta última radio ganó un FOMECA para Gestión el año pasado, aún no ejecutaron pero esto podría tensionar aún más la postura acerca del pago de retribuciones o no.

Para gestión, la línea de gestión y justamente estamos en este momento en discutir bien qué vamos a hacer con eso. Porque de pronto para lo que es una radio alternativa es un ingreso de dinero bastante importante y bueno, tenemos que ver bien cómo empezamos. (Cravero Romina, radio Zumba La Turba, Capital, 2019).

Radio Roja (Casa Grande) no puede presentarse a FOMECAs porque el objeto social de su personería jurídica no contempla la comunicación, e intentaron gestionar SSC pero no pudieron. A la vez, afirman no tener un esquema de financiamiento sólido:

Tenemos 2, tenemos 3 publicidades, tenemos una que no la paga nunca y las otras dos, hay una que paga, no sé, \$100 por mes y el otro paga cuando quiere. Entonces como que no es un medio de sostén para financiar la radio. Cuando no alcanza ponemos la plata (...). Se financia con plata nuestra pero no tenemos un método, no hay un sistema. Hemos hecho fiestas en algún momento, ahora hace rato que no hacemos nada. (Juan Martín Cabello, Casa Grande, 2019).

En la radio FM Sierras Comechingones (San Pedro) ninguna/o/e de las/os/es trabajadoras/es percibe remuneración a excepción de un operador esporádicamente. Aún así incluimos a esta radio dentro de aquellas que no destinan fondos para el pago de retribuciones, ya que quien cobra participa en el medio con una función particular (nivel 2) y no de su sostenimiento diario. Recordemos que las/los/les trabajadoras/es de primer nivel son quienes aseguran y garantizan el funcionamiento diario del medio, cobre o no por su remuneración. Lo que diferencia a un/a/e trabajador/o/e del primer nivel de las/los/les del segundo nivel es la modalidad de participación.

Sí acordamos que si alguien quiere hacer un programa no tiene que poner dinero pero sí le pedimos que aporte de dos publicidades. Una de esas es para el sostenimiento del medio. Por ejemplo, en el verano tuvimos un problema técnico

que nos llevó \$10000. Y la otra (publicidad) para quien haga esa hora de operación (Merollas Pablo, radio FM Sierras Comechingones, San Pedro, 2019).

Por otro lado, los casos de emisoras donde todos las/os/es trabajadoras/es cobran remuneración, son siete (24,13%). Las/os/es trabajadoras/es han realizado distintas estrategias para garantizar esta situación.

Los/las/les integrantes de Radio Villanos (Villa Carlos Paz) tiene la particularidad de no tener que preocuparse por la sostenibilidad económica del medio, ni por la de sus puestos de trabajo, sólo abocarse a la producción y a la sostenibilidad social. Las/os/es trabajadoras/es están en relación de dependencia ya que provienen de La Coppi²⁷, cooperativa en la cual se encuentra inserta la radio.

Tenemos garantizado una banca en términos de salarios de la cooperativa por ser un proyecto de la cooperativa. (Esto es) lo que nos permitía jugar de entrada fuerte, no sólo con equipamiento sino de poder definir sin condicionantes, sin presiones, sin censura, simplemente eligiendo a dónde queremos ir, el modelo de radio que queríamos. Porque tenemos resuelto el tema de lo económico al menos lo salarial y lo que se necesita en términos económicos para funcionar, no solamente los equipos, si no también para los servicios, costo de la energía, teléfono y demás. (Boido Jorge, radio Villanos, Villa Carlos Paz, 2019).

Otra/os/es trabajadoras/es calculan el valor de hora de trabajo y cobran determinada cantidad de horas, no todas las que realmente realizan. Esta es una estrategia posibilitadora de que todos reciban una retribución por el trabajo realizado.

E1: nosotros si metemos un FOMECA (...) pagamos las horas que están pautadas. Pero después todo lo que entra lo metemos al fondo y se pagan las horas (...). Lo que se hace es tener un costo de la hora de trabajo. (...) Nosotros (quienes asistieron a la entrevista) no tenemos salario social porque tenemos monotributo y a otras personas les pasa lo mismo. Las necesitamos en la radio pero no podemos recibir salario social. Entonces todos hacen un aporte del salario social, cobran sus horas y el resto lo aportan para que paguemos otras horas de quienes no están recibiendo

²⁷ Cooperativa Integral Regional de Provisión de Servicios Públicos, Vivienda y Consumo Limitada.

salario. Entonces con eso hemos logrado un fondo que paga horas, no es que yo tengo mi salario y él el de él tratamos de que todos cobren lo mismo.

E2: Si pudiéramos todas las horas que le dedicamos a la cooperativa estaríamos cobrando \$50 la hora. (Solicitaron no ser identificados/as/es).

Algunas/os/es trabajadoras/es que reciben SSC llegan al acuerdo de aportar con ese ingreso al salario de otras/os/es compañeras/os/es. Por ejemplo el caso antes mencionado o cuando aportan porcentajes estimados para el pago de gastos de la radio o mejoras edilicias. A la vez, esos cambios edilicios mejoran el ámbito laboral de las/os/es integrantes.

Hemos logrado en los últimos meses poder llegar a la luz y al internet, pero también tenemos financiamiento propio que son aportes que vamos dando entre los compañeros. (...) (A) los compañeros (que) tengan salarios sociales o becas se les pide un aporte para sostener, es un pequeño porcentaje que va a parar al fondo de la radio, discutimos y hay un mínimo aporte (Solicitó no ser identificado/a/e).

Por último, cabe destacar la estrategia de las/es/os trabajadoras/es que definieron que sólo algunas/os/es reciban remuneraciones. Este es el caso más representativo del sector. Si bien estas/os/es agentes llevan adelante prácticas similares a las nombradas anteriormente, lo interesante es bajo qué criterios deciden priorizar el pago de unas/os/es trabajadoras/es y no el de otras/os/es. Por lo general, priorizan rentar a quienes son operadoras/es, locutoras/es y a quienes producen los programas matinales o institucionales de la radio, es decir, aquellas/os/es programas que las/os/es integrantes consideran centrales en sus propuestas de programación. En varios casos, entre las/es/os que cobran una remuneración no sólo se contempla a las/os/es trabajadoras/es del primer nivel, sino también aquellas/es/os del segundo nivel. En radio Nexo (Villa Allende), por ejemplo: las/os/es que cobran son “los que están de lunes a viernes y los que hacen móviles o columnas, no. Los que vienen todos los días con función fija sí, desde la página web, operador de la noche, aire” (Viurli Daniela, 2019).

En su momento tuvimos que recurrir a que una persona estuviera todos los días sosteniendo el programa porque de otra forma no lo podíamos hacer (...), entonces decidimos colectivamente que durante un tiempo se le pague a una persona para que esté todos los días, que lo lleve adelante al programa. Eso lo decidimos en base al

recurso que tenés y las necesidades (Cherchyk Diego, radio El Grito, Los Hornillos, 2019).

Es variable. Los que hacen su programa le pagan un billete al operador, estimando el valor de la hora de operación, pero no está organizado, es de hecho por historia que lo van resolviendo así. Hay una cuestión generacional, no solo por edad sino por resolución económica. Se dedican a otra cosa y disfrutan mucho de aportar a la construcción de la radio y le dan (dinero) a este operador histórico. Después, vía CTEP (Confederación de Trabajadores de la Economía Popular), Movimiento Campesino de Córdoba, INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria)²⁸ y demás se ha accedido a algún salario social. Y hay menores de edad, entonces se consiguieron programas provinciales de PPP (Plan Primer Paso), Aprendiz, PILA (Plan de Inserción Laboral para Adultos Mayores), porque a través de los papeles de asociación civil del club (Club Atlético Central Norte Argentino) son posibles (...). Pero vos con esos ingresos emparchás. Tiene un salario uno de los pibes que va a cerrar la radio, entonces tiene el compromiso de ir todos los días porque está recibiendo un mango, son tareas claves y hacen al sostenimiento cotidiano. Hay gente que también pone plata de su bolsillo. Cuando hay que pagar la luz son uno o dos los que hacen la diferencia que tienen sus ingresos, su posibilidad económica y asumen que es así. Es medio despajeo porque no se ponen las cuentas sobre la mesa. Son esos ingresos, pero se caen, se terminan, se reflotan, no tenés constancia. Lo más constante es la venta de publicidad que sirve para cubrir la cuenta de la luz (Violeta Collado, Central Ferroviaria, Cruz del Eje, 2019).

Otro criterio es priorizar el pago de retribuciones a quienes no tienen otro ingreso. Por el contrario, quienes tienen otros trabajos aportan su labor a la radio sin retribución de por medio. Un ejemplo de esto es radio Inédita de Cosquín: allí sólo cobran dos personas que no tienen otro ingreso por fuera de la radio. A la vez, en esta radio, todas/os/es las/os/es integrantes son monotributistas y el medio sólo abona los impuestos y aportes correspondientes al monotributo de esos dos trabajadoras/es, el resto lo abona de su bolsillo.

²⁸ Hace referencia al SSC otorgado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Hasta el momento no encontramos fuentes que establezcan que el INTA gestione estos salarios.

Y hay un factor que es fundamental que es el motivo por el que se fueron compañeros de esta emisora y pasa en otros lugares y de la misma cooperativa. Es que las puertas están abiertas para el que se quiera quedar y el que se tiene que ir porque tiene que pagar la olla tiene que irse, es una realidad. Yo tengo más años laburando como profe que en la radio, mi límite es tener que sacar plata de mi bolsillo para sostener la radio, mi límite y el de mi familia. Por eso puedo seguir estando y haciendo todo lo que hago pero hay gente que no tiene esa posibilidad y lo charlamos con los mismos compañeros. Si sale una posibilidad laboral de otra cosa, no importa que te vayas a trabajar a una ferretería, lo que importa es que la ferretería te pague un sueldo que te sirva para poder mantenerte. Y bueno, se duerme el sueño de los justos, de lo periodístico, lo radial, musical o lo que sea, hasta que puedas vivir de eso o hasta que algún día pueda ser equilibrado (Romero Emilse, radio Inédita, Cosquín, 2019).

Condiciones laborales

Las/os/es trabajadoras/es buscan mejorar no sólo el medio en sí como espacio de expresión, sino también el espacio laboral y cubrir insumos básicos necesarios a la hora de trabajar allí. Las prácticas para conseguir recursos para eso son variadas. Una estrategia central es la presentación a FOMECAs y otros financiamientos del Estado como la pauta oficial para mejorar el equipamiento y la infraestructura. Por ejemplo, uno de los FOMECAs obtenido por radio La Ronda, sus trabajadores lo destinan a eso:

Entonces, como que eso lo fuimos acomodando un poco pero nos sirvió muchísimo para tener ese respiro de decir “bueno, hay plata, trabajemos tranquilos, pensemos bien la radio que queremos porque tenemos ese colchoncito” (...) Pudimos renovar todo el estudio. O renovamos la parte del operador, era imposible pensarlo si no teníamos un fuerte ingreso de dinero que pudiéramos destinarlo a eso. Si renovábamos no cobrábamos dos meses de sueldo (Federico Boscatto, Colonia Caroya, 2019).

A la vez, como dijimos anteriormente, algunas/os/es trabajadoras/es que reciben SSC destinan un porcentaje a un fondo común del medio para mejorar el espacio laboral. En cuanto a los insumos (café, criollos, yerba, azúcar y papel higiénico) algunas/os/es integrantes aportan de su bolsillo para garantizarlos, mientras otras/os/es destinan fondos de

la emisora para ello. Ante la pregunta por el destino de los fondos, integrantes de La Quinta Para nos comentan:

Si, a gastos corrientes. Como te decía recién del Locrazo, eso lo destinamos a pagar luz, gas, internet. También a los equipos, sobre todo en el caso nuestro, de la radio y hay que ir renovándolos, se rompen cables, hay que arreglar parlantes, arreglar consolas, etcétera. Lo destinamos bastante a eso también. Tratamos, en la medida de lo posible, tener un fondo como para qué se yo...nos juntamos acá a la mañana a laburar, ir a comprar criollos, tenés algo para comer, tenés yerba para el mate, cosas así mínimas (Luis Parodi, Capital, 2019).

La incorporación de herramienta más funcionales también es una estrategias para la mejora de las condiciones laborales, por ejemplo:

Tenemos un operador que tiene problemas físicos y la silla de operadores lo mata, entonces que esa guita que estaba destinada a honorarios por lo subsidios, (lo usamos para) poder comprar una silla en la que pueda estar mejor. O los brazos de los micrófonos. (Gaviña Facundo, radio Garabato, San Marcos, 2019).

Distribución y organización del trabajo

A la hora de identificar estrategias sobre las formas de trabajo, tenemos tanto los procesos de toma de decisiones como la organización de funciones. En cuanto a lo primero, las/os/es trabajadoras/es discuten colectivamente cómo se distribuyen los salarios y en base a qué tareas. Esto se hace en los equipos o mesas de gestión. Específicamente las/os/es trabajadoras/es de radio Tortuga (Alta Gracia), muestran un cambio a lo largo del tiempo: mientras que en un momento el encargado de las finanzas definía cuánto cobraba cada una/o/e, ahora la nueva encargada de finanzas lleva una propuesta a la mesa de gestión.

Eso se plantea más que nada en que al fin y al cabo yo soy la que toma las decisiones de la plata. Pero, como digo, todo esto se toma súper horizontalmente y esto no fue siempre así. Cuando yo entré a la cooperativa, el tesorero venía y decía cosas como "bueno, hoy vos cobrás la mitad, vos no cobras, vos cobras entero" y cosas por el estilo, y son cosas que yo jamás haría sino que todo se plantea como bueno "chicos este mes estamos para atrás, les parece que cobremos todos la mitad o todos lo que se pueda o todos un poco tarde". Ese tipo de cosas nunca unilateralmente. (D'Ambra Nuria, Alta Gracia, 2019).

De la misma manera pasa con los modos de organización. Estos varían en cada radio, pero todas/os/es plantean que buscan mantener el espíritu de la gestión colectiva. En términos objetivos, las/es/os trabajadoras/es se organizan a partir de la división de tareas. Los roles se asignan de acuerdo a la competencia y comodidad de quien los encarnan. De todas maneras, esos roles no son rígidos, sino que hay co-responsabilidad por las tareas a realizar, lo que algunas veces deriva en ser trabajadoras/es multifunción.

Podemos hipotetizar que tender a organizarse de manera colectiva y distribuir las tareas de la forma en que lo hacen, implica flexibilidad en el trabajo y solidaridad entre pares, cuestiones que hacen al espacio laboral agradable. Por ejemplo, si una/e/o no pudiera realizar una determinada función por alguna justificación personal y de salud, la co-responsabilidad de tareas permitiría crear una forma de trabajo más solidaria entre compañeras/es/os.

Vinculación con otras/os/es actores

Las/os/es trabajadoras/es, a través de su articulación con integrantes de otros medios o de su integración en redes de medios mejoran sus condiciones laborales. Esta estrategia les permite, entre otras cosas, acceder a capacitaciones ya sea las centralizadas por las redes de medios o las que realizan otras/os/es trabajadoras/es de otras emisoras comunitarias. Por ejemplo, las/os/es trabajadoras/es de las radios Rimbombante (Capital) y Libre (Capital), nombran a radio Sur (Capital) y La Ranchada (Capital) a la hora de especificar quiénes les han dado capacitaciones. La formación que brindan las redes y los medios, sirven sobre todo a aquellas/os/es trabajadoras/es que no provienen de experiencias de comunicación.

FARCO, cosa que nos hizo muy bien, nos formó como comunicadores, como militantes, nos abrió un montón de puertas ser partes de FARCO porque tenemos capacitaciones a la hora de armar FOMECAS, a la hora de hacer reclamos ante la justicia por cualquier cosa; es una red muy importante porque ampara a todos sus socios. (Calchaquí Nahuel, radio Local Paravachasca, Anisacate, 2019).

Las relaciones que tienen las/os/es agentes sociales con el Estado, que buscan favorecer sus condiciones laborales, son: 1) capacitaciones a partir de organismos como la Defensoría del Público y el INTA (Programa “Sembrando Palabras, Cosechando Derechos”); 2) búsqueda y obtención de recursos monetarios, a través de subsidios, fondos de fomento, SSC, para el pago de retribuciones y mejoramiento de las herramientas de

trabajo; 3) y durante el 2019 se mantuvo un vínculo de confrontación con el Estado nacional dado por la demanda del pago en tiempo y forma de FOMECAs, fuente de ingreso que muchas veces cubre parte de lo que cobran las/es/os trabajadoras/es.

Asociatividad

Identificamos que las/os/es trabajadoras/es, en tanto tales, están asociadas/os/es a la UTEP y al CISPREN (Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación).

El vínculo establecido con la UTEP es importante porque llevó a plantear la discusión sobre el reconocimiento o no como trabajadoras/es a las/os/es integrantes de los medios CAP e, inclusive, si se perciben como trabajadoras/es de la economía popular o no.

En la asamblea de 2017 en Santa Fé, FARCO trajo el tema para ver cómo estaba. Qué estaba sucediendo con la identidad del trabajador en las radio comunitarias, un poco porque empezaban los diálogos con CTEP. Empezaron a ver cómo podían hacer con el tema de los salarios complementarios. Empezaron las conversaciones con CTEP y trajeron esta cuestión de la identidad del trabajador de la comunicación comunitaria que en algunas radios sucede que lo tienen recontra asimilado, ya se autoperciben y en otros es una identidad en construcción esto de yo soy trabajador, no solamente hago comunicación popular sino que me empodero con todo lo que representa esa entidad y por eso luchamos por un reconocimiento, por tener todos los reconocimientos que te da el Estado cuando te reconoce como trabajador (Hugo Victor, radio El Brote, Villa Ciudad Parque Calamuchita, 2019).

Nosotros desde un principio, pero no tan firmemente. La CTEP se fue construyendo con el tiempo, está desde antes de Macri desde el 2011, pero no tenía la relevancia que tiene ahora. Cobra fuerza cuando acumulan más organizaciones y fuerza y más recursos. Ahí se les empieza a reconocer a los trabajadores como trabajadores de la economía popular, y el Estado genera estos que son los salarios sociales. Y nosotros tenemos la posibilidad de brindarles algo más a los compañeros, que es el salario, como complemento por el trabajo que hacen. Y eso nos permitía además de militar acceder a un ingreso por el laburo que hacés. Y ahí empezamos a reconsiderar lo que hacíamos como un trabajo. Por eso, denominamos a lo nuestro como trabajo popular porque la radio pasa a ser un trabajo, el tiempo que vos le pones a la radio es un trabajo, lo mismo que las compañeras que después empezaron a abrir los

merenderos, es un trabajo, trabajo comunitario que viene respaldado por ingreso (Villalva Juan José, radio Pueblo, Deán Funes, 2019).

Incluso, con el objetivo de que el Movimiento Campesino de Córdoba destine SSC a este sector de medios, como plantea un integrante de Radio Panamericana (Huerta Grande), desde los medios comunitarios “se hizo entender a la gente del movimiento campesino que nuestro trabajo de comunicación era territorial y que medios como el nuestro son los que, justamente, están trabajando en la misma sintonía y por dentro de lo que era ese laburo”(Incolla, Martín, 2019). De esta manera, relatan:

Entraron algunos salarios sociales, que también incluían un proyecto de laburo con el movimiento campesino así que empezó todo un sistema de laburo en un campo, en La Cumbre, en Balata. O sea, eran nuestras horas de laburo acá en la radio más unas horas convenidas en estar allá, así que se distanciaba también de tan solo lo que hacíamos acá. (Incolla Martín, radio Panamericana, Huerta Grande, 2019).

Por otro lado, como ya mencionamos, el único gremio al que las/os/es agentes refieren que aglutine a trabajadoras/es de la comunicación es el CISPREN. Las/os/es trabajadoras/es no manifiestan tener vínculos con otros gremios que aglutinen a ese tipo de sujeto, como el Sindicatos de las Nuevas Tecnologías (SATSAID) o la Sociedad Argentina de Locutores (SAL).

En el capítulo 3, explicitamos que sólo 19 (7,06%) integrantes de medios CAP están afiliadas/os/es al gremio. Si bien forman parte del 37,93% de las emisoras, el asociarse o no, es una práctica individual de cada sujeto/a/e y no del conjunto. En ningún medio están afiliadas/os/es todas/os/es sus integrantes. Como dijimos en el capítulo 2, la afiliación al CISPREN tiene como punto de partida la incorporación de las/os/es trabajadoras/es autogestionadas/os/es a partir de la modificación de su estatuto.

En algún momento yo fui afiliado al CISPREN, cuando el CISPREN abrió, hace unos cuantos años atrás, (...) a los que estábamos en las radios comunitarias, la posibilidad de que fuéramos afiliados, y te daban obra social y podíamos tener los aportes ahí. (Galan Marco, radio La Ranchada, Capital, 2019).

Hay trabajadoras/es/es que remarcan una voluntad de participación activa en el gremio y otras/os/es que no. Dentro de las/os/es primeras/es/os, las/os/es trabajadoras/es de

Una Radio Muchas Voces (Capilla del Monte), discutieron con el gremio su inclusión como trabajadores de la comunicación popular.

Yo entré en el 2014, en el 2013. (...) De ahí junto con otros compañeros de los comunitario fuimos a plantear cambios, fuimos a plantear que era obsoleto lo que se estaba trabajando, sin desmerecer, obviamente con enorme respeto porque había una gran cantidad de gente que estaba tratando de abrir el CISPREN a eso. Nosotros fuimos más como representantes sindicales de algo que no tenía lugar que eran los trabajadores autogestionados. Las veces que hemos ido, hemos ido a plantear ese debate: la incorporación del trabajador autogestionado, la incorporación de la lucha de nuestra paritaria que son los FOMECAs, por las licencias. Fuimos planteando cosas muy concretas que no estaban contempladas. (...) Para el estatuto no regimos (...) porque somos dueños de nuestro propio trabajo (Fumiato, Federico, radio Una Radio Muchas Voces, Capilla del Monte, 2019).

Quienes muestran interés y son del interior, afirman que no pueden participar por el tiempo que conlleva viajar hasta Córdoba Capital. Ante esto, siempre estuvo la iniciativa del gremio y de las/os/es trabajadoras/es de armar las delegaciones de Punilla, Carlos Paz y Traslasierra.

Lo que pasa es que para los que vivimos en esta parte, estamos re cerca, son 60 km, pero la realidad, lo cotidiano, la cosa de todos los días te lleva a que si te dicen reunión del CISPREN a las cuatro de la tarde el martes, no, no se puede. Y hoy con lo que vale el transporte, olvídalo. En el momento en el que se trabajó la conformación del CISPREN en Punilla (...) nos frecuentábamos con los compañeros de otros medios autogestionados pero es un tema complejo pensar. CISPREN no tiene mucha representación entre los privados acá, ya es un tema. Falta darle una vuelta, terminar de trabajar. (Romero Emilse, radio Inédita, Cosquín, 2019).

Frente a la diversidad de espacios articuladores y la dificultad de poder poner en pie y sostener esos espacios, los trabajadores priorizan en qué espacios participar según las ventajas que les proveen:

Y es el cuerpo mismo del compañere que está en esa y en otras 200 que son igual de importantes porque sostener el proyecto político abarca todas las dimensiones. Entonces también llegamos a punto de elegir prioridades. Él priorizó esto y soltó el

Recorre. Yo quedé sólo reportando en FARCO por una decisión política de estrategia porque no teníamos...siempre miramos a FARCO como nuestro paragüitas hasta la legalidad y porque consideramos que son los grandes maestros de la comunicación de los cuales podemos aprender muchísimo en esto de la comunicación comunitaria como red. (Ozán Carolina, radio El Brote, Villa Ciudad Parque Calamuchita, 2019).

Las/os/es integrantes de medios comunitarios, independientemente de estar afiladas/os/es o no, suelen recurrir al CISPREN ante eventuales clausuras (radio El Grito), decomisos, interferencias (radio Libre) o intimidaciones por su labor profesional (radio Nexo). En esos momentos, el CISPREN las/os/es asesoró y acompañó, especialmente en términos legales.

El acompañamiento del CISPREN se caracteriza por ser un apoyo político en situaciones puntuales, que por lo general atañe a la defensa de la libertad de expresión y la pluralidad de voces, realizando de esta manera un comunicado en el que se manifiesta la posición de apoyo del gremio. Es así como relatan el vínculo las/os/es integrantes de radio Nexo (Villa Allende), quienes sufrieron amenazas ante su cobertura a los juicios a la dictadura militar en Córdoba. En esta oportunidad el gremio escribió una circular en repudio de la situación y manifestando solidaridad con las/os/es trabajadoras/es. También se puede destacar la situación de radio El Grito (Los Hornillos): “A raíz de la clausura, hemos tenido contacto con Mariana (Mandakovic, Secretaria General del CISPREN), estuvimos hablando personalmente con ella y se puso a disposición nuestra pero no pasó nada, no es que hubo un vínculo formal con el CISPREN” (Cherchyk Diego, 2019).

Algunas/os/as trabajadoras/es asisten a los congresos organizados por el gremio. Específicamente integrantes de radio Tortuga (Alta Gracia), Panamericana (Huerta Grande), Una Radio Muchas Voces (Capilla del Monte) y FM Sierras Comechingones (San Pedro) participaron en el último Congreso de Trabajadorxs de Prensa y Autogestionadxs llevado a cabo en Villa Dolores en noviembre de 2019. También las/os/es miembras/os/es de medios aglutinados por FARCO, utilizan el sindicato como lugar de encuentro y, como el caso de La Quinta Pata, hay compañeras que trabajan en el Centro de Documentación.

Respecto al Estatuto del Periodista Profesional, sólo en 7 medios hay trabajadoras/es que lo conocen y la mayoría es porque lo han trabajado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación cuando eran estudiantes. Para ellas/os/es, no significa una

herramienta que puedan utilizar, lo caracterizan como obsoleto y no se sienten contemplados por el mismo.

No lo conozco de lado y vuelta, lo he leído (...). Me dio una sensación de obsolescencia, pero me pasa con todas las instituciones con las que participó como empleado público, me parece que no se adecuan a los tiempos que corren. Pero no sé si será viejo, ni nuevo. Cuándo fue el último cambio? (Daga, Pablo, radio Lu-k, Marcos Juárez, 2019)

El Estatuto del Periodista no es algo solamente desconocido sino que con los años ni los laburantes de TELAM lo usan. Me suena como a una pieza de museo. No lo pongo en discusión yo, sino que lo pusieron en una vitrina. Ante la injusticia de no cuidar las fuentes de laburo, lo que hacen los espacios de comunicación comunitaria es hacer una construcción propia de eso, y la defensa del derecho a la comunicación de la comunidad. El fin es superior en un sentido, estamos hablando no de derecho al trabajo individual sino el derecho a la comunicación de una comunidad, y quién lo garantiza los trabajadores de la comunicación comunitaria, no importa de qué viven. Casi todos vivimos de otra cosa (Collado, Violeta radio Central Ferroviaria, Cruz del Eje, 2019).

Autodefinición

Dentro de nuestro enfoque, los discursos también son prácticas que se comprenden y explican del mismo modo que las demás prácticas sociales. Es así que, las/os/es integrantes de los medios CAP, durante las entrevistas, se autodefinen de diferentes maneras, incluso en una misma emisora. En 25 (86,20%) medios hay agentes que se nombraron como “militantes”, la definición más recurrente. Conciben su trabajo desde la militancia, mucho de ellas/os tienen también recorridos en ámbitos partidarias o sociales. Esa militancia tiene como objetivo la transformación social, y algunas especifican como fin la defensa de la comunicación como un derecho humano:

Creo más en la militancia que en el oficio con un sueldo, la verdad es que no estoy acá por la retribución, básicamente porque es muy simbólica. Creo que sí, estar en un medio comunitario es importante porque es una herramienta para la transformación social, entonces, de ese lado, personalmente, me da una satisfacción

saber que estoy haciendo algo para la comunidad. (Sanchez, Leandro, radio Tortuga, Alta Gracia, 2019)

En segundo lugar, la concepción de “trabajador/a/e” fue nombrada en 13 (44,85%) emisoras. Pensarse así viene de la mano de dimensionar el tiempo dedicado a la construcción de esos espacios y proyectase allí. En algunos casos esta noción está ligada a la percepción de una retribución por el trabajo realizado y en otros casos no:

Y este año nos empezamos a definir más como trabajadores, en el sentido de que che, si queremos realmente mantener esto y sostenerlo en el tiempo nos vamos a tener que dignificar como trabajadores, en el sentido desde que, decir bueno este año cobramos un poquito más de sueldo porque sino no podemos hacer...es un laburo que además de la presencia física, todo lo otro que implica, ponerle la cabeza desde tu casa, te va a terminar desgastando, te vas a terminar cansando y si ves que no tenés guita, o sea, tenes que comer, tenes que hacer un montón de cosas, tenes que pagar un alquiler, tenes que vivir. Entonces, en ese sentido nos empezamos a definir y decir bueno, somos laboradores, nos mantengamos, nos sostengamos. Pero también somos conscientes de eso, que al ser un sueldo simbólico es bancar el proyecto, es tener la militancia de la comunicación, son como esas dos, 50 y 50 (Federico Boscatto, radio La Ronda, Colonia Caroya, 2019).

Acá no estamos cobrando porque no se dan las circunstancias pero todo el mundo lo entiendo como un trabajo, se mezcla sí, me parece, con la militancia. Con la militancia de la comunicación, que es muy distinta a la de salir, caminar y no sé qué, es otro tipo de aporte del cuerpo pero de esas dos no sale y si eso casi desde lo fundacional de la radio. Siempre se habló en términos de trabajo en este espacio (...) Hoy no hay un mango pero vamos en busca de que sí y creo que lo vamos empujando todos de esa manera, a nuestra forma (Incolla Martín, radio Panamericana, Huerta Grande, 2019).

En tercer lugar, en 6 medios hay integrantes que se reconocen como “trabajador/a/e popular” o “trabajador/a/e de la economía popular”. Esta noción formó parte de algunas discusiones grupales en las radios, acompañada de la noción de comunicador popular. Hace referencia principalmente al trabajo territorial y las prácticas sociocomunitarias:

El comunicador popular o de los medios comunitarios tiene esa participación en el territorio, está completamente involucrado en los hechos. Muchas veces las notas termina siendo con lo que te está pasando a vos. El comunicador popular es un trabajador popular que participa de la economía popular, entonces la conciencia está ahí, por eso la economía popular es agenda sí o sí (Collado Violeta, radio Central Ferroviaria, Cruz del Eje, 2019).

Por eso, denominamos a lo nuestro como trabajo popular porque la radio pasa a ser un trabajo, el tiempo que vos le pones a la radio es un trabajo, lo mismo que las compañeras que después empezaron a abrir los merenderos, es un trabajo, trabajo comunitario que viene respaldado por ingreso. Ahí nos conceptualizamos como la Unión del Trabajo Popular como nos llamamos ahora, necesitamos desarrollar más espacios y vamos madurando con el tiempo y vemos qué espacios promover que no estén desarrollados en el pueblo (Villalva Juan José, radio Pueblo, Dean Funes, 2019).

La categoría de “trabajador/a/e”, “trabajador/a/e de la economía popular” y de “militantes” se vinculan constantemente. En todas las emisoras en donde se reconocen como trabajadoras/es también se autodefinen como militantes, a excepción de las/os/es miembras/os/es de radio Villanos. Lo mismo sucede con las/os/es que se referencian como parte de la economía popular, todas/os/es se nombran como militantes.

Las percepciones de “voluntarias/es/os” o “pasantes” son las que menos se nombraron, sólo en 2 medios. Esta noción apareció en radio La Minga haciendo referencia a aquellas personas que participan del medio y no se reconocen en ninguna de las otras categorías: “no tiene la gente que trabaja en la radio una perspectiva de decir me voy a dedicar a esto como medio de vida, me siento trabajador de prensa. Como que hay una idea de eso, un voluntariado, hacemos comunicación desde ese lado y no desde creerse trabajador de prensa” (Bressan Maximiliano, radio La Minga, Villa Giardino, 2019).

En síntesis, estamos en condiciones de afirmar que las/os/es trabajadoras/es de los medios CAP llevan a adelante diversas estrategias tendientes a mejorar sus ingresos y demás condiciones laborales. Corroboramos que en el último año, en la mayoría de las

emisoras se incrementó la cantidad de trabajadoras/es que acceden a un ingreso económico a diferencia de años anteriores gracias a la gestión de los SSC y en menor grado de los FOMECAs, los programas de empleo y la planta de la cooperativa en el caso de las/os/es trabajadoras/es de Villanos (Carlos Paz). Aún así, el incremento de los costos fijos y la devaluación constante del poder adquisitivo de los últimos 4 años, tensaron aún más la relación entre la sostenibilidad de las emisoras y la mejora de las condiciones laborales.

Hay una mayor articulación con la UTEP, comparada a los bajos niveles de asociatividad al CISPREN. El vínculo con la UTEP es fundamental para garantizar el principal ingreso de las/os/es integrantes de medios comunitarios de Córdoba: el SSC, y también para fortalecer la discusión sobre su papel como trabajadoras/es de la economía popular. La relación con el CISPREN está menos resuelta: si bien varias/os/es están o estuvieron afiliadas/os/es y tienen o tuvieron voluntad de participar, reconocen dificultades para su inserción en la estructura gremial y para su participación. Sin embargo, estos vínculos promovieron entre las/os/es trabajadores discusiones en torno a sus condiciones y la asociatividad del sector. La mayoría se autodefine como militantes, sin embargo es una noción que en la mayoría de los casos se asocia también con la de trabajador/a/e.

En base a todo esto, nuestro próximo paso es comprender por qué estas/os/es agentes, en determinadas condiciones de producción, habida cuenta de su lugar social realizan estas estrategias en pos de mejor o mantener su propia posición como trabajadores de medios CAP. Esto es: comprender/explicar por qué los sujetos hacen lo que hacen.

Capítulo 5: El trabajo en los medios CAP y su sostenibilidad

En este capítulo buscamos dar respuesta al interrogante de la tesina: ¿Cómo se comprenden y explican las estrategias de las/os/es trabajadoras/es de radios y televisoras comunitarias de Córdoba tendientes a mantener o mejorar su posición en tanto tales, habida cuenta del lugar social de quienes las producen? Es decir: por qué los agentes sociales (capítulo 3) desarrollan ciertas prácticas (capítulo 4) dentro de un determinado marco de posibilidades (capítulo 2). Para ello retomamos las principales estrategias de las/os/es agentes desarrolladas por las/os/es integrantes de las emisoras para mantener o mejorar su situación laboral y asegurar, al mismo tiempo, la sostenibilidad de sus medios, y hacemos hincapié en las tendientes a asegurar una retribución, sindicalizarse y autodefinirse como militantes, trabajadoras/es y/o como parte del sector la economía popular.

En una primera parte intentamos responder a los interrogantes de ¿por qué algunas/os/es deciden cobrar y otras/os/es no? ¿por qué optan trabajar por montos debajo del salario mínimo vital y móvil? ¿por qué priorizan el sostenimiento del medio, antes que la propia situación laboral?

En la segunda parte buscamos responder a ¿por qué hay mayor acercamiento a la Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP)? y ¿por qué existe una baja sindicalización con respecto al Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (CISPREN)?

Por último indagamos sobre ¿por qué las/os/es agentes sociales se autodefinen como militantes y/o trabajadoras/es y trabajadoras/es de la economía popular?

Asegurarse una retribución o no

La opción, por una parte minoritaria de los/as/es trabajadores/as, de no cobrar retribuciones por su trabajo es comprensible y explicable habida cuenta de:

- 1) Su apuesta central es militante, en la medida en que buscan con sus mensajes cuestionar las relaciones sociales de dominación y ejercer el derecho a la comunicación. En ese marco se autodefinen como militantes y esa militancia es asociada a la idea de gratuidad.
- 2) Las/os/es sujetos/as/es de medios CAP se reconocen en lo que producen, les gusta su trabajo y se sienten cómodas/os/es con las tareas que realizan, a excepción de las

que hacen a la administración y gestión, que son las que resultan menos agradable de hacer y, que justamente son realizadas por mujeres. Normalmente, sus preferencias coinciden con el rol que ocupan. De esta manera evitan lo que Durkheim llamaba (como se citó en Cristiano et al, 2014) trabajo patológico²⁹, una lógica que, aunque su adjetivación pareciera decir lo contrario, es bastante común en el modo actual de producción dominante.

- 3) La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) promovió en todos los medios el cumplimiento de las obligaciones laborales, previsionales y de seguridad social para con sus trabajadoras/es. Sin embargo, la posición marginal que ocupan estas emisoras en relación a la supremacía del sector privado en el sistema de medios, y en menor medida del sector público - situación profundizada por las políticas del gobierno de Mauricio Macri-, nos indica que las condiciones de unas emisoras frente a otras son muy dispares para abordar este tipo obligaciones laborales.
- 4) La situación laboral de las/os/es agentes comparte las mismas características principales de la situación de las/os/es trabajadoras/es de prensa a nivel nacional: en Argentina, es común el pluriempleo, la multifunción, la inestabilidad laboral, la precarización y los bajos salarios. Por ende, si en las empresas mediáticas con fines de lucro que tienen mejor asegurada su sostenibilidad, las condiciones laborales de las/s/es trabajadoras/es de comunicación son malas, los/as/es integrantes de medios comunitarios se enfrentan a una situación de aún mayor precariedad.
- 5) Las crecientes dificultades para asegurar la sostenibilidad de las emisoras debido a la inflación y el aumento del costo de los servicios en los últimos 4 años, empeoró las condiciones de posibilidad de las/os/es trabajadoras/es de radios y televisoras comunitarias para mejorar su situación laboral.
- 6) Las/os/es agentes se caracterizan por tener otros empleos. Esto quiere que decir tienen una fuente de ingreso por fuera de lo que es su labor en las radios y televisoras que les permite asegurar su sustento económico personal y familiar. Por ejemplo, una de las emisoras cuando accedió a un FOMECA³⁰, sus trabajadoras/es

²⁹ Durkheim planteó como forma patológica de la división del trabajo la “división coactiva del trabajo”. Con esto, hacía referencia a cuando nuestros gustos, preferencias, vocaciones y elecciones no se condicen con la tarea que nos toca cumplir impuesta por la división del trabajo. Eso, para Durkheim crea un estado patológico del trabajo, que tiene impacto en el lazo social (como se citó en Cristiano et al, 2014).

³⁰ Las/os/es integrantes de la emisora hacen referencia a la línea Producción que incluía el pago de honorarios para servicios de terceros.

decidieron redireccionar ese monto a la compra de un terreno para la emisora, y hoy cuenta con un espacio propio. En estos casos se prioriza la sostenibilidad de las emisoras sobre la mejora de la situación laboral de sus trabajadoras/es.

- 7) Las condiciones más precarias de sostenibilidad institucional y económica de sus emisoras. Ninguna percibe SSC, ni pauta oficial de ningún estamento del Estado, y sólo dos de ellas accedieron a FOMECA. Sus esquemas de financiamiento no son sólidos, a pesar de tener condiciones favorables como funcionar en espacios propios o facilitados por organizaciones lo que las/os/es exime del pago de un alquiler.
- 8) De esas emisoras 2 están asociadas a la RNMA y una a AMARC y la otra está asociada a ambas redes. Sus posturas ideológicas ligadas al autonomismo también hacen comprensibles que las/os/es trabajadoras/es de estos espacios opten por la opción de no recibir pauta oficial el Estado y mantengan una posición autonomista frente a este que, actualmente, es el origen de la mayoría de las fuentes de financiamiento de los ingresos de trabajadores/as de medios CAP en Córdoba.

No porque no nos interese, sino queremos mentirnos ni mentir al que nos escuche. Me parece mejor una radio independiente porque no está subvencionada por ningún gobierno, ni recibimos pauta estatal, nos mantenemos con las publicidades, con la generosidad de alguien al quien le guste escuchar la radio (Merolla Pablo, radio FM Sierras Comechingones, San Pedro, 2019).

- 9) En estas emisoras casi nadie tiene estudios o experiencias previas en Comunicación, con excepción de algunas/os/es miembros/os/es de Zumba La Turba (Capital). Esto condiciona la posibilidad de proyectarse como comunicador/a en el campo de la comunicación.

Las prácticas de las/os/es trabajadoras/es de las pocas emisoras comunitarias de Córdoba en las que todas/os/es perciben una retribución que es por debajo del Salario Mínimo Vital y Móvil se comprenden y explican a partir de las condiciones comunes mencionadas anteriormente que refieren a: militar por el derecho a la comunicación, reconocerse en su trabajo, sentirse a gusto con lo que hacen, la situación laboral de precarización e inestabilidad de las/os/es trabajadoras/es de prensa a nivel nacional, y la dificultad de la sostenibilidad de las emisoras CAP en especial en los últimos 4 años a partir de las políticas públicas regresivas de la gestión de Cambiemos. Además:

- 1) Todas las emisoras se encuentran asociadas al Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), a excepción de la televisora que está asociada a la Coordinadora Nacional de Televisoras Comunitarias (CONTA). Como describimos anteriormente, los Salarios Sociales Complementarios (SSC) son una de las principales fuentes de ingresos que se utilizan para pagar salarios. Los medios asociados a FARCO reciben más SSC en relación a la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA). Como dijimos en el capítulo 2, FARCO siempre articuló sus estrategias de demandas para acceder a licencias y financiamiento con instituciones estatales y desde el 2016 tiene un convenio con la UTEP.
- 2) De acuerdo al modo de posesión de la infraestructura: 2 funcionan en espacios propios, 2 a través de comodato, y 2 alquilan. No pagar alquiler por el edificio de la emisora es una condición que contribuye a posibilitar que los fondos que ingresan puedan destinarse a retribuciones a los/as/es trabajadores/as.
- 3) La mayoría de estas/os/es agentes tienen trayectorias vinculadas a la militancia social en partidos políticos u organizaciones sociales en el campo de la economía popular. Esto les permite generar vínculos con organizaciones que conforman la UTEP y capacidad de negociación política para la obtención de SSC. Por ejemplo, en radio Pueblo, todas/os/es reciben retribución y la mayoría militan, además, en el Movimiento Campesino de Córdoba (MCC), lo que les da una relación más directa con la UTEP y experiencia en gestión de recursos estatales.
- 4) En estas emisoras hay integrantes con trayectorias en administración, gestión y estudios universitarios en estos campos, lo cual mejora sus posibilidades para tramitar fondos del Estado.
- 5) Se autodefinen como “trabajadoras/es”.
- 6) Casi todas/os/es tienen otros empleos de medio tiempo, lo que les habilita la posibilidad de dedicarle el resto del tiempo a la radio y tener asegurado otro ingreso.

Por último, que las/os/es agentes opten por cobrar solamente algunas/os/es (18 radios) se explican también por las condiciones comunes referidas a la militancia, el reconocimiento y gusto con el trabajo, la precarización de las/os/es trabajadoras/es del sector de la prensa y la comunicación, la posición de desventaja de las emisoras CAP frente en el sistema de medios y las políticas públicas de ajuste. También:

- 1) Las radios se caracterizan en mayor medida por estar asociadas a FARCO (14) y no tener que pagar alquiler, a excepción de 2.
- 2) Sus integrantes acceden a SSC.
- 3) No todas/os/es se definen como “trabajadoras/es” y sí mayoritariamente como “militantes”.
- 4) En estos casos se prioriza el pago de retribuciones de quienes no tienen otro trabajo por fuera de la emisora, es decir, que quienes tienen otros trabajos optan por resignar su retribución en pos de la retribución de un compañera/o.

Asociatividad: entre la actividad y la forma de producción

En este punto, queremos explicar y comprender por qué la mayoría de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP tienen mayor proximidad a la UTEP en relación al bajo grado de asociatividad al CISPREN. Esto está atravesado por la tensión entre asociarse a partir de la actividad o a partir del modo de producción (Vinelli y Suárez, 2017).

Para comprender y explicar por qué, en la mayoría de los casos, la relación con la UTEP es constante hay que tener en cuenta que la posibilidad del pago de retribuciones mejoró en los últimos años a partir de la distribución de los SSC a integrantes de los medios CAP y de la incorporación de la línea de Gestión del FOMECA. Entonces, es posible afirmar que la vinculación con UTEP se debe, en primer lugar, a que pudo dar una respuesta directa y eficiente a la necesidad de tener un salario.

En segundo lugar, se debe a que algunas/os/es se autodefinen trabajadoras/es de la economía popular debido a las características de la forma de producción de los medios comunitarios. La UTEP jugó un papel central en fortalecer esa autopercepción:

Al venir de la economía popular nosotros hablamos de la comunicación popular. Discutimos el sistema parados desde ahí, en el CISPREN ya estás parado dentro de la inclusión del sistema porque se supone que sos un trabajador en relación de dependencia. Y acá más que todo es medio comunitario o cooperativo (Villalva Juan José, radio Pueblo, Deán Funes, 2019).

Además porque tienen un modo de producción que se enmarca dentro de la economía popular, y aporta a la construcción de una Otra Economía (Coraggio, 2014) frente a la economía capitalista. En otras palabras, apuestan a un cambio estructural en la manera de concebir al trabajo: que tenga un espíritu emancipador, que sea funcional a las

necesidades humanas y no al fin de lucro y que tenga como valores la solidaridad y la cooperación.

Por otro lado, el desinterés en participar del CISPREN así como la escasa relevancia otorgada al Estatuto del Periodista Profesional como herramienta reivindicativa, se relaciona con las percepciones que tienen las/os/es trabajadoras/es acerca del gremio y, en la gran mayoría de los casos, también con la autodefinición que hacen de ellas/os/es mismos. La figura del gremio está asociada a la afiliación y defensa de trabajadoras/es en relación de dependencia ante el incumplimiento de derechos por parte de la patronal. Las características de las/os/es trabajadoras/as de los medios comunitarios y sus condiciones laborales no se encuadran en ese marco. No obstante, el CISPREN corrió los límites de lo que considera trabajadoras/es sindicalizables al incluir la figura de trabajadoras/es autogestivas/os/es en su estatuto social en el año 2002 y abrirles de esta manera las puertas del gremio, algo que algunas/os/es integrantes de medios comunitarios desconocen. Aún así, muchas/os/es trabajadoras/es no se afiliaron o ni siquiera mantienen algún tipo de vínculo. Esto se debe por un lado a que el espacio de trabajadoras/es autogestionadas/os/es por parte del sindicato es un espacio en construcción y aún no les queda claro a las/os/es trabajadoras/es de radios y televisoras CAP cuáles son las herramientas que el gremio puede ofrecerles.

Asimismo, las/os/es trabajadoras/es de medios CAP se caracterizan por participar en muchos espacios, esa participación está medida por los beneficios que pueden adquirir para mejorar su condición laboral y/o las condiciones de sostenibilidad del medio. Independientemente de la estrategia de asociatividad que tenga cada una/o/e no hay una línea de acción común como sector de trabajadoras/es de emisoras comunitarias:

Desde mi punto de vista en cualquiera de los dos espacios, CTEP o CISPREN, si apareciera uno nuevo, esa Secretaría o ese espacio solo va a suceder si los autogestionados nos ponemos a militar el espacio como cualquier otra cosa que viene de... cualquier instancia que crece desde el pie. Porque no es solo que a vos te habilitan el espacio pero no es solo eso, si no hay quien lo esté empujando y llenando de contenido eso no va a suceder, entonces eso depende de que esta masa de gente nos pongamos de acuerdo y alguno se ponga al frente de esa tarea y hasta ahora eso no sucedió. Creo que en general es porque lleva tanto la sostenibilidad diaria de nuestros medios y la militancia local, en general los medios comunitarios

conocemos el esfuerzo de militar lo local, sean los temas que sean, algunos más políticamente hablando también, otros no tan directamente aunque no todo es política pero en lo ambiental, en los que desalojan a los campesinos (Carizzoni Laura, Una Radio Muchas Veces, Capilla del Monte, 2019).

Si lo pensamos un poquito decimos, sí, cómo que no, pero como que esta cuestión de no ser plenamente asalariados, o que no sea un trabajo full time, por ahí hace de que uno no se reconozca plenamente así pero creo que sí deberíamos serlo y creo que está bueno que el sindicato tome esa concepción también, o que lo haga, por lo menos, gradualmente (Parodi Luis, radio la Quinta Pata, Capital, 2019).

Desde FARCO surgió la idea de sumarse al sector de la economía social y no prendió en muchos radios. (...) En cuanto a lo sindical es un espacio medio raro, no se identifican como trabajadores, muchos ni siquiera se identifican dentro de la economía social. Al ser tan heterogéneos los espacios, no hay una identificación que diga “che, por acá”. Entonces es medio difícil, como que hay un respeto de los espacios a esa heterogeneidad. Si no sería fácil decir: "che, todos vamos al sindicato de prensa" Listo, vamos todos al sindicato de prensa. “Vamos todos con la economía social”, vamos todos. (...) Tal no quieren, entonces no vamos, va quien quiere (Bressan Maximiliano, radio La Minga, Villa Giardino, 2019).

Las/os/es trabajadoras/es que mantienen un vínculo activo con el gremio son muchas/os/es menos de las/os/es 19 que dicen estar afiliadas/os/es. Aquellas/os/es que participan activamente entienden que sus situaciones laborales en los medios comunitarios son transformables y que el primer paso para ello es el autodefinirse como trabajadoras/es.

La tasa de sindicalización del/de a/de le asalariada/o/e argentina/o/e y específicamente la del sector de la comunicación a nivel nacional y a nivel provincial son similares: 2 o 3 de cada 10 trabajadoras/es están agremiadas/os/es. Estas condiciones también hacen comprensibles el bajo nivel de asociatividad de las/os/es integrantes de radios y televisoras CAP al CISPREN que alcanza el 7,06%.

¿Trabajadoras/es, militantes o voluntarias/os/es?

En este punto queremos explicar y comprender las prácticas de autodefinición de las/os/es trabajadoras/es de medios comunitarios de Córdoba.

En el capítulo 4 dijimos que la percepción más recurrente es la de “militante”. Esto se relaciona con el objetivo de las/os/es trabajadoras/es de medios CAP de ejercer el derecho a la comunicación y haber sido parte, en la mayoría de los casos, de las discusiones de la LSCA. Además esto se comprende porque apuestan a construir comunicación popular para transformar las relaciones de desigualdad y construir formas de trabajo superadoras a las capitalistas. También estas/os/es integrantes de emisoras comunitarias, tienen trayectorias en espacios de militancia en otros ámbitos: asambleas ambientales, de género, de hábitat, partidos políticos, etc.

Por otro lado, se encuentran las/o/es agentes que se autodefinen como “trabajadoras/es”. Esto es así, en primer lugar, porque reconocen que las tareas que realizan son un trabajo, y que eso implica atribuirse ciertos derechos y exigir al Estado el cumplimiento de ellos. En segundo lugar, porque se proyectan en estos medios y por ende buscan poder vivir de eso. Eso también conlleva considerar a la situación laboral del colectivo como parte fundamental de la sostenibilidad del medio.

pero paralelamente el objetivo era que nosotros como comunicadores y trabajadores cooperativos podamos trabajar y vivir de eso, por lo cual también por ejemplo abrimos la escuela y en 2014 tuvo un convenio con financiamiento de la Universidad de Villa María (Fumiato Federico, Una Radio Muchas Voces, Capilla del Monte, 2019)

En ese marco, están quienes específicamente se consideran “trabajadoras/es de la economía popular”. Esto se comprende en primer lugar, porque quienes así se reconocen pertenecen orgánicamente o articulan acciones con la UTEP, movimiento que promueve esta autodefinición de sus militantes. En segundo lugar, el reconocerse dentro de este sector tiene relación con el protagonismo que toma la UTEP en los últimos 6 años, por la lucha ganada con la aprobación de la Ley de Emergencia Pública que crea los SSC, porque reivindica el reconocimiento y defensa de los derechos de las/os/es trabajadoras/os/es de la economía popular y las características de quienes aglutina. Las/os/es agentes de emisoras CAP también carecen de protección legal y beneficios laborales y son trabajadoras/es jurídicamente autónomas/os/es pero económicamente dependientes de las condiciones del mercado y los comportamientos de grandes empresas, es decir, que si bien gestionan de manera autónoma sus medios, lo hacen en el marco de un sistema de medios en el que tienen preponderancia las grandes empresas.

La creación del SSC y el acceso de las/os/es trabajadoras/es a ese ingreso, amplió las posibilidades para autodefinirse como trabajadas/es de la economía popular. Violeta Collado (radio Central Ferroviaria, Cruz del Eje, 2019), nos expresó que “el SSC es un exponente de toda una discusión que hay detrás: el nivel de conciencia que hay en estos lugares donde el trabajo formal escasea. Y la economía la hacemos en la realidad, entonces tiene un camino muy paralelo a los comunicadores populares”. Ese comentario también sirve para entender a la actividad de la comunicación popular como parte de este sector, porque las prácticas están ancladas a un territorio e implican pensarlas alejadas de las lógicas de la economía capitalista. En este sentido, aunque solamente Violeta lo nombra, afirmar que la economía la hacen ellas/os/es mismas/os/es refiere considerarla de manera sustantiva.

El hecho de que algunas/os/es integrantes se reconozcan como trabajadoras/es a secas o trabajadoras/es de la economía popular, es útil para comprender por qué algunos sí deciden cobrar un salario y optan por darle mayor importancia al pago de retribuciones dentro de sus esquemas de financiamiento.

Ahora bien, casi todas/os/es las/os/es que se reconocen como “trabajadoras/es” o “trabajadoras/es de la economía popular” también lo hacen como “militantes”. Esto se comprende, como dijimos en el inicio del capítulo, a partir de que trabajan en medios CAP y militan por el derecho a la comunicación.

Sin embargo, en radio La Minga (Villa Giardino) sus integrantes se consideran solamente como voluntarias/os. Y en radio Libre (Capital), Curva (Unquillo), El Brote (Villa Ciudad Parque), FM Sierras Comechingones (San Pedro), la Ranchada (Capital) se autodefinen sólo como militantes. Es decir, ninguna/o/e de ellas/os/es se considera “trabajador/a/e”. Esto se debe, a pensar que el trabajo sólo es tal cuando es en relación de dependencia con un intercambio económico o bien en las condiciones que plantea la OIT en su definición de “trabajo decente”. La situación se complejiza en las emisoras donde las/os/es trabajadoras/es aportan de su bolsillo a la sostenibilidad del medios. Todo esto también posibilita que estas/os/es agentes opten por no recibir una retribución, prioricen destinar fondos a otras cuestiones de las emisoras y no tenga interés en participar del CISPREN.

En síntesis, podemos responder a la pregunta inicial del capítulo de la siguiente manera:

Todas las prácticas mencionadas, se explican porque construir un medio CAP conlleva una militancia por el derecho a la comunicación, y modos de organización que se alejan de las lógicas capitalistas.

La opción de no cobrar retribuciones por su trabajo de los/as/es trabajadores/as de los medios comunitarios en los que no cobra ninguno/a/e de sus integrantes se comprende por tres razones: en primer lugar, la mayoría tiene otros empleos con ingresos; en segundo término, se auto-definen como militantes y la militancia está asociada a la gratuidad; y, por último, mantienen posiciones autonomistas frente al Estado que, actualmente, es el origen de la mayoría de las fuentes de financiamiento de los ingresos de trabajadores/as de medios CAP en Córdoba por medio del SSC, FOMECA u otros programas de empleo. La opción de que todos/as/es los/as/es integrantes de la emisora cobren retribuciones por su labor es posible porque esas radios y televisoras tienen sistemas de financiamiento sólidos, la mayoría una vinculación fuerte con FARCO y la UTEP y se autodefinen como militantes y trabajadoras/es. Por último, la opción porque algunos/as/es de los/as/es trabajadores/as cobren por sus tareas, se comprende y explica por la necesidad de compatibilizar la sostenibilidad de la emisora con la retribución del trabajo realizado, cuando los ingresos del medio no son suficientes para garantizar las dos cosas. En estos casos, se prioriza que reciban retribución aquellas/os/es que no tienen otra fuente de ingreso, quienes realizan determinadas tareas y aquellas/as/es que mantienen vínculos estratégicos con FARCO y UTEP. Estas condiciones también hacen comprensibles que las/os/es trabajadoras/es opten en primer lugar por la sostenibilidad de las emisoras antes que por la mejora de sus condiciones laborales y específicamente quienes cobran lo hagan por debajo del salario mínimo, vital y móvil.

Además, hay una baja sindicalización al CISPREN, en primer lugar, por no reconocerse como trabajadoras/es. En segundo lugar, por no coincidir en la forma de producción con la que identifican a los/as/es afiliadas/os/es al gremio. En tercer lugar, por la heterogeneidad del sector sin fines de lucro y porque se priorizan las organizaciones en las cuales se participa de acuerdo con los beneficios que sea posible obtener. Un vínculo cada vez más cercano se registra con la UTEP porque, a través de ella, las/os/es

trabajadoras/es obtuvieron una fuente principal de ingreso para tener un salario y porque se ven reconocidas/os/es en la figura de trabajador/a/e de la economía popular y, sobre todo, en la forma de producción.

La autodefinition de las/os/es agentes como “trabajadoras/es de la economía popular” se comprende a partir del recorrido iniciado por la CTEP, su vínculo con FARCO, el acceso a SSC y por sus militancias en medios CAP. Se reconocen como “trabajadoras/es” porque hay una proyección personal en los medios y consideran la mejora de las condiciones laborales como parte fundamental de la sostenibilidad del medio. Por el contrario, quienes no se consideran así sostienen una noción de trabajo asociada al pago de una retribución, mientras que conciben sus prácticas como la militancia asociada a la gratuidad. Por último, todas las prácticas mencionadas, pero especialmente el considerarse “militantes”, se explican porque construir un medio CAP conlleva una militancia por el derecho a la comunicación y otras forma de organización que se alejan de las lógicas capitalistas.

Consideraciones finales

Como dijimos, esta tesina construye y analiza la situación laboral de las/os/es trabajadoras/es de radios y televisoras comunitarias, alternativas y populares (CAP) de la provincia de Córdoba en 2019 y su vínculo con la sostenibilidad de estas emisoras.

A partir de lo desarrollado y teniendo en cuenta la pregunta inicial: ¿Cuál es la situación laboral de los/as trabajadores/as en las radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba en 2019, en relación con la sostenibilidad de estos medios; cuáles son las estrategias que éstos/as desarrollan para reubicarse ante esas nuevas condiciones; y cómo se comprenden y explican esas estrategias habida cuenta del lugar social de quienes las producen? podemos concluir que logramos complejizar y precisar los supuestos iniciales de nuestra tesina, que son:

1. La sostenibilidad de las emisoras CAP es sólo posible a partir de la autoprecarización de sus trabajadoras/es. Esa autoprecarización es entendida y legitimada por las/os/es sujetas/os/es en términos de militancia.
2. Existe un vínculo más estrecho con la UTEP (Unión de Trabajadores de la Economía Popular) que con el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (CISPREN) a raíz de que las trayectorias personales y militancias territoriales de las/os/es trabajadoras/es de los medios CAP mantienen una relación cercana a la economía solidaria y economía popular.
3. La autodefinición de las/os/es trabajadoras/es de los medios comunitarios ronda entre considerarse ‘militantes’ y ‘trabajadoras/es’.

Por todo lo expuesto, es necesario complejizar y especificar el primer supuesto planteado, retomando las condiciones de producción y trayectorias de las/os/es integrantes de medios comunitarias. Las/os/es agentes se encuentran en una posición de desventaja, por un lado, por las condiciones de precarización laboral que demuestra la situación nacional de las/os/es trabajadoras/es de la comunicación a nivel nacional y, por otro lado, son trabajadoras/es de medios CAP que ocupan una posición marginalizada dentro del sistema de medios nacional. El trabajo en estas emisoras debe ser comprendido más que por la autoexplotación, por las condiciones que hacen comprensibles las opciones de cobrar o no retribuciones por su trabajo o cobrar por debajo de un salario mínimo vital y móvil. A esto se suma que sus trabajadoras/es tienen otros empleos y vienen con largas trayectorias en la

militancia por el derecho a la comunicación, lo cual explica que se priorice la sostenibilidad de las emisoras.

Respecto al segundo supuesto, pudimos comprobar un vínculo más estrecho entre las/os/es trabajadoras/es de medios CAP y la UTEP, a diferencia de la baja asociatividad del sector al CISPREN. Si bien esto se explica porque las trayectorias y militancias de algunas/os/es agentes se vinculan al campo de la economía popular, también se hacen comprensibles a partir de las siguientes condiciones. En los últimos años la UTEP tuvo un aumento de su poder relativo a partir de la sanción de Ley de Emergencia Pública y la conquista por el SSC. A esto se suma el convenio con FARCO. Es así que el vínculo con la UTEP, se convirtió en una herramienta fundamental para garantizar el principal ingreso de las/os/es integrantes de medios comunitarios de Córdoba: el SSC, a la vez que promovió la discusión sobre el papel de las/os/es agentes como trabajadoras/es de la economía popular. Ese marco de opciones se amplía para las/os/es trabajadoras/es de los medios asociados a FARCO. El vínculo también se puede explicar en base al modo de producción de las/os/es agentes.

Por otro lado, el bajo nivel de agremiación al CISPREN se pueden comprender a partir de la tendencia de baja sindicalización de todos/as/es las/os/es trabajadoras/es del sector de la comunicación a nivel nacional. También prima una idea del sindicato asociado exclusivamente a las formas de producción regidas por la relación de patrón/a/e - empleada/o/e. Si bien el CISPREN incluye a trabajadoras/es autogestivas/os desde el 2002 y estas/os/es representan la mitad de las/os/es afiliadas/os/es actuales, las/os/es trabajadoras/es de medios CAP que están o estuvieron afiliadas/os/es, reconocen dificultades para su inserción en la estructura gremial y para su participación. A lo que se suma que, la mayoría se autodefine como militantes, aunque es una noción que en la mayoría de los casos se asocia también con la de trabajador/a/e. Por último, las/os/es trabajadoras/es priorizan las organizaciones en las cuales se participa de acuerdo con los beneficios que sea posible obtener. Entonces, por todas las condiciones de producción y trayectorias desarrolladas, las/os/es trabajadoras/es de medios CAP de Córdoba optan por priorizar los vínculos a partir del modo de producción, más que por la actividad. Esta forma de producción se enmarca dentro de la economía popular, y aporta a la construcción de una Otra Economía (Coraggio, 2014) frente a la economía capitalista. En otras palabras, apuestan a un cambio estructural en la manera de concebir al trabajo: que tenga un espíritu

emancipador, que sea funcional a las necesidades humanas y no al fin de lucro y que tenga como valores la solidaridad y la cooperación.

Como planteamos en el tercer supuesto, la autodefinition de las/os/es trabajadoras/es de los medios comunitarios ronda entre considerarse 'militantes' y 'trabajadoras/es', pero encontramos también que hay quienes se reconocen como "trabajadoras/es de la economía popular". Entonces, autodefinirse como "militantes" se explica porque construir un medio CAP conlleva una militancia por el derecho a la comunicación y por una sociedad más justa, a la que se asocia con la gratuidad. Por otro lado, se reconocen como "trabajadoras/es" porque hay una proyección personal en los medios y consideran la mejora de las condiciones laborales como parte fundamental de la sostenibilidad del medio. Y, por último, la autodefinition de las/os/es agentes como "trabajadoras/es de la economía popular" se comprende a partir del recorrido iniciado por la UTEP, su vínculo con FARCO, el acceso a SSC y por sus militancias en medios CAP, cuyos horizontes son de transformación social, tal como también supone la construcción de una Otra Economía.

Para finalizar, el recorrido de esta investigación nos abre nuevas preguntas para seguir reflexionando:

Con respecto al primer supuesto, ¿es más digno trabajar 8 h. diarias, 5 días a la semana, bajo las órdenes de un patrón haciendo algo que no te gusta y cobrar el monto de un salario mínimo vital y móvil, que trabajar 10 h. al día, de manera autogestiva y comunitaria, cobrando un sueldo simbólico?

En relación al segundo supuesto, el vínculo de las/os/es agentes con la UTEP bajo la figura del comunicador/a/e popular ¿será una figura capaz de sintetizar la tensión entre la asociatividad por la actividad o por la forma de producción? Es decir: esta figura, ¿sería capaz de contemplar la especificidad de la actividad que desarrollan: comunicación, pero a la vez remarcar la forma de producción de esa comunicación?

Considerando el tercer supuesto, si las/os/es integrantes de radios y televisoras comunitarias profundizaran los debates sobre su autodefinition como trabajadoras/es, ¿implicaría también una mayor atención a y lucha por sus condiciones laborales? Si así fuera, ¿esto redundaría en un riesgo para la sostenibilidad de los medios o, por el contrario,

al permitir garantizar mayor estabilidad y proyección a largo plazo redundaría en una mejora también de las posibilidades de sostenibilidad de las emisoras?

Luego del tiempo, dedicación y esfuerzo puesto en este trabajo, esperamos que sea de utilidad para quienes vienen realizando aportes teóricos y analíticos sobre el trabajo en los medios comunitarios, alternativos y populares, las organizaciones sociales, el CISPREN y la UTEP en su gran labor por la defensa de los derechos de las/os/es trabajadoras/es de la comunicación y de la economía popular y especialmente, para las/os/es trabajadoras/es de estas emisoras que día a día trabajan para garantizar el derecho a la comunicación. En un marco mundial, en el que la precarización y las nuevas formas de explotación se disfrazan de flexibilización y autonomía laboral, es necesario discutir y desde allí potenciar las formas de organización de trabajo comunitarias, solidarias y populares. En ese contexto internacional también la concentración de los medios, potenciado por las tecnologías convergentes, dejan por fuera del discurso público cada vez más voces. Respecto a eso, las universidades públicas, tenemos que poder dar herramientas a la necesidad de abordar otras formas y estructuras del trabajo y la comunicación para la emancipación y no para la dominación. Específicamente las/os/es comunicadoras/es, debemos generar ese diálogo con las/os/es actores históricamente invisibilizadas/os/es, para que las herramientas que pensamos para la transformación social sean realmente populares, además de alternativas y comunitarias. No son tareas fáciles. Por nuestra parte, estamos dispuestas a poner la producción de conocimiento científico y nuestros recorridos militantes al servicio de la creación de sociedades más justas.

Bibliografía

Abatedaga, N. C. (2008). La productividad económica e ideológica del trabajo en medios gráficos recuperados. Nuevos escenarios y lenguajes convergentes. Ponencia llevada a cabo en las XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación "Nuevos escenarios y lenguajes convergentes". Rosario, Argentina.

Abatedaga, N. C. Teoría de la Comunicación Social III. Tecnicatura en Periodismo. Universidad Nacional del Nordeste.

Alaniz, M., Mandakovic, M. A. y Valan, A. (2017). Medios de comunicación y trabajo autogestionado: ¿Una opción laboral posible? Trabajo presentado en las I Jornadas de Estudios sobre el Trabajo en Córdoba (pre-ASET). Córdoba, Argentina. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11086/5522>

Albergucci, I., Arancibia, I., Chulman, V., Dalla Cia, C., Giraldez, S. y M. Ruth (2009). *Trabajo autogestionado y organización política*. Buenos Aires: CTA Ediciones.

Becerra, M. & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América del Siglo XXI*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.

Bilbao, C. y Traversaro, N. G., (2018). Mapeo y descripción general de los medios sin fines de lucro de la provincia de Córdoba. Ponencia presentada en el XX° Congreso REDCOM, Universidad de Villa María.

Coraggio, J. L., Arancibia M., Deux, M. (2010). *Guía para el mapeo y relevamiento de la Economía Social y Solidaria en Latinoamérica y el Caribe*. Grupo Red de Economía Solidaria del Perú.

Coraggio, J. L. (2014) Una lectura de Polanyi desde la economía social y solidaria en América Latina. Recuperado en: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2236-99962014000100017&lng=es&tlng=es

Costa, R. L. y Mosejko, T. D. (2003). *Lugares del decir*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens.

Costa, R. L. y Mosejko, T. D. (2007). *Lugares del decir 2*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens.

Costa, R. L. y Mozejko, T. D. (2001). *El discurso como práctica. Lugares desde donde se escribe la historia*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens.

Dagron, A. G. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, 10 (10), 6-19. ISSN: 1815-0276. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4218/421839599002>

De Guio, S. y Urioste, J. (2017). Estrategias de organizaciones de medios sin fines de lucro en la Argentina en el periodo 2010-2015. *Revista Sphera publica* volumen (1) 2-24.

Díaz, C. (2009). *Variaciones sobre el ser nacional. Una aproximación*

Fallarca, M. S. (2012). Trabajo y autogestión: aportes para pensar modos alternativos de producción, consumo y comercialización. *Revista del CCC Primera Época*, 5(14-15) Recuperado de <https://www.centrocultural.coop/revista/1415/trabajo-y-autogestion-aportes-para-pensar-modos-alternativos-de-produccion-consumo-y>

Franco, M. J. (2017). La emergencia de la CTEP en Córdoba. Transformaciones en la movilización social. *Revista de Estudios Sociales Contemporáneos* (17), 172-187. Recuperado de https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/10047/11-resc-17-franco.pdf

Linares, A. et al. (2017). Brechas: La desigualdad en las políticas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales. *Alaic, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 13(25).

Longo, V., et al. (2017). Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina. *Logos*, 4(1). Recuperado de <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/28266/21304>

Loreti, D. y Lozano, L. F. (2013). El Estatuto del Periodista Profesional: alcances, vigencia y asignaturas pendientes. *Revista Derecho del Trabajo*. Recuperado de http://www.saij.gob.ar/doctrina/dacf130068-loreti-estatuto_periodista_profesional_alcances.htm

Martinez, L. S. (2017). Notas sobre la radio de Cordoba: continuidades y transformaciones de la última década. Ponencia llevada a cabo en el Congreso de la Red de Carreras de Comunicación REDCOM. Recuperado en <http://redcomunicacion.org/notas-sobre-la-radio-de-cordoba-continuidades-y-transformaciones-de-la-ultima-decada/>

Marx K., (1867). *El Capital*. Crítica de la Economía Política. Recuperado de <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1860s/eccx86s.htm>

Mastrini, G. y Becerra, M. (2006). *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.

Monje, D., Rivero, E. A. y Zanotti, J. M. (2017). El Derecho a la Comunicación en Argentina amenazado: el giro a la derecha a partir de diciembre de 2015. En Sierra Caballero, F. y Vallejo Castro, R. E. (Ed.), *Derecho a la comunicación. Procesos regulatorios y democracia en América Latina* (p 65-96). España: Quito, Ciespal.

Pérsico, E. y Grabois, J. (2014). *Organización y economía popular : nuestra realidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CTEP - Asociación Civil de los Trabajadores de la Economía Popular.

Retegui, L. (2017). *Los procesos de organización del trabajo en la redacción de un diario. Un estudio a partir del diario La Nación, en el contexto digital (1995-2013)* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.

Rovetto, F. (2013). Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. *Global Media Journal México* 10(20), 54-73.

Segura, M. S, Hidalgo A. L., Kejval L., Linares A., Longo V., Traversaro N. y Vinelli N (2016). Los medios comunitarios ante las nuevas políticas de comunicación. Ponencia llevada a cabo en el Congreso de la Red de Carreras de Comunicación REDCOM. Recuperado de <https://comunicacionsfl.wordpress.com/2016/10/19/los-medios-comunitarios-ante-las-nuevas-politicas-de-comunicacion/>

Segura, M. S., et al. (2018). La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo* (9), 88-114. doi: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.9.5530>

Segura, M. S., Linares, A., Espada, A., Longo, V., Hidalgo, A. y Traversaro, N. (2019). Las políticas públicas y la sostenibilidad de los medios comunitarios en Argentina: evaluación de resultados a diez años de una regulación innovadora. *Revista Eptic* 21(3), 155-173.

Segura, M. S. (2011). *Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organización sociales. Córdoba 2001-2009* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Segura, M. S. (2011). La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. *Argumentos* (13). Recuperado de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/argumentos/article/view/888>

Segura, M. S. (2014). El trabajo en los medios no comerciales. Derechos laborales y sustentabilidad. *Revista El Cactus*, 90 - 99. Recuperado de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/35097>

Segura, M. S. (2018). The Influence of International Cooperation in Latin American Communication Field. *Journal of Latin American Communication Research* 6(1-2). Recuperado de <http://www.alaic.org/journal/index.php/jlacr/article/view/289>

Segura, M. S. et al. (2017). Las nuevas políticas para medios comunitarios se caracterizan por la persecución y el ahogo financiero. *Señales*. Recuperado de <https://seniales.blogspot.com.ar/2017/09/las-nuevas-politicas-para-medios.html>

Segura, M. S. y Weckesser, C. (edits.) (2016). *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*, Córdoba, Argentina: Editorial de la UNC.

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.

sociodiscursiva al folklore argentino. Córdoba, Argentina: Ediciones Recovecos.

Urioste, J. (2016). *Las Emisoras Comunitarias de Córdoba entre 2009 y 2015. Un análisis de sus prácticas* (Tesis de grado). Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.

Vinelli, N. (2015). *La Televisión desde abajo* (pp. 37-66). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: El Río Suená.

Vinelli, N. y Suárez, M. (2017). Trabajadores sin sindicatos. Ponencia presentada en Segundas Jornadas Latinoamericanas de Reflexión y Debate.

Vinelli, N. y Suárez, M. (2018). La sindicalización del trabajo autogestivo. Análisis de un caso: El Sindicato de Prensa de Buenos Aires. *Rubinzal-Culzoni*. Recuperado de http://www.aal.org.ar/articulo_revista/la-sindicalizacion-del-trabajo-autogestivo/

Von Sprecher, R. (Ed.) (2014). *Teorías Sociológicas*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.

Becerra, et. al. (2019). High level of concentration everywhere, Argentina. Recuperado de <http://www.mom-rsf.org/en/countries/argentina/>

Fuente de datos periodísticos

(15 de febrero de 2019). “Elecciones Municipales en Unquillo” *Open City*. Recuperado de <https://www.opencity.tv/2019/02/15/elecciones-municipales-en-unquillo/>

(10 de julio de 2018). Se impulsa la federación de trabajadores populares. *Foro Argentino de Radios Comunitarias*. Recuperado de <https://www.farco.org.ar/se-impulsa-la-federacion-de-comunicadores-populares/>

(2016). El Estatuto está vigente, lo que cambió es el mundo. *Facultad de Ciencias de la Comunicación*. Recuperado de <https://fcc.unc.edu.ar/novedades/noticias/el-estatuto-esta-vigente-lo-que-cambio-es-el-mundo>

(28 de febrero de 2019). “En 2018, las mujeres sólo firmaron el 18% de las notas de opinión en los medios argentinos”. *Economía Femini(s)ta*. Recuperado de <https://economiafeminista.com/columnistasbot/>

(2 de mayo de 2018). FARCO cerró su asamblea anual con la presencia de la CTEP y la Corriente Federal de Trabajadores. *Foro Argentina de Radios Comunitarias*. Recuperado de <http://agencia.farco.org.ar/noticias/farco-cerro-su-asamblea-anual-con-la-presencia-de-la-ctep-y-la-corriente-federal-de-trabajadores/>

(3 de septiembre de 2019). Incremento en el Salario Mínimo Vital y Móvil y en las prestaciones por desempleo. Marval O'Farrel Mairal [MARVAL] <https://www.marval.com/publicacion/incremento-en-el-salario-minimo-vital-y-movil-y-en-las-prestaciones-por-desempleo-13410>

(4 de marzo de 2020). Organizaciones cooperativas gremiales y de la economía popular estuvieron en la XV Asamblea de FARCO . *Foro Argentino de Radios Comunitarias*. Recuperado de

(9 de julio de 2019). Mabel Endreira ganó las elecciones en casa grande. *Carlos Paz Vivo*. Recuperado de <https://www.carlospazvivo.com/mabel-endreida-gano-las-elecciones-en-casa-grande/>

Confederación de Trabajadores de la Economía Popular. (2017). Convenio entre FARCO y la CTEP por el crecimiento de la rama de comunicación popular. Recuperado de <http://ctepargentina.org/convenio-farco-la-ctep-crecimiento-la-rama-comunicacion-popular/>

Espada A. (18 de diciembre de 2017). “El fomento a la comunicación sin fin de lucro”. *Letra P*. <https://www.letrap.com.ar/nota/2017-12-18-10-19-0-el-fomento-a-la-comunicacion-sin-fin-de-lucro>

Guzmán, L. (25 de septiembre de 2019). “Alta Gracia: el escrutinio definitivo consagró a Marcos Torres y el radical Morer pidió abrir las urnas”. *La Voz del Interior*. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/politica/alta-gracia-escrutinio-definitivo-consagro-marcos-torres-y-radical-morer-pidio-abrir-urnas>

Prensa FATPREN (24 de septiembre de 2019). Córdoba: “La FATPREN es la mejor herramienta para la organización y la lucha colectiva”. Federación Argentina de Trabajadores de Prensa. Recuperado de <https://fatpren.org.ar/la-fatpren-es-la-mejor-herramienta-para-la-organizacion-y-la-lucha-colectiva/>.

Robetto, V. (19 de junio de 2019). La historia del "intendente hippie": ganó las elecciones en un pueblo cordobés y busca instalar un proyecto socio-comunitario”. *Todo Noticias*. Recuperado de https://tn.com.ar/politica/el-intendente-hippie-que-gano-las-elecciones-en-un-pueblo-de-cordoba_971917

Documentación:

Central de Trabajadores de la Argentina. (1992). Estatuto Social de la Central de Trabajadores de la Argentina. Recuperado de https://www.cta.org.ar/IMG/pdf/estatuto_cta_2010.pdf

Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba. (2016). Despacho del 6to Encuentro Provincial de Trabajadores de Prensa Autogestionados. Recuperado de <http://www.cispren.org.ar/wp-content/uploads/2016/10/Despacho-6to-encuentro-autogestionados.pdf>

Fuentes de datos jurídicos:

Fundamentos de la Ley de Emergencia Scail y de las Organizaciones de la Economía Popular. Recuperado de <http://www.psocialista.org/proyecto-regimen-emergencia-social-fundamentos/>

Ley N° 26522. Boletín Oficial de la República Argentina, 2009.

Ley N° 27200. Boletín Oficial de la República Argentina, 2016

Ley N° 12.908, 1975. Recuperado de <https://www.cispren.org.ar/politica-sindical/estatuto-del-periodista/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Recuperado de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Organización Internacional del Trabajo. Trabajo decente. Recuperado de <http://www.oit.org/global/topics/decent-work/lang--es/index.htm>

Resolución 201-E/2017. Boletín Oficial de la República Argentina, 2017

Entrevistas

Boido, J., Ramirez, A., y Quinteros, J. (2019). Villa Carlos Paz, Córdoba.

Boscatto, F. (2019). Colonia Caroya, Córdoba.

Bressan, M. (2019). Villa Giardino, Córdoba

Cabello, J. M. y Boglione, M. (2019). Casa Grande, Córdoba.

Cabrera, J. (2019). Unquillo, Córdoba.

Cajazeira Lima, A. (2019). Capital, Córdoba.

Calchaqui, N. (2019). Capital, Córdoba.

Carizzoni, L., Fumiato, F. y Fonteine, A. (2019). Capilla del Monte, Córdoba.

Cherchyk, D. y Chiachietta, F. (2019). Los Hornillos, Córdoba.

Collado, V. (2019). San Marcos Sierras, Córdoba.

Cravero, R. (2019). Capital, Córdoba.

Daga, P. (2019). Marcos Juárez, Córdoba.

Gaitán, F. y Vuirli, D. (2019). Villa Allende, Córdoba.

Galán, M. (2019). Capital, Córdoba.

Gaviña, F. y Regis, C. (2019). San Marcos Sierras, Córdoba.

Incolla, M., Arancio, J., Mussachio, B. y Piñeyro P. (2019). Huerta Grande, Córdoba.

Mandakovic, M. A. (2019). Capital, Córdoba.

Merolla, P. y Stancich, C. (2019). San Pedro, Córdoba.

Moret, S., Cravero, D., Nuñez, S. G y Bustillo, B. (2019). Capital, Córdoba.

Navarro, G. (2019). Paraje Las Chacras, Córdoba.

Ozán, C. y Hugo, V. (2019). Villa Ciudad Parque Calamuchita.

Parodi, L. y Buzzo, G. (2019). Capital, Córdoba.

Ponce, M. (2019). Sebastián del Cano, Córdoba.

Rodríguez, A. (2019). Mina Clavero, Córdoba.

Romero, E. (2019). Cosquín, Córdoba

Rubio, I. y Rey, J. (2019). Villa Cura Brochero, Córdoba.

Sánchez, L., Criado, L., D'Ambra, N, D'Ambra, H. y Ferrari, P. (2019). Alta Gracia, Córdoba.

Saravia, T. (2019). Capital, Córdoba.

Villalva, J. J. y Villalva, M. E. (2019). Deán Funes, Córdoba.

