



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: FM Reconquista : “una radio que dice y hace” : los medios de comunicación de gestión social participada, la comunicación comunitaria y popular, y su incidencia en el desarrollo humano local ; un estudio de caso

Autores (en el caso de tesis y directores):

Raúl Bermúdez

Washington Uranga, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



FM RECONQUISTA: “Una radio que dice y hace”

Los medios de comunicación de gestión social participada, la comunicación comunitaria y popular, y su incidencia en el desarrollo humano local. Un estudio de caso.

Tesista: Raúl Bermúdez. DNI N° 12.610.155 - rbermudez17@hotmail.com
1531196724

Tutor: Washington Uranga. DNI N° 18.227.381. Profesor Titular Del Taller Anual de la Orientación Políticas y Planificación de la Comunicación. UBA.

1. Introducción

Perspectiva diacrónica y situada en Argentina

Desde mediados de la década del 80' del siglo XX, irrumpieron en la vida comunicacional de Argentina las entonces llamadas, indistintamente: radios “comunitarias”, “libres”, “truchas”, “piratas”, “barriales”.

Paulatinamente, estos conceptos se fueron diferenciando. Las denominaciones que hacían referencia a la falta de autorización para las transmisiones (*truchas*, *piratas*) fueron perdiendo vigencia con las sucesivas inscripciones, reinscripciones, “permisos precarios y provisorios” (PPP) y frustrados llamados a “concursos públicos” de las frecuencias utilizadas, por parte del desaparecido Comité Federal de Radiodifusión (Comfer), organismo de contralor establecido por el Decreto 22285 de la última dictadura cívico - militar.

“Libres” replica un nombre utilizado por radios -no autorizadas por los estados- de lo que podríamos llamar grupos de contracultura europea, de variadas orientaciones ideológicas, más claras o más difusas. En Argentina fue perdiendo vigencia tal caracterización. Las primeras se reunieron en la Asociación de Radios Libres de Argentina (ARLIA), para luego desmembrarse en varias agrupaciones que se asumieron como pequeñas cámaras de radios comerciales, alternativas a las “grandes”, nucleadas en la Asociación de Radios Privadas de Argentina (ARPA).

La idea de que todas estas radios eran “barriales”, si bien se mantuvo en el imaginario social, empíricamente ya no es comprobable, habida cuenta de que muchas de ellas elevaron su potencia de emisión -con o sin autorización estatal- al punto de convertirse en radios, por lo menos, de alcance regional.

Las “comunitarias” convergieron en la Asociación Argentina de Radios Comunitarias (ARCO), luego llamada Federación Argentina de Radios Comunitarias (FARCO) que se transformó en el Foro Argentino de Radios Comunitarias manteniendo la sigla. Posteriores divisiones ubicaron a varias radios ex -FARCO, en la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), en su “capítulo” argentino, como una red alternativa del mismo espacio. Antes de la ruptura, FARCO representaba a AMARC en Argentina.

Por último las radios “católicas” que en su momento confluían en FARCO, se congregaron en la Asociación de Radios Católicas de Argentina (ARCA), diferenciándose en su estatuto legal, porque el Estado Nacional les fue otorgando “licencias a demanda” a nombre de los diferentes Obispados, dada su condición de “Personas Jurídicas de Derecho Público”, una suerte de *extensión* del Estado que abarcaría a la Iglesia Católica.

Si bien se han utilizado también otras denominaciones como: alternativas, ciudadanas, populares, educativas, etc. (Kevjal, 2009), lo importante para nuestro estudio es que las radios “comunitarias”, se autodefinieron como de “gestión social sin fines de lucro” ([www.farco.org.ar/Requisitos para asociarse](http://www.farco.org.ar/Requisitos%20para%20asociarse) y Vinelli: 2014) y a este concepto nos remitiremos para analizar sus vínculos históricos con el desarrollo local, entendido integralmente, es decir como calidad de vida humana total, en el sentido que lo utiliza el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD- como proceso que permite a las personas la obtención de capacidades y oportunidades para ejercerlas plenamente, en los niveles político, económico, social, cultural y ambiental (PNUD, 1990).

El estudio de caso se centrará en una de las primeras experiencias de radio comunitaria: FM Reconquista, fundadora e integrante de FARCO, que comenzó sus transmisiones ininterrumpidas hasta hoy en el año 1988. La misma está ubicada en el primer cordón del conurbano bonaerense, Partido de General San Martín, zona conocida genéricamente como José León Suárez (abarca esta y otras localidades según el catastro municipal), barrio de “Villa Hidalgo” (lugar donde están instalados los estudios y la planta transmisora). Se trata de un enclave situado en el “Área Geográfica Reconquista”, extenso conglomerado de barrios, villas y asentamientos populares, ubicados en la “Cuenca del Río de la Reconquista”. Esta emisora a lo largo de su historia se constituyó en una Red Comunicacional y Social en la zona de influencia, integrando en su programación y en el accionar territorial conjunto, a una diversidad de organizaciones populares de base.

En el punto 5 describiremos el contexto socioeconómico en el que surge la emisora y, en el punto 6, intentaremos reseñar el período que va desde su fundación hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -LSCA- hecho que marca un hito de incidencia ciudadana, en las políticas públicas de comunicación -PPC- en nuestro país y en la región. Recorreremos así, los primeros veintinueve años de trayectoria de FM Reconquista, desde 1988 a 2009, sin ninguna pretensión de exhaustividad historiográfica ni mucho menos apologética.

Toda experiencia tiene logros, limitaciones, aciertos y errores en relación a la consecución de los objetivos propuestos. Nuestro estudio focaliza sobre el crecimiento y la expansión de esta radio comunitaria, como un actor de influencia decisiva en el desarrollo de la comunidad en que está inserta y de la que surge. También en las diferentes coyunturas políticas por las que transitó la emisora, que junto a la realidad social de su entorno, conforman las “condiciones de producción” de sus prácticas (Verón, 1993). Esos procesos constituyen la materia prima, los insumos que nos permiten abordar y desentrañar lo que en el trabajo se definen como “Variables Claves” (Appella, Huarte, Vargas, 2012), tanto comunicacionales como organizacionales (VCC-VCO).

Este corte diacrónico posibilita encontrar constantes y reformulaciones en las prácticas observables, desarrolladas a través de los años. Algunos datos duros, muchos de los cuales sólo tienen alcance local e incluso anecdótico, son indispensables para comprender la relación del medio de comunicación con su contexto. De todos modos hay referencias históricas, precisiones numéricas, nombres de personas o entidades, normas legales que enmarcan algunos hechos, que preferimos consignarlas en notas al final del trabajo, con la intención de agilizar la lectura, a excepción del listado de barrios que conforman el *primer cordón* del área de cobertura e influencia de FM Reconquista, que hemos preferido transcribir directamente en el cuerpo del trabajo, porque algunos de ellos suelen tener repercusión mediática -a nuestro entender muy sesgada en lo policial- y sus

nombres pueden ayudar a “primera vista”, en la ubicación geográfica de la investigación realizada.

Nos proponemos en los puntos 7 y 8, en primer lugar la descripción de los modelos tanto organizacional como comunicacional de la radio, para luego adentrarnos en las correspondientes variables claves, que establecimos arbitrariamente en número de tres para cada caso, a fin de acotar el análisis a las dimensiones y posibilidades de nuestro trabajo. Ellas y su relación con el desarrollo local -cuyos hitos, en tanto logros materiales observables, consignamos en el punto 9- nos fueron conduciendo al esbozo de algunas conclusiones, que pretendemos plausibles, y que transcribimos en el punto 10 que cierra nuestro estudio.

2. Objetivo

Investigar, descubrir y poner de manifiesto, las condiciones mediante las cuales un medio de comunicación social y participativo, puede convertirse en un dinamizador del desarrollo humano local de la comunidad en que se halla inserto, a partir del estudio de caso elegido: la Red Comunicacional y Social de FM Reconquista en José León Suárez.

Nos preguntaremos:

- ¿Cómo un medio audiovisual de gestión social sin fines de lucro llega a ser un agente potenciador y partícipe activo del desarrollo humano en su entorno social?
- ¿Su rol como actor político se limita a la práctica mediática discursiva?
- ¿Su abordaje de la realidad es el de un divulgador –eventualmente analista e investigador crítico- del accionar de otros actores sociales, políticos y económicos?
- O bien ¿su praxis social puede desbordar el espacio mediático con una inserción directa en el trabajo territorial de reivindicaciones populares?
- ¿En qué aspectos y en base a qué condiciones de práctica comunicacional?
- ¿Qué relación guarda con la cuestión planteada el modelo de gestión organizacional del medio?
- ¿Qué parámetros observables nos sirven de indicadores de la relación medio comunitario – desarrollo local?

En la búsqueda de respuestas a las preguntas planteadas nos proponemos: Encontrar, reconocer y enunciar, las Variables Clave Organizacionales (VCO) y Variables Clave Comunicacionales (VCC), que han facilitado históricamente el proceso de construcción de ciudadanía e incidencia en “lo público”, de la Red Comunicacional y Social FM Reconquista. En el primer caso en el Modelo de Gestión de la organización y en el segundo en el Proyecto Político Comunicacional -PPC- (Villamayor, 2007; Villamayor y Lamas, 1998). Nos situaremos para ello en las coordenadas históricas, geográficas y culturales de su comunidad de influencia.

3. Marco teórico

Dirigiremos nuestro estudio a partir de las siguientes posturas teóricas:

- * Una mirada desde la Teoría de la Comunicación Estratégica (Massoni, 2011).
- * El paradigma conceptual que entiende a la comunicación como producción de sentido y hecho cultural.

* El análisis del discurso como “configuración temporal y espacial de sentido” (Verón y Sigal, 1986).

* La perspectiva comunicacional en el análisis de las prácticas sociales (Uranga, 2007).

* Los estudios culturales vinculados a las convergencias y divergencias entre la cultura popular y la cultura de masas (Barbero, 2002; Mata, 1994).

* La Teoría del Pensamiento Complejo (Morin, 1994) en el abordaje de “lo público” como espacio de comunicación, multisectorial y multiactoral, donde se visibilizan intereses, demandas, necesidades, proyectos políticos, relaciones de poder, alianzas, etc.

* La construcción de ciudadanía y su incidencia en las políticas públicas consideradas como prácticas sociales que construyen “tramas de sentidos” y “percepciones comunes” (Uranga, 2012) en las comunidades y organizaciones.

4. Metodología

Nos basaremos en el paradigma cualitativo – participativo, realizando un Análisis Situacional (Matus, 2007 b) histórico, tanto organizacional como comunicacional (Uranga 2007) de la organización abordada, con el objetivo de comprender el sentido que los actores participantes del caso observado le atribuyen a sus prácticas, interpretar las motivaciones sociales y políticas de las mismas, desde la perspectiva de sus protagonistas, así como los resultados simbólicos e intangibles que consideran haber logrado, en tanto “tramas de sentido” compartidas, fruto de su accionar a lo largo del tiempo; complementando el trabajo de campo y los análisis cualitativos de la información y contenidos registrados y organizados, con un estudio cuantitativo, basado en datos duros históricos, de la incidencia lograda por la organización que constituye nuestro caso observable, en las condiciones materiales de existencia de su comunidad de influencia.

5. Contexto socio-geográfico en el que nace FM Reconquista

FM Reconquista fue y es un actor social y político central en su zona de influencia, el Área Geográfica Reconquista (AGR), que abarca una amplia franja entre la Ruta Provincial N° 4, conocida como “Camino de Cintura”, porque rodea a la ciudad de Buenos Aires en el primer cordón del conurbano, y el Camino del Buen Ayre que linda con los rellenos de disposición de basura de la Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado- CEAMSE¹.

Situada en el Partido de General San Martín con alguna extensión sobre los partidos lindantes de San Isidro y Tres de Febrero, incluye una importante cantidad de villas, asentamientos y barrios populares instalados sobre lo que fue el “lecho ancho” del Río de la Reconquista, que atraviesa diecinueve municipios de la Provincia de Buenos Aires y hasta finales de la década del noventa provocó serias y recurrentes inundaciones. Los nombres de los barrios obedecen más a tradiciones vecinales que a denominaciones catastrales. Así podemos consignar de noreste a sudoeste: Villa Hidalgo o Eugenio Necochea, (allí se encuentran los estudios y la planta transmisora), lindante con la localidad de Boulogne Sur Mer, del Partido de San Isidro, Villa La Cárcova, Independencia, 5 de Noviembre, “Curita” (o Barrio Catalano, nombre de un misionero que recorría el primer caserío), más reciente el “13 de Julio” (un asentamiento de principios del presente siglo al que algunos medios de prensa llaman “Ciudad de Dios”, en alusión a la *favela* brasileña), Villa

Lanzone, 9 de Julio, El Libertador, y en el límite con el partido de Tres de Febrero: Loma Hermosa, Barrio UTA, y algunos nuevos “asentamientos” y/o tomas de tierras de fines de los 90’ y posteriores como “Costa Esperanza” y “8 de Mayo”. También operaciones comerciales de relleno de zonas de baja cota y loteo como “Barrio Nuevo” (entre la Cárcova y Villa Hidalgo), instalado como todos sobre viejos basurales, pero a través de negocios inmobiliarios.

Cuando el ferrocarril Mitre llega desde Retiro a la estación de José León Suárez, termina su recorrido urbano. Pero las vías continúan hasta la ciudad de Zárate, atravesando el AGR, con la *Ciudad de Dios* a un lado y luego la Cárcova al otro. Sólo tres formaciones por día van hasta Zárate y vuelven, utilizando en ambos sentidos la misma vía, porque la otra está tapada de basura y escombros, integrada a la extensa “quema”, que es la última frontera de los barrios.

En la década del 80’ las economías de subsistencia se dividían entre el *cirujeo* o recolección callejera de materiales reciclables (posteriormente llamado simplemente *cartoneo*), los trabajos temporarios o *changas* en la construcción y las mujeres en el servicio doméstico. También florecían los comercios familiares informales. En las zonas un poco más urbanizadas del área todavía predominaban trabajadores asalariados y sindicalizados hasta que llegaron las privatizaciones, los “retiros voluntarios” y la desocupación trepó, en los años 90’, a niveles desconocidos hasta entonces (17, 5 por ciento en 1995)².

Para la época en que surge FM Reconquista (1988), el déficit sanitario y de infraestructura en la zona era inversamente proporcional al crecimiento y el hacinamiento de la población fruto de sucesivas migraciones, primero desde el interior del país y luego desde los países limítrofes, en los 90’ habrá una nueva corriente migratoria desde el Perú. En el caso de Villa Hidalgo, donde se instala la emisora, la educación de gestión estatal carecía en toda la localidad de jardín de infantes y escuela secundaria, sólo funcionaba una escuela primaria, con otra en construcción que se inauguraría casi junto con la radio. Sin hospital y con una “salita” de salud reducida a una habitación. Sin agua potable, se utilizaba el bombeo de napas contaminadas por las filtraciones del relleno de basura del “Cinturón ecológico” del CEAMSE.

Desde las zonas más pobres se debía caminar muchas cuadras sin asfaltar, hasta poder abordar alguna de las tres líneas de colectivos que entonces comunicaban con las estaciones Boulogne Sur Mer (San Isidro), del ferrocarril Belgrano Norte o José León Suárez (General San Martín), de un ramal de la línea Mitre. Resultaba imposible el ingreso de ambulancias, bomberos, patrulleros de la policía, porque las esquinas estaban atravesadas por zanjas abiertas de desagüe y en días lluviosos era un verdadero fangal. La mayor parte de la localidad no tenía alumbrado público y en las villas y asentamientos no había red eléctrica, sino extensiones clandestinas altamente riesgosas. Algunos zonas más “altas”, contaban con asfalto y telefonía fija, muy pocas con red de gas. No había entonces cloacas (ni las hay todavía en el AGR, en 2016). En la “baja cota”, cuando el río desbordaba hacía estragos.

6. Contextos históricos por los que atravesó FM Reconquista

6.1-Los antecedentes (1983-1987)

Hacia finales de 1982, comienzan a reunirse en el barrio de Villa Hidalgo, un conjunto de militantes populares, en algunos casos ex presos/as políticos/as, provenientes del peronismo y de la Iglesia Católica, en torno a la tarea pastoral de los Padres Lourdistas en la zona. Estos habían fundado la escuela primaria y

el jardín de infantes “San Martín de Porres” y una capilla a la que llamaban Centro Comunitario “Nuestra Señora de Luján”. Al frente de la tarea pastoral estaba el R. P. André Bacqué, francés, quien había estado detenido, en 1976, junto a otros sacerdotes, después del allanamiento por fuerzas militares a la Parroquia Santísimo Redentor, en el barrio Norte de la Ciudad de Buenos Aires³.

Ese mismo año, en Villa Hidalgo, fue detenido e interrogado un estrecho colaborador del Centro Comunitario, vecino y cartero del barrio. Su esposa oficiaba de enfermera en la capilla, con gran experiencia en el oficio aunque sin título, eran Don Antonio y Doña Josefina Brandán. Tanto el padre Bacqué como el matrimonio Brandán han fallecido.

La docente de la escuela San Martín de Porres, Margarita Palacio, militante de la Juventud Peronista Regionales (JP) en los años 70', en la Capital Federal, se desempeñaba como maestra de apoyo escolar en el Centro Comunitario. En la primavera de ese año se suma este autor, que ha sido parte de los hechos que se relatan.

En el barrio vivía Carlos González, oriundo de Colón, Entre Ríos, también militante de la JP en su ciudad natal. Con la apertura democrática en ciernes, se acercará al trabajo de base social más cercano a su domicilio, el Centro Comunitario.

El director de la escuela San Martín de Porres, Jorge Ojeda, compartía con ellos el mismo origen político, pero en la Regional Zona Norte del Gran Buenos Aires, y durante la dictadura encontró “refugio” en la tarea educativa *lourdista*, a la que orientó hacia una experiencia de educación popular, en base a las enseñanzas del pedagogo brasileño Paulo Freire. También se sumó como catequista y maestro Daniel Rollano, conocido de Ojeda de la militancia.

Así conformarán un grupo con amplia experiencia de trabajo en el campo popular, encarando una tarea social “en la base” que generará realizaciones diversas, de amplísima repercusión local y con el tiempo, nacional e internacional. Aunque sus caminos se bifurcarán, como veremos.

El Centro de Comunicación Popular “Renaciendo”

En el Centro Comunitario, el equipo de colaboradores del padre Bacqué, proveniente de la Parroquia capitalina Santísimo Redentor, había desarrollado algunas obras destinadas a atender las necesidades básicas insatisfechas, sobre todo de las familias del creciente sector de *villa y asentamientos* del barrio: El “roperito”, consistente en vender muy barato ropa donada por la gente “de la Capital”, la “cooperativa” de alimentos, pequeño almacén “al costo” de alimentos imperecederos, que las personas que asistían a misa en la parroquia de barrio Norte, dejaban a la salida del oficio religioso en una canasta, con destino a Villa Hidalgo, el “dispensario”, con su farmacia comunitaria de medicamentos donados, que se distribuían gratuitamente, más o menos bajo receta médica, y la presencia de Josefina, para nebulizaciones, inyecciones y curaciones varias.

Además contaban con la asistencia semanal de profesionales *ad honorem*, para asesoramiento y orientación gratuita a los vecinos: abogada, trabajadora social, arquitecto y desde luego, los servicios religiosos propios de una capilla católica: catequesis sacramental, misa dominical, etc., que asumían el Padre Bacqué y sus catequistas.

Margarita Palacio, introduce la temática de la comunicación popular como “*espacio de militancia desde la base*”, impulsando experiencias participativas con vecinas y vecinos en la realización de audiovisuales y pequeñas obras de teatro. Se suman docentes de la escuela y la trabajadora social del Centro Comunitario Magdalena Terrero, que utiliza en su tarea las cartillas educativas de Incupo, el legendario Instituto de Cultura Popular, surgido en la Ciudad de Reconquista, Provincia de Santa Fe, en 1970.

La novedad de estas acciones comunicativas “desde la base”, desatan hacia 1983, una controversia al interior del Centro Comunitario. Por un lado están los colaboradores que vienen de la Capital, que consideran que la prioridad está en atender las urgencias socioeconómicas: alimentación, vestimenta, salud, etc. Margarita lanza una suerte de consigna, que se repetirá y se resignificará, a lo largo de los años 80’, 90’ y 2001, en las organizaciones de la zona: “*Hay que levantar la cabeza de la olla para mirar más allá*”, en alusión a la imagen, sobre todo de las mujeres del barrio, revolviendo las grandes ollas populares que pululaban en las esquinas de los barrios empobrecidos por la dictadura.

A la distancia, Adolfo, un viejo militante del barrio que participó de la experiencia durante todo el período estudiado, recuerda así aquella postura: “*Atendíamos las urgencias sin descuidar lo estratégico. Y la comunicación popular resultó ser el eje más político y estratégico que nos permitió construir organización y autogestión, por afuera del aparato clientelístico partidario, de los primeros años de democracia*”.

El grupo que apuesta por esta postura se autodenomina “Centro de Comunicación Popular Renaciendo”. El nombre surge de una asamblea de vecinos y vecinas, en la que se decide publicar una revista barrial y se pone a consideración el nombre de la misma. Entre varias opciones, la más votada fue “Renaciendo”, propuesta por Julia Araujo, quien todavía vive enfrente del Centro Comunitario, colaboradora de la cooperativa de alimentos, que definió la nueva etapa democrática, después de la dictadura, como un “Renacer”.

Margarita tenía experiencia al respecto, en los 70’ había participado de la revista mimeografiada “Por los Pasillos de la Liberación”, en la villa capitalina 1-11-14 del Bajo Flores, donde militaba.

En su página WEB (www.fmreconquista.org.ar) la radio publica este relato sobre la revista, asumida como su “antecedente”:

El Centro de Comunicación Renaciendo obtuvo un subsidio que sería destinado a iniciar la Revista Barrial. Y en ese momento nos vimos en una disyuntiva. [...] El subsidio llegaba para poner en funcionamiento la Revista barrial, sin embargo en ese momento también se había fundido el motor (comunitario) del agua corriente por un mal manejo administrativo. Convocamos a los vecinos a reuniones. Sacamos una historieta con caricaturas y tuvo mucho éxito. Con una población alfabeta en desuso y con problemas de vista, debíamos encontrar una alternativa al modelo anterior de notificaciones e informaciones que eran comunicados con la máquina Olivetti, impersonal con letra muy chiquita y mucho texto. Con el nuevo formato comunicativo: dibujos graciosos y palabras claras y grandes indicábamos donde era la asamblea y a qué hora y quiénes debían concurrir, hasta un perrito con la patita levantada preguntaba ¿yo también puedo ir? En la asamblea se decidió que ese subsidio fuera o se destinara a reponer el motor del agua. Fue exitosa la convocatoria y la forma en que se realizó pero la finalidad de iniciar la revista no tuvo éxito. Entonces decidimos cumplir la voluntad de los vecinos y redoblar el esfuerzo...

De allí en más, la actividad fue intensa y variada: la revista se escribe y se ilustra con dibujos “a mano”, primero utilizarán el *stencil* y el mimeógrafo, luego el sistema de impresión *offset*, pronto sumarán fotografías pegadas al papel original que se fotoduplicará, llegando a tener una tirada mensual de dos mil ejemplares, en Villa Hidalgo y los barrios vecinos de Bajo Boulogne y Santa Ana (en el Partido de San Isidro). Se vende a 1\$ (un “peso argentino” de entonces: 1984) casa por casa. Para ello se utiliza un fin de semana al mes, en el que el grupo sale por las calles del barrio y “pasillos” de la villa, con un megáfono pregonando los títulos de los artículos de la revista.

Se organizan grupos de teatro callejero, en los que se movilizan decenas de “actores y actrices” entre los vecinos y vecinas, aprovechando especialmente los momentos religiosos “fuertes” (Semana Santa, Navidad) para recrear los Vía Crucis y Pesebres “vivientes”, al estilo de los viejos *autosacramentales*, muy comunes en la cultura popular en la Edad Media. Podemos ubicar estas expresiones dentro de la línea religiosa al interior de la Iglesia Católica argentina, conocida como “Pastoral Popular”, que reivindica el valor liberador de la “religiosidad popular”, como sustrato profundo de la “cultura popular latinoamericana” (contrapuestas a la religiosidad y cultura de las elites ilustradas). Es notable como el “pregón” callejero de las noticias, así como los autosacramentales, remiten a tradiciones populares europeas medievales, como ha investigado Mijail Bajtín (1987).

Cartillas, periódicos murales, audiovisuales con las viejas diapositivas, verdaderos raides grupales de fotografía por el barrio para obtener material para la revista, todo comunicaba, todo entusiasmaba, todo convocaba.

Además del empuje del informal equipo de conducción (cuatro o cinco personas entre las que destacaban Margarita Palacio, Carlos González y Magdalena Terrero), dos pilares sustentaron esta etapa: El “grupo juvenil” del Centro Comunitario que constituyó la masa crítica indispensable para convocar a los vecinos a participar en estas experiencias de comunicación popular. Y el marco teórico y la capacitación que encontraron en el Centro de Comunicación Educativa “La Crujía” que tenía su sede en el colegio de La Salle, del mismo distrito donde está Villa Hidalgo, General San Martín, en la cercana localidad de Billingshurst. La Crujía fue entonces y por muchos años, una usina (cuasi única en Argentina junto con Incupo) de pensamiento y prácticas comunicacionales alternativas que inspiraron y capacitaron una rica variedad de experiencias populares, entre ellas la que nos ocupa.

6.2-Los inicios

Desde luego la etapa del Centro de Comunicación Popular Renaciendo fue, en cuanto a tecnología se refiere, absolutamente analógica y también artesanal. En los años 80’ no había en Argentina fibra óptica, Internet, celulares, computadoras personales, fax, comunicaciones satelitales domiciliarias, nada de eso. En José León Suárez, eran escasos los teléfonos fijos hasta mediados de los 90’ en que se construyó una central telefónica local.

Pero ya en 1987 se podían escuchar las primeras radios “clandestinas”, según la categorización del Decreto N° 22.285 de la última dictadura cívico militar⁴, que transmitían en frecuencia modulada, en diferentes puntos del país, también en el conurbano bonaerense. El equipo del “Renaciendo”, contacta a un locutor nacional, Rafael Arrastía, quien trabajaba en Radio Belgrano con el periodista y

también locutor, Eduardo Aliverti, porque en su programa “Sin Anestesia” se comentó la experiencia de una radio “propaladora”, con bocinas parlantes, en la Villa 21 (21-24, según el catastro de la dictadura) de la Ciudad de Buenos Aires.

La visita a la Villa 21 con algunos jóvenes del Centro Comunitario, selló una fuerte amistad con Arrastía, que ha sido el capacitador en locución de generaciones que pasaron por FM Reconquista desde su fundación hasta el presente, y con Guillermo “El Flaco” Villar, creador de la radio “Villa 21” en 1986, que luego sería FM Sapucay, dirigente histórico del movimiento villero y de la comunicación comunitaria, fundador y presidente de la cooperativa Flor de Ceibo, hasta su muerte en el año 2008.

Curiosamente la FM Sapucay, en gran medida inspiradora de FM Reconquista y esta última, ocuparon en Barracas y en José León Suárez, el mismo punto del dial: 89.5 Mhz. Y en 2015, Carlos González, hace años vuelto a su Colón natal, fundó una nueva radio comunitaria en su barrio, con el nombre de “Radio Sapucay”, inspirado en la FM Reconquista.

Los primeros proyectos de radio del “Renaciendo” fueron una “propaladora”, al estilo de la primera que conocieron en la Villa 21-24, o una “radio por cable”. Ambas opciones ofrecían dificultades considerables. Adolfo recuerda:

La propaladora podía funcionar bien al interior de la villa, donde los sonidos se superponen todo el tiempo por la misma cercanía entre las viviendas. Pero en los alrededores más urbanizados, con costumbres más individualistas, podía resultar invasiva” y, respecto a la opción del cableado: “Además de costosa, presentaba dos problemas: el primero, Villa Hidalgo está atravesada por las vías del ferrocarril Belgrano, que parte el barrio en dos, como en los pueblos del interior. La vía está sobre un terraplén altísimo con respecto a las casas, era un refugio natural cuando desbordaba el río, de modo que para unir los dos sectores se hubieran necesitado postes altísimos para cruzar por encima de la vía, era una barrera física casi insalvable, pero lo que nos decidió a descartar esa opción técnica, fue el hecho de que estábamos en medio de alzamientos carapintadas⁵ y todavía estaba el fantasma de la posibilidad de un nuevo golpe de Estado. Por la tanto, en caso de golpe, no había tiempo de desmontar el cableado y las casas que tuvieran bajado el parlantito para escuchar la radio comunitaria, hubieran quedado marcadas para los represores.

Se impuso entonces la opción de la frecuencia modulada, cuyo espectro estaba casi vacío y con programación mayoritariamente de contenido musical extranjero, con canciones cantadas en inglés.

La ruptura con la estructura eclesial. El comienzo de la autogestión

En 1986 el Centro de Comunicación Popular “Renaciendo” carece de estructura jurídica pero es una realidad con presencia fuerte en el barrio de Villa Hidalgo, con base de operaciones en el Centro Comunitario Nuestra Señora de Luján, que los padres Lourdistas construyeron en el límite entre la “villa” (fracción indivisa, con una única denominación catastral y con calles y pasillos internos) y el sector de familias “propietarias” (poseedoras de un “boleto de compra-venta” de un terreno con denominación catastral individual).

Desde el año anterior, otro grupo empezaba a tener presencia e importancia en el Centro Comunitario, sus integrantes llevan a cabo tareas de voluntariado y provienen de la capital, tanto de la parroquia que atienden pastoralmente los

Lourdistas en el Barrio Norte, como de comunidades religiosas judías. Se autodenominan “Encuentro Judeo-Cristiano”, realizan reuniones ecuménicas orientados por el padre Bacqué y siguen las enseñanzas del teólogo y “filósofo del diálogo” austriaco-israelí, Martin Buber. También colectan fondos para las obras del Centro Comunitario. Algunos de ellos son gerentes de importantes empresas multinacionales.

Podemos decir, sin lugar a dudas, que lo que ocurre al interior del Centro Comunitario es la coexistencia de dos “grupos de poder”, uno con inserción territorial y compuesto en su mayoría por habitantes del barrio (Centro de Comunicación Popular Renaciendo) y otro de voluntariado “externo” pero con alta capacidad económica para financiar el trabajo social (Encuentro Judeo-Cristiano). Durante la inundación de 1985, coordinan con éxito sus esfuerzos y roles. Por un lado vecinos y vecinas que participan en el Centro Comunitario convocan a un “Consejo Barrial”, donde conviven organizaciones de base, instituciones jurídicamente más consolidadas, agentes del Estado, iglesias y punteros políticos. Recorren el barrio, establecen lugares seguros no alcanzados por las aguas para la evacuación de personas y el resguardo de muebles, distribuyen la ayuda en víveres, agua potable, mantas, pañales, etc. Y censan necesidades para cuando las aguas bajen y comience el regreso a las casas.

Por su parte el “Encuentro Judeo-Cristiano”, colecta con mucha eficacia en la capital y en las empresas con las que tiene vínculos la ayuda necesaria. Pero las miradas son diferentes, un grupo apunta a la autogestión vecinal y al empoderamiento popular, el otro a una asistencia solidaria que descrea de la capacidad organizativa de los pobres.

Después de la inundación (hubo dos más en 1987 y 1988), la ginecóloga voluntaria del “Encuentro”, toma la iniciativa de introducir dispositivos intrauterinos (DIU) a las mujeres que se acercan al consultorio instalado en el Centro Comunitario. Desde el equipo de comunicación popular le cuestionan la falta de charlas formativas, con información sobre las diferentes opciones de prevención de embarazos no deseados, sus beneficios y sus riesgos, dentro de una política de capacitación y reflexión colectiva sobre derechos reproductivos. La doctora se niega, plantea que es un esfuerzo vano, lo importante es el control poblacional, desde la autoridad científica que da el conocimiento profesional.

Dice Margarita Palacio: “*Estábamos frente a un grupo que parecía una ‘misión de paz’ yankee al estilo de la Alianza para el Progreso y la doctrina McNamara*”⁶. La doctora avanza y no admite injerencias en su tarea. Comunicadores y comunicadoras reaccionan con un artículo crítico en la revista “Renaciendo” sobre la presencia de las empresas multinacionales en Argentina, y con un ciclo de cine-debate, que incluye la película “Yaguar Mallku” (Sangre de Cóndor), del director boliviano Jorge Sanjinés, donde una misión médica norteamericana esteriliza a la población originaria.

El padre Bacqué salda a favor de su creación: el “Encuentro Judeo-Cristiano”. El grupo “comunicador”, entonces, abandona el Centro Comunitario, pero permanece todavía en la obra lourdista, reuniéndose en el colegio San Martín de Porres, al otro lado de las vías que dividen el barrio. Algunos de ellos integran la comisión directiva de la Junta Vecinal que preside el director de la escuela, y desde la que vienen trabajando la instalación de la red de agua potable en la zona, aprovechando el Plan Pro Agua, de la entonces empresa

estatal Obras Sanitarias de la Nación, con la participación de un “Cuerpo de delegados y delegadas de manzanas”, elegidos en asamblea pública.

Corre el año 1987 y la política argentina es un hervidero. Reseñamos algunos hechos porque FM Reconquista no constituye una experiencia aislada, el “clima de época” sellará la impronta que tendrá su fundación:

- * El 26 de enero la Confederación General del Trabajo-CGT- realiza la octava huelga general durante el gobierno de Raúl Alfonsín.

- * El 31 de marzo el presidente Alfonsín designa a un sindicalista peronista, Elvio Alderete, al frente del Ministerio de Trabajo, sellando el fracaso de la embestida contra las estructuras gremiales que represento el proyecto de la llamada “Ley Mucci”, apellido del primer Ministro de Trabajo de Alfonsín.

- * El 6 de abril el Papa Juan Pablo II realiza su segunda visita a la Argentina (la primera fue en 1982 durante la guerra por Malvinas), después de permanecer en Chile la semana anterior. En siete días hizo un recorrido por las diez ciudades más pobladas del país y un cierre multitudinario con la Misa del Domingo de Ramos. Se cumplían dos años de la firma del tratado de paz, con el Vaticano como mediador en las negociaciones, por el conflicto del Canal de Beagle.

- * Sólo tres días después de finalizada la visita del Papa se produce el primer alzamiento *carapintada* durante la Semana Santa, nuevamente multitudes se vuelcan a las calles pero esta vez para defender la democracia.

- * El 4 de junio, se promulga la Ley de Obediencia Debida. En la Noche Buena de 1986 se había promulgado la de Punto Final. Ambas apuntaban a eximir de responsabilidad penal a personal militar y de las fuerzas de seguridad por los delitos de lesa humanidad cometidos, con la excepción de violaciones y sustracción y cambio de identidad de menores.

- * En el mismo mes se debate y aprueba en el Parlamento la Ley de Divorcio Vincular.

- * En torno al aniversario de su fallecimiento, ocurrido el 1° de julio de 1974, seccionan y roban las manos del General Perón del cementerio de la Chacarita.

- * En septiembre renuncia el Ministro Alderete y lo reemplaza nuevamente un radical, Ideler Tonelli.

- * El justicialismo gana las elecciones parlamentarias y en la Provincia de Buenos Aires el peronismo “renovador”, en un frente con la Democracia Cristiana, obtiene la gobernación con Antonio Cafiero como candidato, sellando la declinación política del gobierno de Raúl Alfonsín, que dos años después tendrá que adelantar la finalización de su mandato.

- * El 4 de noviembre la CGT realiza la novena huelga general durante el gobierno radical

- * El 8 y 9 de diciembre la CGT realiza la décima huelga general al gobierno de Alfonsín.

Esta breve y parcial reseña de hechos tan trascendentes para nuestra historia, en tan sólo un año, algunos con diferencia de días entre ellos, muestra claramente la manera vertiginosa de la vida política durante el primer gobierno post dictadura. Las discusiones se trasladan a los lugares de trabajo y a los barrios, versan sobre el fracaso del plan de estabilización monetaria “Austral”, la refinanciación de la deuda externa realizada a principios de año, la “claudicación” en las políticas de derechos humanos, el golpismo.

El equipo de “Renaciendo” vive intensamente estos hechos, participan de la misa del Papa en el Mercado Central con los trabajadores, de las marchas contra los alzamientos carapintados, de las concentraciones de la CGT.

En ese contexto a mediados de 1986 se había formalizado la constitución del “Movimiento Todos por la Patria”-MTP- congregando militantes de diversos sectores de izquierda y progresistas, que hasta el momento se expresaban a través de la revista “Entre Todos”. La movida fue conducida, aunque no *en superficie*, por Enrique Gorriarán Merlo, ex guerrillero que en los setenta revistó en el Ejército Revolucionario del Pueblo-ERP- ala militar del Partido Revolucionario del Pueblo-PRT-. El MTP finalizará su corta existencia política con el copamiento al cuartel de La Tablada en 1989 de trágico final⁷.

Varios testimonios recogidos en Villa Hidalgo, refieren que el MTP mantuvo una reunión-asamblea en la Escuela San Martín de Porres en 1986, un día no lectivo, en el patio de la escuela, con un número de asistentes cercano al centenar, en un mediodía donde, según los vecinos consultados, ese sector del barrio fue sorprendido por la llegada de tantos vehículos que estacionaban en la tranquila calle de tierra Rubén Darío, de dos cuadras de largo en su totalidad, en el límite con el partido de San Isidro, con frente a la cual se asienta la escuela. Entre otros, participaron el Padre Antonio Puigjané, el también sacerdote, teólogo y filósofo Rubén Dri, conocido y amigo del maestro Daniel Rollano, y el periodista Carlos Alberto “Quito” Burgos, muerto en el ataque al cuartel de La Tablada. Los tres integraron la Mesa Nacional del MTP. Además Rollano, Puigjané y Dri participaban del “Encuentro Cristiano”, una iniciativa dentro del mismo espacio político. Hacia fines de 1987 Dri se distancia de la organización en un proceso de rupturas que ocurren al interior de la misma.

Desde entonces se sucederán las discusiones entre dos posturas en la Escuela San Martín de Porres, por un lado el director y el maestro Rollano (fallecido unos años después en un accidente vial), propician, no una incorporación lisa y llana, sino el accionar conjunto con el MTP, por el otro los “comunicadores y comunicadoras”, provenientes del Centro Comunitario, sostienen que se debe continuar con el trabajo “de base” independiente y pluralista al interior del barrio, si bien orientado desde una concepción cristiana y peronista. Esta última posición es conducida por la maestra Margarita Palacio y Carlos González. Al interior del cuerpo docente también se *dividen las aguas*.

Durante ese año el “Encuentro Judeo- Cristiano” financia obras y equipamiento en el Centro Comunitario y el MTP en la escuela, incluyendo construcción de aulas y puesta a punto del micro escolar.

Por entonces se suman al trabajo social y vecinal de la escuela, el Padre Miguel Ramondeti, ex secretario general del Movimiento de Sacerdotes para el Tercer Mundo en la década del setenta (ya fallecido) y una religiosa conocida como María Esther, quienes habían trabajado juntos en Nicaragua, en tareas educativas, dentro de las campañas de alfabetización que encaró el Frente Sandinista de Liberación. Intentarán mantener una posición conciliadora frente a las crecientes disputas al interior del trabajo territorial de base.

Pero en el verano de 1988, durante el receso escolar, el Padre Bacqué, en su condición de Representante Legal del colegio, envía telegramas de despido a Margarita Palacio y Carlos González. Esto provoca una cadena de renuncias en el plantel docente, hacia el inicio de clases la mitad del personal ha sido despedida o renunció. Son reemplazados en su mayoría con militantes o simpatizantes del MTP. El barrio de Villa Hidalgo conoce la ruptura a través de

los dos mil ejemplares que vende la revista “Renaciendo”, que en su número de marzo publica notas y cartas de los despedidos y de los que renunciaron en solidaridad.

El “Encuentro quechua-guaraní”

El grupo de militantes desplazados de la obra lourdista instala su centro de operaciones en la vivienda que ocupan en el barrio, enfrente de la escuela, Margarita Palacio, su esposo, su hijo y sus dos hijas, de cinco, cuatro y dos años. Allí funcionará en el garaje la redacción de la revista, las reuniones se mantendrán en el living comedor, en los fondos dos habitaciones servirán de depósito, donde se ubican resmas de papel, herramientas y máquinas para trabajos comunitarios, materiales de consulta o de difusión y el amplio patio servirá para reuniones y asados al aire libre.

La casa familiar se transforma en un local comunitario multiuso, todos limpian, todos ayudan a cuidar a niñas y niño, se turnan para cocinar. Margarita comienza a trabajar en la delegación distrital del entonces Ministerio de Desarrollo Social provincial, que funcionaba en el municipio. El delegado era el “Gordo” Alberto Márquez, quien en los 70’ había militado en la Juventud Trabajadora Peronista -JTP- y será asesinado por policías federales durante las manifestaciones en Plaza de Mayo que terminaron con el gobierno del Presidente De la Rúa⁸. Su esposo era empleado en el vecino municipio de Vicente López.

El grupo trabaja en varios frentes con fuerte acento puesto en la comunicación popular, pero también se encaran tareas de mejoramiento barrial, educación popular, temas vinculados a lo que hoy llamaríamos problemática de “géneros”, con énfasis en la situación de las mujeres. Margarita sigue impulsando consignas o “ideas-fuerza”: en el 83’ era *“Levantar la cabeza de la olla, para mirar más allá”*, ahora: *“Somos doblemente explotadas, primero por ser pobres, luego por ser mujeres”*.

Ella, su esposo, Magdalena Terrero (hoy coordina la Fundación Vivienda y Comunidad y es Directora de Economía Social en el municipio local), Carlos González (actualmente reside con su familia en Colón, provincia de Entre Ríos, donde fundó FM Zapucay y un centro de capacitación juvenil), algunos jóvenes que se formaron con ellos en el grupo juvenil del Centro Comunitario, ex - docentes y algunas madres y padres de la escuela, conforman este grupo informal de militantes barriales. Un poco en broma, un poco en serio, eligen un nombre para autoidentificarse, relacionado a sus orígenes étnicos. Recuerda Luis, en aquella época un integrante del grupo juvenil:

Como en el barrio la derecha, llamémosle así, quedó manejando el centro comunitario, y era el ‘Encuentro Judeo-Cristiano’, y por izquierda el MTP, instalado en el colegio, había lanzado un frente ecuménico que llamó ‘Encuentro Cristiano’, nosotros que éramos todos provenientes de las provincias del noroeste y del litoral, decidimos llamarnos ‘Encuentro quechua-guaraní’, una humorada con respecto a los otros dos ‘encuentros’, pero llena de identidad profunda.

1988. La radio

Con financiamiento de la agencia para el desarrollo holandesa Cebemo, al que acceden a través de contactos originados en el Centro de Comunicación Educativa La Crujía, el 20 de marzo de 1988, comienza sus transmisiones FM

Reconquista. Unos días antes, visita Villa Hidalgo, el profesor Amable Rosario, un especialista dominicano en comunicación popular vinculado al Centro “La Crujía” y a radio *Nederland*⁹. Recorre el barrio, observa los últimos preparativos para el lanzamiento de la que será una de las primeras radios comunitarias en Argentina, anima al equipo. Margarita le otorga gran importancia a esa visita: *“La presencia del profesor Amable Rosario nos dio el impulso que necesitábamos en un momento crucial. Nos confirmó en el entusiasmo, nos orientó para darle un marco festivo y popular al lanzamiento de un trabajo evidentemente de masas”*.

El nombre elegido para la radio hará referencia tanto al río ubicado a un kilómetro de la planta transmisora, tan presente en la vida local debido a las recurrentes inundaciones, como a la gesta criolla, ocurrida en el siglo diecinueve, de recuperación de la ciudad de Buenos Aires de manos del ejército imperial inglés, de la que participaron los gauchos que habitaban la zona donde se ubica FM Reconquista. *“En el siglo diecinueve fue necesario reconquistar Buenos Aires, en el siglo veinte tenemos que reconquistar la palabra para el pueblo”* puede leerse en un ya viejo manifiesto, con las típicas letras del tipo de las máquinas de escribir, que se resguarda en la radio.

Según los testimonios, la inauguración fue festiva y épica, a la vez. En palabras de Margarita:

Quando se instaló la torre de transmisión, que en ese momento sólo tenía treinta metros de altura, pero nos parecía inmensa, un grupo importante de vecinas y vecinos observaba trabajar a los torristas. Las miradas me hicieron acordar a la película de Fellini *Amarcord*, cuando la población de un pequeño pueblo ve llegar a sus costas de pescadores de barcaza, un transatlántico, que les parece inconmensurable. Y al comenzar la transmisión, fue increíble, la gente sacaba sus aparatos de radio a la vereda, como mostrando que era real, el barrio tenía su radio.

La emisora se instaló en un terreno propiedad de Margarita y su esposo, en donde vivía Carlos González, su esposa y su pequeña hija, en una casilla premoldeada. El “estudio” se ubicó en la pieza de la niña: sobre una mesa se colocaron dos bandejas giradiscos, una doble *cassetera*, una consola de ocho canales y tres micrófonos de mesa. A un lado de la mesa conductores y conductoras de programas, al otro el operador técnico. En el comedor el transmisor de 30 vatios.

A los pocos días de iniciar las transmisiones, sucede una nueva inundación y el terreno de la radio es utilizado como campamento de evacuados: *“Desde la calle se veía un montón de carpas y casillas improvisadas y del medio salía la torre con la antena”* recuerda Luis Castagnharo, en aquella época un muchacho proveniente del grupo juvenil del Centro Comunitario, que se había sumado al Encuentro Quechua-Guaraní y que hoy integra la conducción del club de fútbol local ubicado a pocos metros de la radio. Todos los consultados coinciden en que fue como el “bautismo de agua” para la nueva emisora, que cumplió un papel fundamental en la emergencia ya que los vecinos que se quedaban en los techos de sus casas, previniendo posibles robos, llevaban las radios “portátiles”, para recibir mensajes de sus familias evacuadas, enterarse de los partes meteorológicos y *“escuchar la música de sus pagos que ninguna FM pasaba en aquella época. Los botes de Defensa Civil que les acercaban agua potable, mantas y alimentos, llevaban también pilas eléctricas para las portátiles”*, dice

Castagnharo. El Viernes Santo de aquel año las aguas bajaron y los evacuados comenzaron a regresar a sus casas y emprender las tareas de limpieza y reconstrucción.

Como señalamos antes, el decreto N° 22.285, de la última dictadura, establecía la condición de “clandestinidad” de las radios que operaran sin autorización del Comité Federal de Radiodifusión-COMFER- Estas emisoras podían ser allanadas y “decomisados” sus equipos. Los militantes de FM Reconquista comienzan la construcción del estudio de radio y dejan preparado un refugio secreto para los equipos, en un terreno contiguo, disimulado como una cámara séptica para el caso de que ocurriera un allanamiento, se ensayan simulacros midiendo los tiempos necesarios para desarmar y ocultar el escaso equipamiento técnico.

También contactan con el gremio de judiciales de San Martín, para que les adviertan si se libraba alguna orden de allanamiento desde los tribunales del distrito. En la primavera de ese año, en la radio reciben un llamado que les avisa que un oficial de justicia se dirige hacia allí con policías. Se comunica la situación al vecindario a través de los micrófonos “al aire” y se produce una verdadera movilización vecinal. Así lo recuerda Bruno Romero, un vecino chaqueño, que con el tiempo hará historia en la radio con su música litoraleña:

Yo llegaba de la fábrica y escuché que querían cerrar la radio. Me puse como loco y empecé a llamar a mis amigos chamameceros del barrio, y ahí nomás nos fuimos con palos y algún machete para la radio. Vimos a un hombre cargando los equipos en una camioneta y nos fuimos ‘al humo’, pero llegamos y vimos que ya estaban ahí Doña Margarita y otros compañeros, ellos habían traído la camioneta para sacar todo antes que llegue la policía. Nos quedamos custodiando en la puerta y entonces llegaron unos colectiveros de la 407, que tenía su terminal a la vuelta de la radio y bloquearon las esquinas con los colectivos, para que no pase la policía.

Finalmente se produjo un allanamiento y decomiso, pero en una radio cercana de la localidad de Villa Adelina, contemporánea de FM Reconquista, aunque de carácter comercial. La falsa alarma sirvió a sus fundadores como una de las primeras mediciones de impacto social de la emisora.

A mediados del año concluyen las obras de la red de agua potable en el sector del barrio donde se ubica la planta transmisora. Los militantes del “Encuentro quechua-guaraní” conviven todavía con los del “Encuentro cristiano”, al interior de la comisión directiva de la Junta Vecinal “San Martín de Porres”, organización que impulsa y gestiona la obra. Al acto oficial de inauguración concurre el intendente municipal, Carlos “Tato” Brown, que por aquellos años militaba en la “Renovación Peronista” (luego será sucesivamente “menemista”, “duhaldista”, y hoy integra el Frente Renovador del diputado Sergio Massa), pero lo encabeza el entonces Ministro de Obras y Servicios Públicos de la Nación, Rodolfo Terragno, debido a que dentro de su incumbencia estaba el Plan Pro-Agua, de la estatal Obras Sanitarias de la Nación.

Radio Reconquista no cubre el evento, ya que teme que el Ministro denuncie la “clandestinidad” de la reciente emisora. Si bien el Comfer dependía directamente de la Presidencia de la Nación, el Ministerio de Obras y Servicios Públicos intervenía en el área de las comunicaciones, y además Terragno empezaba a mostrar una iniciativa privatizadora principalmente con el fallido intento, durante su gestión, de entregar Aerolíneas Argentinas a la empresa

escandinava SAS. El grupo de la radio lo percibía más en sintonía con la línea del interventor del Comfer, Pedro Sánchez, ejecutor acérrimo del decreto 22.285 de la dictadura y alejado ideológicamente de otro sector del radicalismo gobernante, más afín a las experiencias comunitarias.

Este episodio al interior de un barrio del conurbano, es una expresión de las tensiones que recorren la época respecto del rol del Estado y el derecho a la comunicación. Entre 1985 y 1988, transcurren arduas disputas sobre los criterios en que debe basarse una política pública de radiodifusión (hoy diríamos servicios audiovisuales) tanto al interior del gobierno nacional, como de la Unión Cívica Radical y el Partido Justicialista. Con posturas divergentes se suceden los anteproyectos de ley, pero todos terminan perdiendo el “estado parlamentario” por el *lobby* que mantienen los medios dominantes de la época, como detallamos en el punto 8.1. Lo cierto es que el primer año en el aire de FM Reconquista está signado por fuertes discusiones en torno a la necesidad de una nueva ley de radiodifusión, que recién llegará en el año 2009.

Unos días después, ya sin la presencia del Ministro, se lleva a cabo una fiesta popular en el predio de la radio, para celebrar la llegada del agua potable al barrio, una experiencia participativa que se replicará en el futuro, apelando a las asambleas y la elección de delegados por manzana, para nuevas obras públicas. En el aspecto económico fueron cruciales los primeros dos años durante los cuales se fue consolidando una “cartera” de cincuenta anunciantes locales altamente *fidelizados*. Además de la ayuda recibida de la Fundación Vivienda y Comunidad. Hoy Magdalena Terrero está al frente de la institución y recuerda:

FM Reconquista fue un caso muy particular, porque la fundación estaba orientada a la vivienda popular, pero la radio dinamizaba tanto los emprendimientos que apoyábamos en la zona que decidimos cooperar con ella. Durante los primeros dos años les otorgamos una suma mensual para cubrir al menos una parte de los gastos corrientes.

El otro componente que explica no sólo la supervivencia sino el crecimiento de la emisora, es el trabajo voluntario de sus integrantes y el aporte gratuito de profesionales amigos. Ya mencionamos al locutor nacional Rafael Arrastía, que hoy conduce la consultora *Comunicare*, quien junto con el operador técnico Agustín Tealdo, hoy director de la escuela radiofónica ETER, continuaron con la formación que se había iniciado en las aulas de “La Crujía”, pero ya con un carácter técnico específico y extendido a todo el grupo fundacional. Para Arrastía: “*Se logró armonizar la técnica profesional con el espíritu popular de la radio. Todos aprendimos mucho*”. Otra intervención profesional enriquecedora fue la colaboración del reconocido arquitecto Rodolfo Livingston, que diseñó la planta transmisora y los estudios de FM Reconquista.

1989. La “legalidad”

A poco de asumir la presidencia de la Nación, el candidato justicialista triunfante produce un giro inimaginable para sus votantes, aplicando principios del neoliberalismo, después de haber prometido la “Revolución productiva” y el “salariozo”. En ese contexto envía al Congreso Nacional una ley *ómnibus*, conocida como “Reforma del Estado”, que incluía la privatización de importantes empresas estatales y otras medidas de economía ortodoxa. Pero allí se *filtró* en la parte final del artículo 65, que con pocos incisos inauguró la

concentración monopólica de la radiodifusión, una frase en apariencia insignificante, frente a la dimensión de los cambios estructurales que proponía la ley, por la cual se encargaba al Comfer la facultad de “*regular el funcionamiento de aquellos medios que no se encuentren encuadrados en las disposiciones vigentes*” hasta el dictado de una nueva ley de radiodifusión, hecho que como sabemos no ocurrió hasta veinte años después.

La “regulación” se estableció mediante el Decreto N° 1357/89, por el cual se procedía a empadronar a todas las emisoras hasta ese momento encuadradas como “clandestinas” por la disposición dictatorial N° 22.285. Las que no cumplieran el requisito quedarían expuestas al decomiso de su equipamiento y el cese compulsivo de sus transmisiones. Esto no significó el reconocimiento de la categoría de “radios comunitarias”, con formas de propiedad social del medio, sino que las inscriptas revestían el carácter de radios comerciales, las únicas reconocidas hasta el momento, además de las estatales, por la normativa vigente.

En medio de intensos debates al interior del espacio de la comunicación comunitaria sobre la pertinencia o no de la inscripción, FM Reconquista, como la mayoría de las emisoras carentes de “licencia” y operativas en esa etapa, se inscribió cumpliendo con todos los requisitos establecidos por el decreto presidencial. Terminaba la “clandestinidad”.

6.3-Los noventa

Década de neoliberalismo, privatizaciones, alineamiento con el llamado “Consenso de Washington”¹⁰, los 90’ dejaron atrás lo que Cavarozzi denomina la “matriz estado céntrica” (1996), para implantar el poder de facto de los grupos económico financieros concentrados y transnacionales. Frente a esta impronta de época de escala global, las organizaciones populares tuvieron que redefinir sus prácticas, enfrentar nuevos interlocutores, obtener canales de financiación alternativos y en muchos frentes reivindicativos surgieron nuevas formas de organización. Sólo a modo de ejemplo podemos citar: los diversos movimientos de trabajadores desocupados “piqueteros”, el Movimiento de Mujeres Agropecuarias en Lucha, que resistían los remates de sus pequeños campos, formas alternativas de economía popular autogestionada, “cuerpos de delegados” de asentamientos poblacionales surgidos de tomas de tierras, etc.

FM Reconquista consolida su presencia y su condición de “radio que hace”, desplegando un trabajo territorial durante toda la década que dio por resultado, por un lado, la consolidación de un “poder” local no atado al clientelismo partidario o eclesial, y que irá derivando en la construcción de la “Red Comunicacional y Social”, y por otro, una serie de realizaciones vinculadas al desarrollo de su zona de influencia de vasta envergadura económica y urbanística, que reseñamos en el punto 9 del presente trabajo.

En 1989 militantes de la emisora disputan con éxito en asamblea pública la conducción de la Junta Vecinal “San Martín de Porres”, cuya comisión ya integraban pero en minoría, y en la misma asamblea, con presencia de un veedor municipal se cambia el nombre de la entidad por el de “Sociedad de Fomento Reconquista”.

Según el actual coordinador de la radio, Rafael González: “*Ganamos la sociedad de fomento, y de a poco fuimos ‘conteniendo’ en la comisión a los punteros del barrio, que se contentaban con figurar y nos dejaban hacer. Así evitamos que nos armaran con apoyo municipal otras comisiones paralelas*”.

Durante los 90' la Sociedad de Fomento será una herramienta institucional fundamental para el trabajo territorial en Villa Hidalgo. Sobre la incorporación de los punteros a la comisión directiva, agrega Adolfo:

Tejimos un red invisible en base a la relación personal, demostrándoles a los punteros que no pretendíamos competir con ellos en el terreno partidario, donde se movían como pez en el agua, sino hacerlos partícipes de la capitalización de importantes logros de infraestructura, que ellos no podían realizar, porque con la ola neoliberal no conseguían obra pública por parte del municipio, sólo obtenían chapas, zapatillas, esas cosas, para repartir entre sus afiliados. Nosotros teníamos objetivos estratégicos mucho más amplios para el desarrollo local y manejábamos otras prácticas para lograrlos. Pero no competíamos, por el contrario ellos fueron nuestro 'escudo' protector frente al municipio y los dirigentes políticos tradicionales, que no pudieron advertir tempranamente que otro tipo de poder territorial crecía, sólo lo vieron cuando ya no nos podían parar y entonces tuvieron que convivir con nosotros.

También los militantes de la radio lograron unificar la Sociedad de Fomento, hasta entonces una entidad de "propietarios", con la "Comisión de Residentes", que representaba a la mayoritaria población de la villa y asentamientos del barrio. Esta última se disolvió y se integró a la Sociedad de Fomento primero creando una "Subcomisión" y en la siguiente Asamblea, modificados los estatutos sociales, conformaron una única comisión integrada por partes iguales por "propietarios" y "residentes".

Esto significó, terminar con la representación vecinal dividida y a la vez, una verdadera innovación democratizadora en la vieja concepción de los "fomentistas" tradicionales, cuya federación distrital llegará a presidir, años después, la Sociedad de Fomento "Reconquista".

Paralelamente Margarita Palacio con un grupo de vecinas crean la Asociación Civil de Mujeres "La Colmena", para atender problemáticas de género, salud reproductiva y violencia familiar e inauguran en la villa la "Casa de la Mujer". Con el tiempo "La Colmena" será la organización que gestione legalmente la radio y desplegará emprendimientos en muchos frentes vinculados a los ya señalados: Educación, salud, alimentación, nuevas tecnologías, comunicación popular. Para ello deberá reformular en sus estatutos los objetivos sociales y la personería jurídica quedará registrada con el nombre más breve de "Asociación de Mujeres La Colmena" (sin el aditamento "Civil"). También será el pivote sobre el que se articulen luego las redes de jardines y comedores infantiles.

El mismo año se crean a instancias de la Secretaría de Gobierno del Municipio de San Martín, los "Consejos Comunitarios", más o menos respetando la distribución en localidades, con algunas variantes de límites. También se organiza el "Consejo Comunitario Central" de General San Martín, conformado por los presidentes de todos los consejos locales. Esta herramienta organizativa vecinal reunía a todas las organizaciones con presencia dentro de su radio de acción, y el municipio le reconocía genuina representatividad, para plantear las prioridades de cada zona.

La iniciativa fue impulsada por la agrupación peronista Rodolfo Walsh, que controlaba la Secretaría de Gobierno, aunque por poco tiempo, porque producidos los indultos a los genocidas, dictados por el presidente Carlos Menem¹¹, se dividieron las aguas políticas: el intendente municipal Carlos

Brown se alineó con Menem y sus funcionarios provenientes de la Rodolfo Walsh, en disidencia, renunciaron a sus cargos.

Pero la herramienta perduró hasta entrada la década y fue muy dinámica, sobre todo en José León Suárez, donde con el consenso de todas las organizaciones que lo integraban, Radio Reconquista ejerció la presidencia. Algo insólito, ya que por entonces, todavía estaba instalado en el sentido común institucional que las radios comunitarias eran *truchas*, ilegales, lo cual demuestra el ascendiente de la emisora entre los dirigentes sociales locales que eran asiduos visitantes de sus estudios.

Del mismo modo que lo hizo en la Sociedad de Fomento, la radio comunitaria impulsó la convivencia de las entidades más tradicionales, conformadas jurídicamente, tales como centros de jubilados, cooperadoras escolares, bibliotecas populares y las mismas sociedades de fomento o “juntas vecinales”, con formas organizativas más novedosas e informales, surgidas al calor de nuevos problemas sociales, como los “delegados” de los nuevos asentamientos de viviendas precarias, asociaciones de mujeres, comedores, merenderos y huertas comunitarias, todas surgidas junto a las “ollas populares” improvisadas en las crisis de las hiperinflaciones de 1989 y 1990.

Para dimensionar la importancia del Consejo Comunitario de José León Suárez, señalemos que su población estaba estimada, al finalizar la década, en más de 120.000 habitantes, casi un tercio de la población total del Municipio de General San Martín¹². Además, abarcaba territorialmente, junto a barrios de clase media más urbanizados, a la populosa Área Geográfica Reconquista.

La radio comunitaria pasa a ser un espacio de nucleamiento y convivencia de las diferentes organizaciones territoriales y sociales, todas tienen micrófono, todas se potencian con la comunicación horizontal y participativa. A través del tiempo FM Reconquista siempre mantendrá la estrategia de integrar los sectores medios y los pobres y excluidos en torno a objetivos comunes.

Son tiempos difíciles de retroceso del Estado. La radio cuenta con dos herramientas organizativas para impulsar el desarrollo local: La Sociedad de Fomento y el Consejo Comunitario (afirmadas en la Federación de Sociedades de Fomento y en el Consejo Comunitario Central). Con ellas deberá enfrentar, acordar, articular y negociar con nuevos y poderosos factores de poder, entre ellos Edenor y Aguas Argentinas, multinacionales que se quedaron con las viejas empresas estatales de servicios públicos, en virtud de la ley 23.696 de Reforma del Estado.

El plan estratégico de desarrollo local impulsado por FM Reconquista incluyó objetivos ambiciosos, tanto por la inversión económica necesaria para llevarlo a cabo, como por el impacto social que se obtendría: redes eléctricas de mediana y baja tensión, renovación estructural de las mallas de distribución de agua potable, entubamiento de zanjas, construcción de veredas, asfalto de calles, construcción de nuevos edificios escolares, así como reparación y ampliación de los existentes, resolución del tema hídrico en las zonas de “baja cota” para evitar inundaciones y a su vez para posibilitar procesos de regularización dominial, parquización de vastos basurales y su reconversión en campos de deporte, etc.

Cuando fue posible se encararon trabajos comunitarios, como se había hecho con el agua potable, donde los vecinos hicieron las zanjas y compraron en forma cooperativa los materiales, con la asistencia técnica del Estado, buscando desarrollar en la población experiencia organizativa y de autogestión.

Se articuló y negoció con el Estado, nacional, provincial o municipal, según el caso y también se encaró la relación directa con los nuevos poderes fácticos de los 90', las empresas privatizadas, que como señalamos antes, pasaron a controlar los servicios públicos esenciales.

Respecto del rol de interlocutor válido que ocupó la radio comunitaria, para la obtención de importantes inversiones para el desarrollo de los barrios en el Área Geográfica Reconquista, algunos hechos observables resultan cualitativamente significativos:

En 1993, miembros del directorio de *Electricité de France*. EDF. Sociedad del Estado francés, una de las empresas propietarias de Edenor S.A., distribuidora de electricidad en el noroeste del conurbano bonaerense¹³, visitan la Argentina para monitorear “en terreno” su proceso de inversiones. Uno de los puntos de su agenda es visitar los estudios de FM Reconquista, donde se someten a una extensa entrevista “al aire”, sobre su política empresarial hacia las zonas de villas y asentamientos, acompañados por los gerentes de la empresa en el país, que luego de fuertes negociaciones con la Sociedad de Fomento Reconquista, habían firmado un “convenio marco”, para la construcción total de nuevas redes eléctricas de media y baja tensión en las condiciones técnicas comprometidas en el contrato de privatización, más la multiplicación de los “transformadores” que distribuyen la energía por sectores, en cantidad suficiente para sostener la demanda, comenzando en Villa Hidalgo, para luego extender la obra a todos los barrios del Área Reconquista.

En 1994, una comisión de “Las Cortes” del Reino de España, llegan a la Argentina, para auditar la participación de la Empresa Nacional de Electricidad S. A.-ENDESA, propiedad del Estado español, en EDENOR S. A. Pertenecen al Partido Socialista Español (PSOE), al Partido Popular (PP) y a Izquierda Unida. Nuevamente a través de sus gerentes en Argentina, solicitan entrevistarse con la dirección de FM Reconquista y piden ser acompañados por ella a recorrer los barrios donde se desarrollan las obras.

Nos dice Alejandro Palomo, miembro del “Consejo de radio” de la emisora y Presidente de la Junta Vecinal “Juntos Seremos Más”, de Villa La Cárcova: *“Los españoles no podían creer que en Argentina se pretendiera cobrar la luz en barrios tan pobres ¡Y eran los dueños de la empresa! O sea que los directivos argentinos eran todavía más capitalistas salvajes que sus patrones españoles”*. Al respecto, con el tiempo se consolidaron dos modalidades, en algunos casos los vecinos prefirieron contar con un medidor individual y una factura a su nombre, que les garantizara su condición de “cliente” y el derecho al servicio técnico establecido en el contrato correspondiente. Además una factura de un servicio público suele operar como “certificado de domicilio” para las familias que no poseen escritura legal de sus terrenos, lo que les permite obtener crédito y compras financiadas en cuotas en los comercios. Pero después de la crisis del año 2001, muchas zonas quedaron conectadas a un medidor “comunitario” cuyo consumo abona el Municipio.

En 1995, la red de agua potable, realizada en la década del 80' mediante el Plan Pro Agua, así como las “mallas” de los barrios que habían realizado las obras luego, por el sistema de contratación privada de obra, estaban obsoletas y la presión del agua había disminuido notablemente, dado el crecimiento de la población y el consumo. En verano directamente durante el día no había provisión de agua.

El Consejo Comunitario de José León Suárez, presidido por la radio, encaró con éxito las negociaciones con Lxonnaise Des Eaux. Compagnie Generales de Eaux S. A. (luego “Grupo Suez”) y Aguas de Barcelona (Grupo Agbar), propietarias, junto con otras empresas de Aguas Argentinas, responsable en el conurbano bonaerense de la extensión y mantenimiento de las redes de agua potable y cloacas¹⁴. La empresa instruyó a sus gerentes locales para que asistieran a las asambleas públicas de vecinos impulsadas por las organizaciones nucleadas en el Consejo Comunitario y convocadas desde los micrófonos de la radio. Como resultado de las negociaciones, en el marco de una fuerte movilización vecinal, Aguas Argentinas aceptó modificar su plan de inversiones para actualizar el “mallado” de las zonas afectadas, este hecho significó técnicamente el “adelanto de metas”, comprometidas en el contrato de privatización para años posteriores. El logro cobra mayor relevancia si atendemos a que la empresa no sólo no adelantaba, sino que incumplía recurrentemente sus compromisos de inversión.

En los Libros de Actas de las Sociedades de Fomento “Fernando Hidalgo”, “Honor y Patria” y “Reconquista”, se consigna tanto la participación de la empresa como la presencia de Radio Reconquista en las asambleas, con el fin de realizar grabaciones para su difusión a la población.

Seleccionamos estos ejemplos, porque, como dijimos nos parecen significativos de un cambio de interlocutores durante la década neoliberal, en la zona observada. Por un lado nuevas formas de organización, por fuera de los tradicionales aparatos partidarios y por otro, poderosos actores económicos monopólicos, donde el Estado interviene apenas administrativamente para refrendar lo que las partes hayan acordado, como resultado del accionar reivindicativo de las organizaciones sociales.

6.4-La implosión del modelo neoliberal (2000-2001)

En el final del siglo XX la situación de endeudamiento nacional, con el cual se fue sosteniendo la llamada “convertibilidad”, que emparentaba el peso con el dólar, en la famosa relación “uno a uno”, se fue haciendo insostenible y la situación de los sectores populares se tornó muy difícil por la alta desocupación, la precarización laboral y la ausencia de redes de contención social desplegadas desde el Estado.

En el Área Reconquista vuelven a pulular, como ocurriera durante la hiperinflación de 1989, las ollas populares, los comedores y merenderos, tanto los sostenidos por las agrupaciones políticas o el municipio, como los autogestionados. Proliferan los paliativos ocupacionales desde el Estado nacional o provincial, canalizados a través de los municipios, que perdurarán en la memoria colectiva con el significante “los planes”, aun después de que el Estado los reemplazara por otras prácticas de contención social. Así el sema “planes” echó raíces colectivas como la metonimia utilizada para denominar a cualquier acción desde el Estado destinada a auxiliar a los excluidos del mercado laboral.

En el nuevo marco de situación, FM Reconquista y La Colmena, en todos sus frentes, impulsan la generación de redes por campos de acción, así surgen la “Red de Jardines Maternales y de Infantes Comunitarios de Zona Norte” y su similar de “Comedores infantiles”. La denominación “comunitarios” reviste especial importancia porque refiere a la autogestión y a formas de asociación de base, sin fines de lucro, en los barrios populares. Diferenciándose de otras

experiencias creadas y sostenidas desde los municipios, las iglesias, o fundaciones de origen empresarial, aunque articulen con ellas. Se busca la “escala” suficiente como para optimizar recursos y producir “sinergia” al interior de las redes. También la construcción común de conocimiento mediante la capacitación participativa permanente. Serán cotidianos los “talleres” y cursos, para los que se buscarán fuentes de financiación públicas y privadas. Ante las objeciones de que debe atenderse sólo la emergencia alimentaria, vuelve el apotegma de Margarita Palacio de los años 80’: “Levantar la cabeza de la olla, mirar más allá”.

En el año 2000 la Iglesia Católica celebró el “Gran Jubileo” del inicio del tercer milenio cristiano, que a diferencia de otros anteriores, se dividió en diferentes celebraciones temáticas. Entre el 1 y el 4 de Junio transcurrió en la ciudad de Roma la “XXXIV Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales” o “Jubileo para periodistas”¹⁵. FM Reconquista recibe una invitación entre sorprendente e insólita para sus integrantes: Exponer su experiencia de comunicación popular en Roma, durante la celebración del Gran Jubileo.

El Movimiento Ecuménico de los “Focolares”, que realizaba un programa semanal en la radio, ofrece hacerse cargo del traslado a Roma, alojamiento, comida y regreso de dos personas. De este modo Margarita Palacio y su esposo se hospedaron la semana en que transcurrió la “Jornada” en la residencia veraniega papal en Castelgandolfo y se les otorgó **veinte minutos**, para una exposición ilustrada con videos, ante siete mil periodistas de 52 países, con traducción simultánea a los diferentes idiomas de la audiencia. Allí pudieron exhibirse sobre el concepto de comunicación comunitaria, la comunicación como un derecho humano, las experiencias en Argentina, la realidad de las villas y la importancia de la gestión social de medios, etc.

Los presentes también pudieron ver filmaciones de las asambleas barriales para elección de delegados, programas de radio realizados por vecinos, imágenes de los cursos y talleres, panoramas de la vida en los barrios del Área Reconquista, jornadas de trabajo comunitario, etc.

El día 4 de junio el Papa Juan Pablo II, recibió a todos los participantes de la Jornada en la Sala de audiencias Pablo VI, en el Vaticano.

Isabel Gatti integra el movimiento de los *Focolares* y es Licenciada en Ciencias de la Comunicación, de la primera promoción de la carrera en la UBA. Cursó el Taller de Comunicación Comunitaria a cargo del profesor Jaime Correa, ya fallecido, en la comisión del profesor Oscar Magarola, y junto con compañeras y compañeros del curso, realizó observaciones y prácticas en FM Reconquista. Muchos años después integró el grupo argentino que viajó a Roma con motivo del “Gran Jubileo” y nos brinda su valoración de la intervención de la radio comunitaria argentina:

Con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones, el movimiento de los *Focolares* promovió un encuentro bajo el título ‘Comunicación y Unidad’. Allí nació formalmente nuestra Red *Netone* de comunicadores.

En ese marco expuso FM Reconquista su experiencia, que fue muy valorada internacionalmente, porque hizo presente la realidad de Latinoamérica y de una de sus experiencias más valiosas: la comunicación comunitaria.

La presencia de FM Reconquista en Roma, *desnudando* la situación social del Área Reconquista y promoviendo un nuevo paradigma de comunicación no comercial repercutió con fuerza en los medios de General San Martín,

aumentando el prestigio de la única radio comunitaria del distrito. Enterado el intendente municipal, por entonces el radical Ricardo Ivoskus, envió una carta de salutación al comité organizador instalado en Castelgandolfo.

Desde Villa Hidalgo, se continuó con la construcción de redes interbarriales y la otra “apuesta fuerte” consistente en reforzar la alianza con los sectores medios más cercanos, en el entendimiento de que la crisis golpea a todos y los intereses comunes pueden superar los prejuicios si se trabaja cuidadosamente en ello. Así Radio Reconquista participará activamente de la refundación de la “Cámara de Comercio, Industria y Profesionales de José León Suárez”, en el año 2001. Ocupará la Secretaría de Prensa y Difusión de la entidad empresarial y motorizará el acercamiento del “centro comercial” suareño con el cordón de villas y asentamientos que lo rodean. La idea fuerza que impulsa al interior de “La Cámara” es simple: en las villas están masivamente nuestros “clientes”, es nuestro mercado natural, somos socios en la crisis.

Así “La Cámara”, además de las tareas gremiales tradicionales propias del pequeño empresariado local, desplegará a lo largo de la primera década del siglo XXI una fuerte acción a favor del desarrollo local, que incluirá la renovación de plazas y escuelas, la gestión ante el gobierno provincial de la reparación y ensanche de la Ruta Provincial N° 4, que atraviesa toda la localidad dividiéndola en dos zonas y es la vía principal de comunicación noreste-sudoeste con el resto del conurbano, también la construcción del puente que permite que la ruta pase por encima de las vías del ferrocarril, sobre la estación José León Suárez (obra que demandó trece años y gestiones ante tres gobernadores), instalación de luminarias, renovación de veredas, etc.

En el mismísimo “2001”, otro significativo numérico acuñado en la memoria colectiva, cuyo significado es “crisis”, ocurre un hecho inédito: “La Cámara” organiza una fiesta masiva de fin de año, con el lema “Compre trabajo argentino, compre en Suárez”, a la que concurren 10.000 personas, según la estimación que acercó a la Comisión Directiva la policía provincial. Se cortó el “Camino de Cintura” con un inmenso camión que ofició de escenario y por él desfilaron variados números musicales de tango, folklore, melódico, tropical, mariachis, rock, etc.

FM Reconquista se encargó de la animación y la transmisión “en vivo” y “en directo”. La Colmena, organizó el puesto de comidas que fue rápidamente desbordado por una concurrencia que nadie podía haber calculado. En los intervalos se sorteaban electrodomésticos, bicicletas, etc., aportados por los comerciantes locales. Dice Eduardo Cacciamani, entonces presidente de La Cámara:

Fue increíble. Había gente de todos los barrios de Suárez. Aquellos a los que les teníamos miedo, estaban festejando en paz con nosotros. No te puedo explicar lo que era la multitud. No se cómo se logró ese clima, porque la misma gente dos semanas después estaba saqueando! o protestando en Plaza de Mayo. El país estaba por explotar y nosotros sellamos una alianza social con una fiesta, que nos permitió capear los años siguientes tan difíciles, sin que cerraran nuestros negocios. La Radio Reconquista fue fundamental para la convocatoria porque era la más escuchada en los barrios.

La fiesta de fin de año, perduró por una década, cada vez más masiva, incorporando ferias artesanales de los micro emprendimientos de los barrios, con publicidad, locución y transmisión a cargo de la radio comunitaria, y

convocó a artistas “del recuerdo” popular, tales como “Los Náufragos”, “Tormenta”, “Hugo Marcel”, “Los Charros”, “El Cuarteto Imperial”, y otros que reunían el gusto de varias generaciones y algunos de ellos encabezaron las ventas de discos en las épocas del “vinilo”.

Hugo Marcel recuerda la primera de esas fiestas multitudinarias suarences de fin de año, organizadas por La Cámara y transmitidas en exclusividad por FM Reconquista:

Vos sabés que yo siempre fui peronista y me emociona ver al pueblo contento. He cantado junto a los mejores músicos. Waldo de los Ríos, Horacio Malvicino, Mariano Mores, actué con Tita Merello, no se...recorrí el mundo, tengo recuerdos inmensos, pero aquella noche del 2001 en José León Suárez, con miles de personas de barrios muy humildes, cantar el Ave María y que estallen en aplausos y que además esté la radio comunitaria del lugar transmitiéndolo. Eso es cultura popular.

6.5-Redoblar la apuesta (2002-2005)

El país se debatía entre cacerolazos, marchas, piquetes, represión, asambleas vecinales, fábricas ocupadas que luego se consolidarían como “empresas recuperadas” y la consigna “que se vayan todos” *patetizaba* el desencanto general con la dirigencia política¹⁶.

La construcción de redes entre organizaciones y entre barrios y la alianza con las instituciones de clase media, lograban contener, resistir, los aspectos más lacerantes de la crisis entre la población pobre. En este contexto FM Reconquista lanza su consigna “*Redoblar la apuesta*”. Para el periodista italiano Alberto Barlocci, que fue moderador de dos paneles sobre la crisis a los que se invitó a exponer a directivos de la radio en el año 2002, en la redacción de la Revista Ciudad Nueva y en la Universidad Católica Argentina-UCA: “*La consigna de FM Reconquista es de un gran contenido político, de mucha fuerza. Salir del laberinto ‘por arriba’, con trabajo asociativo y autogestionado, sin esperar recetas salvadoras*”.

Así fue que, con trabajo voluntario de operadores/as técnicos/as y comunicadores/as, la radio pasó a transmitir las 24 horas con voces en estudio al aire, sin programas grabados ni *enlatados*, como se denomina a los que una productora vende o cede a diferentes radios, y con cien por ciento de producción propia. Un esfuerzo titánico en medio de la crisis económica que hacía mermar los ingresos por publicidad y con voluntarios/as de los barrios que a su vez sufrían serias necesidades. Pero esa “presencia” permanente hacía que cualquier vecino/na pudiera hablar “al aire” con personas de la radio a cualquier hora del día y de la noche, todos los días, ya sea para opinar, debatir, informar, bromear, saludar, etc. Una suerte de contención comunicacional radiofónica en tiempos socialmente difíciles.

La alianza con organizaciones que en la radio llamaban de “superestructura” por contraposición a las de “base”, permitió financiar un intenso trabajo de capacitación popular en comunicación y organización comunitaria que fue cimentando una fuerte red. Esto era parte de “redoblar la apuesta”, sin dejar de atender lo urgente fortalecer lo estratégico.

Rafael González recuerda con afecto al sacerdote José María “Pichi” Meisegeier, ya fallecido, quien reemplazó al Padre Carlos Mujica en la capilla Cristo Obrero de la Villa 31, que por entonces era uno de los “contactos” para conseguir fondos:

El cura nos decía que mientras todos buscaban guita para cuestiones de emergencia, nosotros hacíamos cursos y talleres de formación de dirigentes. Él se encargaba de convencer a los que aportaban, les explicaba que la inversión valía la pena. No es que descuidáramos la emergencia, pero para comida, ropa, buscábamos donantes locales.

Esas “alianzas” condujeron a que la Fundación Avina, cuyos referentes conocían el trabajo de FM Reconquista desde el año 2000, ya que habían financiado la presencia de líderes de la radio en el Foro Social Mundial del año 2003, realizado en la ciudad de Porto Alegre, Brasil, aportara los fondos que permitieron a la emisora extender su radio de cobertura. Se aumentó así la cantidad de antenas (“dipolos” rectos), que se orientaron estratégicamente “desde la periferia hacia el centro” del partido de General San Martín, y se renovó a tecnología digital todo el equipamiento del estudio de radio. De este modo Reconquista mejoró su calidad de transmisión y empezó a hacer oír sus voces más allá del Área Reconquista, en San Martín.

La fundación –cuya “misión” es fortalecer a líderes sociales innovadores– también realizó aportes para los “retiros” y convivencias de los dirigentes de la red, práctica distintiva de la emisora, que abordaremos en el punto 7.2.

6.6-La Red Comunicacional y Social

Habían transcurrido 18 años desde el 20 de marzo de 1988, cuando, a las 18 horas, FM Reconquista inició sus transmisiones diarias, desde entonces ininterrumpidas, en los 89.5 Mhz. de modulación de frecuencia, con un “Mensaje a los vecinos”. Ya no era simplemente una radio comunitaria de gestión social, inscripta en el todavía Comité Federal de Radiodifusión (Comfer), con el N° 160, y sucesivas “reinscripciones”, “reconocimientos” y “registros”. Se había convertido en una amplia “Red Comunicacional y Social”, de organizaciones sociales, culturales, vecinales, educativas, etc., de diferentes barrios y municipios.

Entre las primeras en sumarse, con actuación en los distritos de General San Martín, San Isidro y San Fernando, están la organización “madre”, la Asociación de Mujeres “La Colmena”, que como dijimos, detenta la razón social sin fines de lucro de la radio, dos parroquias católicas una del Obispado de San Isidro y otra del de San Martín con sus respectivas capillas distribuidas territorialmente, cuatro iglesias evangélicas, la Biblioteca Popular de José León Suárez, siete sociedades de fomento y juntas vecinales, dos centros de jubilados y pensionados, cuatro cooperadoras escolares, tres clubes sociales y deportivos, las redes de jardines maternales y comedores infantiles comunitarios de la zona norte, el centro de atención primaria de la salud de la localidad, la Cámara de Industria, Comercio y Profesionales de José León Suárez, dos centros culturales, además de otras instituciones de un perfil más temático que territorial, que producían programas en la radio, como la fundación para el arte popular Crear Vale la Pena, de San Isidro, la Asociación Civil Caminos de Vicente López, orientada desde la psicología social a formar “Operadores comunitarios” y el movimiento ecuménico internacional de los *Focolares*.

Cada década marcó un hito para FM Reconquista. Las celebraciones son significativas: en el festejo de los primeros diez años se organizó una cena con *show* artístico, para quinientos dirigentes políticos, sociales y culturales de la región. Un dato anecdótico que se torna indicador del prestigio alcanzado por la

radio, son los aportes económicos para la organización de la fiesta: La Orden de los Frailes Menores Franciscanos, con extendida presencia territorial en José León Suárez desde 1950 (y con su propia radio: FM Raíces), cedieron gratuitamente el imponente gimnasio de su colegio equipado con sillas, mesas, escenario y estacionamiento, contiguo a la estación de la localidad.

La cena fue preparada en una inmensa paellera y pagada por el intendente municipal del partido de Vicente López, el radical Enrique García, quien envió a su secretaria personal para representarlo y supervisar a la empresa contratada. Los postres fueron aportados por el intendente municipal de General San Martín, el justicialista Antonio Libonati, que asistió con casi todo su gabinete y dispuso un amplio operativo de la policía de tránsito. Un empresario local del ramo y funcionario municipal aportó una parte importante de las bebidas que se consumieron esa noche.

Las presencias y adhesiones son otro dato importante: El Secretario de Desarrollo Social de la Nación y la Presidenta del Consejo Nacional de la Mujer -CNM- estuvieron e hicieron uso de la palabra junto al intendente local, el Secretario de Prevención y Asistencia de las Adicciones de la Provincia de Buenos Aires acercó una salutación a través de su directora distrital, a la que llamó la “Primera Radio Preventiva de la Provincia”, concejales y dirigentes políticos de San Isidro, San Martín y Vicente López los había de todos los partidos políticos. Los obispos de San Isidro y San Martín, enviaron sus mensajes y fueron representados por sus respectivos párrocos. Todos los presentes eran conductores y directivos de organizaciones e instituciones sociales del área de influencia de la radio¹⁷.

Un breve repaso hasta aquí nos revela la presencia de los tres niveles del Estado (nacional, provincial y municipal) en el aniversario de una radio local, de baja potencia. También los temas con que se valoraba entonces a FM Reconquista desde la *mirada* del Estado: Desarrollo Social (presencia del Secretario de Estado), género (presencia de la Presidenta del CNM), prevención de adicciones (mensaje y distinción del Secretario de Estado provincial), esta última problemática suele estar emparentada con las políticas públicas orientadas a la juventud, un abordaje a nuestro entender sesgado, pero que nos muestra que el gobierno bonaerense consideraba a FM Reconquista como una radio con fuerte llegada a los sectores juveniles, en una zona del conurbano calificada como *roja* en cuanto a la venta y consumo de “sustancias”.

Por último, el fuerte impulso de la obra pública realizado por la emisora, los niveles de coordinación de la acción social con las organizaciones de base y las mediciones de audiencia que se realizaban por encargo de dirigentes y funcionarios¹⁸, explican la fuerte presencia municipal en la celebración de la primera década de transmisiones.

Todos estos registros nos ayudan a dimensionar hasta qué punto la pequeña radio que comenzó en una de las piezas de una casilla de madera, en un barrio periférico con calles de tierra, fruto de un grupo de vecinos militantes, se convirtió en un actor social fundamental en la región.

Los “veinte años” encontraron a “La Reconquista” con su red consolidada. Para la celebración esta vez se eligió una escuela pública, todo un acto de política comunicacional desde una radio comunitaria que se comprometió decididamente con el desarrollo de la educación en su comunidad, impulsando la creación de escuelas, participando activamente en las cooperadoras escolares, en la Asamblea Permanente de Defensa de la Educación Pública del

distrito escolar San Martín, creando “Consejos de escuela”¹⁹ y realizando programas de radio preparados y conducidos por estudiantes, docentes y familias de las comunidades educativas.

La modalidad fue diferente a la de los diez años. Tuvo un formato radiofónico: Se transmitió “en directo” desde el colegio, en el que se montó un estudio de radio, a la vieja usanza de la radiofonía argentina, con público y números musicales “en vivo”. Durante la proyección de un video institucional, se pudo ver y escuchar a la Presidenta de la Nación y al Gobernador de la provincia elogiar la obra de la Asociación La Colmena, titular de la emisora. También se sucedieron desde el mediodía hasta la noche, en una suerte de programa “ómnibus” de varias horas de duración, entrevistas a los invitados, nuevamente: artistas, políticos, líderes sociales y religiosos locales.

El panel principal se compuso con el intendente municipal, el Doctor Ricardo Ivoskus, los periodistas Néstor Busso, Presidente de FARCO y Luis Lázaró, Gerente General de la agencia oficial de noticias Télam y Carlos March, representante de la Fundación Avina en Buenos Aires. El Secretario del Concejo Deliberante local, entregó la ordenanza municipal por la cual se declaraba de “Interés Legislativo” a Radio Reconquista. Claramente, el festejo de la segunda década cumplida “en el aire” estuvo enmarcado en la militancia dentro de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, por lograr la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que ocurrió un año después.

El inicio de su tercera década, significó para la radio el comienzo de un proceso de “trasvasamiento generacional”. Se funda el Centro Formativo Juvenil de FM Reconquista, que tendrá como impulsores a aquellos vecinos y vecinas que crecieron escuchando la radio, acompañando a sus padres y madres a poner en el aire, conducir o a presenciar programas. Tendrá una fuerte impronta artística, al punto que hoy en la página WEB institucional puede apreciarse la formación de una “Orquesta Estable de FM Reconquista”, de conformación marcadamente juvenil.

Estos jóvenes adultos orientan y acompañan a la “tercera generación” compuesta por adolescentes que participan de las actividades formativas, artísticas y recreativas de la radio. Serán los que organizarán la celebración de los “25 años” en 2013, esta vez con una fiesta masiva para la audiencia, con formato de festival musical. El análisis de esta nueva etapa escapa al presente trabajo.

7. Caracterización (descripción) de la emisora

Utilizaremos aquí el concepto “modelo” en un sentido dinámico, para identificar como se va *modelando* históricamente la organización comunitaria aquí estudiada, o bien como va *modulándose* (radio al fin), en el sentido originario del verbo transitivo latino *modulari-modulandi*: producir transformaciones en un proceso. Nos alejamos así de una concepción estática que nos reduzca a un mero organigrama.

Villamayor y Lamas (1998) organizan en cuatro dimensiones su concepto de “Gestión integral” para las radios comunitarias y ciudadanas: Política-cultural, comunicacional, organizativa y económica. En este trabajo utilizaremos estas categorías analíticas, con algunas variaciones no de sentido sino de mero ordenamiento: al interior del análisis organizativo distinguiremos una dimensión

económica, otra de política o gestión interna y emparentada con esta última, la cuestión legal en la relación con el Estado. Para el análisis comunicacional tendremos una mirada política y cultural.

7.1-Modelo organizacional (Corte diacrónico)

Dimensión económica. La empresa social.

Desde su fundación, FM Reconquista, se pensó a sí misma como un emprendimiento de “gestión social participada sin fines de lucro”. Nunca adoptó el formato de una “cooperativa de trabajo”, como otras experiencias de comunicación comunitaria, lo que no le impidió emprender planes de negocios, al principio de nivel “micro” y con los años de mediana escala, pero las ganancias siempre se reinvertieron en el objeto social perseguido.

No es poco hablar de ganancias, cuando por lo general, los modelos no comerciales dependen en gran medida de subsidios estatales o privados. La radio también los tuvo, pero para inversiones de capital: equipamiento técnico y construcción. De envergadura sólo los dos mencionados en el punto 6: el inicial de la agencia católica holandesa para el desarrollo *Vastenaktie* (luego *Cebemo*, luego *Bilance*), en dos desembolsos de florines neerlandeses que el entonces *Deutsche Bank* (luego *Bank of Boston*) -donde la radio había abierto una cuenta corriente- convertía en dólares estadounidenses y luego en pesos. Y la “sociedad” de sus líderes con la Fundación Avina en 2005.

El primer desembolso de Cebemo había alcanzado para equipar con lo indispensable la radio y como en 1988 el dial de frecuencia modulada estaba todavía poco ocupado, FM Reconquista cubría un radio de penetración de unos treinta kilómetros a la redonda, con apenas treinta vatios de potencia y una antena omnidireccional, llegando a escucharse en algunas islas del Delta y en los barrios de Nuñez y Belgrano, en la Capital Federal. El segundo significó pasar de una consola de ocho canales a una de doce, aumentar la potencia a cien vatios y reemplazar los micrófonos de mesa por uno ambiental de alta calidad, además de avanzar en la construcción de la sala de operación técnica y de recepción y reuniones.

También, en 1998, la radio gestiona y obtiene de la sucursal local del *Bank of Boston* un crédito hipotecario que permitió elevar la potencia a doscientos vatios y la torre de transmisión a su altura actual de sesenta metros, mejora fundamental para una transmisión en modulación de frecuencia, cuyas ondas no pueden atravesar la tierra y Villa Hidalgo -como ya señalamos en el punto 5- es un barrio ubicado en zonas bajas, aledañas al Río de la Reconquista. Para ello hubo que adquirir un terreno de trescientos metros cuadrados, lindante con los dos que ya ocupaba, porque la nueva estructura necesitaba mucho más espacio para sus riendas de anclajes, cuyas terminales se enterraron en cuatro “contenedores” de hormigón armado, de un metro cúbico cada uno, bajo tierra. Como el préstamo se otorgó en dólares estadounidenses, la pesificación de deudas posterior a la crisis del 2001 permitió cancelarlo en términos beneficiosos para la radio.

El aporte de Avina significó en lo técnico, el *apagón* analógico en los componentes del estudio de la emisora y su ingreso definitivo en la era digital, ya entrados en el siglo veintiuno. También el aumento en la cantidad y calidad de antenas y elevar nuevamente la potencia de transmisión a un kilovatio (1.000 vatios), el máximo permitido para la categoría “E” con la que estaba inscripta en el Comfer. Esto le permitió conservar una llegada de su señal de

unos diez kilómetros a la redonda, ya que para esa época el dial estaba plagado de radios, autorizadas por el Estado o no, y con cualquier nivel de potencia de transmisión, por lo cual empezaron a interferirse unas con otras, lo que demostraba el claro fracaso de los desordenados intentos de “regularización” del espectro ensayados hasta el momento. Por lo demás, salvo los aportes parciales durante los primeros dos años, de la Fundación Vivienda y Comunidad, la radio logró ser autosustentable con ingresos propios de publicidad y con las coproducciones de espacios radiofónicos.

Rafael González lo explica así: *“Llegamos a ser cincuenta personas, luego setenta, trabajando ad honorem, y el trabajo acumulado se convierte en capital. Al no tener dueños privados, todo el capital se reinvierte.”* Y respecto del personal con más horas diarias en los estudios, los/las operadores/as (OT) de consola:

Nunca tuvimos empleados. No está en nuestra cultura como organización. Yo mismo fui y soy operador técnico de la radio, y ahora mi hijo mayor también. Nos formó la radio gratuitamente. O somos voluntarios y voluntarias o recibimos como compensación, que dentro de nuestras horas de trabajo tenemos algunas que destinamos para la realización de una producción propia.

Al no estar en relación de dependencia los/las OTs no están afiliados a A.A.TRA.C, Asociación Argentina de Trabajadores de la Comunicación, cuyo antecedente gremial era la Asociación Argentina de Telegrafistas, Radiotelegrafistas y Afines. La operación técnica de radios entraba entre los “afines”. Pero la emisora siempre buscó encuadrar el trabajo de sus OTs dentro de las disposiciones del convenio respectivo. En la documentación presentada al Comfer figura una copia de un acta realizada por el inspector del gremio en el año 1988, dando conformidad a la situación de los operadores de entonces. De todos modos el convenio colectivo 156/75 y sus acuerdos de actualización sólo contemplan a las emisoras de FM hasta la categoría “D”. FM Reconquista revista en la categoría potencia “E”. Respecto de la habilitación profesional de los/las OTs, la resolución N° 502/13 del AFSCA, establece en el artículo 7°, y como régimen de excepción, la habilitación de los/las operadores/as que se encuentren trabajando efectivamente en las radios de baja potencia en proceso de normalización.

Los militantes de la radio entienden esta relación como una asociación de cooperación. El “trueque” funciona así: el operador o la operadora no hace ningún aporte en dinero por utilizar el espacio radial una cantidad de horas para su programa. La radio tampoco le retribuye con dinero su labor técnica.

Analicemos el procedimiento seguido con las producciones que no pertenecen a alguna organización social. Esos programas de productores/as independientes - no institucionales, aportan dinero por el uso del espacio radiofónico, en concepto de “donación” a la asociación civil que detenta la titularidad de la radio. Ese dinero “subsidió” la realización de los programas de las organizaciones sociales, ya que todas tienen garantizada, como mínimo una emisión de una hora semanal sin cargo y publicidad gratuita en “tanda” diaria de sus actividades, campañas, oferta de servicios, etc. También capacitación radiofónica sin costo alguno. Además, las organizaciones pueden tener auspiciantes-donantes para sus programas, como una manera de cubrir los costos de producción. Al ser la titular de la emisora una asociación sin fines de lucro, puede recibir donaciones. Asimismo puede tener voluntarios/as. Para las

publicidades siempre la que emite facturas es la radio de acuerdo a las normas vigentes de la Afip.

Durante el primer año de transmisiones el sistema de financiamiento era sencillo: las personas individuales que querían poner en el aire producciones propias, no institucionales, tenían que conseguir, entre los comerciantes conocidos, cuatro anunciantes para las “tandas” de publicidad de la radio. Además un voluntario armó una cartera de “cuentas” locales que llegó al número de cincuenta “pautas”, con pagos mensuales.

A partir del segundo año, una persona “a comisión”, realizaba los cobros a estos anunciantes, en su mayoría altamente “fidelizados” y eventualmente incorporaba nuevos miembros a este *portfolio* de clientes. Miguel Quintero cumplió esta función durante años, además de convertirse con el tiempo y los cursos realizados en la radio, en un conocido conductor de programas folclóricos y animador de peñas. Describe su trabajo así:

Caminaba toda la mañana desde que abrían los negocios hasta que cerraban al mediodía, por las dos vías comerciales de la zona: la avenida Sarratea, que es el límite entre San Martín y San Isidro y la Avenida Márquez o Ruta 4, en Boulogne y Suárez.

Yo era promotor y cobrador a la vez. Cobradas las publicidades, descontaba mi comisión y entregaba a la radio el resto. Todo se basaba en el buen humor y la relación personal. Por eso yo caminaba todas las mañanas, menos el domingo, aunque no fuera fecha de pago, pasaba igual a saludar, llevaba pedidos de saludos o de temas musicales de los comerciantes a la radio. Me ocupaba de que los pasen. Se armó una red de amigos.

Con el tiempo todo fue creciendo, las horas de transmisión, la cantidad de programas, y este sistema simple ya no resultó funcional a la nueva escala. Después de una década las publicidades se dividieron en dos categorías: por un lado las “tandas” de la radio, emitidas a lo largo de toda la programación, a un máximo de 10 minutos por hora. Estas eran más caras y estaban destinadas a los anunciantes más “grandes”. Por otro lado, las publicidades de cada programa, para las que se reservaban cuatro minutos por hora destinadas a pequeños anunciantes locales, totalizando así los catorce minutos permitidos entonces por el Comfer, de acuerdo al artículo 71 del decreto 22285.

Cumplidos los primeros diez años, FM Reconquista contaba con anunciantes de envergadura, fruto de la red de contactos que fue *tejiendo* en los diferentes proyectos de desarrollo local en los que intervino. Algunos de ellos fueron: Edenor S. A., Correo Argentino, Ministerio de Economía de la Nación. Lotería Nacional. Provincia ART. Estudio de Arquitectura Rodolfo Livingston. Fundación para la Vivienda “Sagrada Familia”. Estos “clientes” abonaban por la publicidad contratada mucho menos que a los medios “grandes”, pero para la radio significaban un importante ingreso económico.

En los períodos en que funcionaban planes sociales para desocupados que consistían en realizar tareas en organizaciones comunitarias, la radio incorporaba vecinos para trabajos de mantenimiento, limpieza, etc.

Hoy la planta transmisora, estudios y centro de capacitación abarcan unos ciento treinta metros cuadrados construidos, dentro de una superficie total de terreno de mil doscientos metros cuadrados, cedidos en comodato *sine die* a la Asociación de Mujeres La Colmena. Para su construcción por lo general se contrató profesionales para la dirección de obra y el trabajo no especializado lo

realizaron los integrantes de la radio, junto a militantes de organizaciones amigas, en jornadas de trabajo voluntario.

En síntesis: La autosustentabilidad económica se alcanzó mediante: a) El trabajo voluntario b) La comercialización de publicidad c) Las coproducciones. Los factores de crecimiento fueron: a) Los aportes de capital no reintegrables recibidos b) Un importante préstamo hipotecario c) La reinversión de utilidades, cuando las hubo, en equipamiento y construcción.

Dimensión política. El modelo de gestión: ¿*Management* popular?

Los fundadores y fundadoras de la radio conformaban un grupo de entre veinte y veinticinco personas, vecinos y vecinas de Villa Hidalgo y del cercano “Bajo” Boulogne, barrios a los que va dirigido el “Mensaje Inaugural”, que fue lo primero que se escuchó cuando se encendieron el transmisor, la consola y los micrófonos por primera vez, seguido de una larga lista de adhesiones, casi todas de organizaciones sociales de la zona, lo que nos da la pauta de la impronta fundacional.

Venían de más de cinco años de una práctica asambleística en la toma de decisiones fundamentales y estratégicas. Algunas importantes fueron: en 1983 para elegir el nombre de la revista “Renaciendo” y para decidir el destino de un subsidio (reparación del motor comunitario de agua), entre 1985 y 1987 para elegir delegados de manzana para la obra de la red de agua potable, en 1989 para cambiar el nombre, los estatutos y la condición de socios de la Junta Vecinal y aprobar su fusión con la Comisión de Residentes de la villa.

García Linera (2006) caracteriza lo que llama “*Instituciones no partidarias de tipo asociativo y asambleístico*” como aquellas que priorizan “*La práctica deliberativa por encima de la electiva...la despersonalización del poder, su revocación consensual...*”, entre otras condiciones distintivas.

Durante los primeros dos años las reuniones generales eran quincenales o mensuales, según las urgencias. Había una suerte de dirección colegiada de hecho, por parte de la “mesa chica” de lo que describimos en el punto 6.2 como Encuentro Quechua-Guaraní, con fuerte presencia diaria de Carlos González (la radio funcionaba en la casilla que habitaba con su esposa e hija) y de Margarita Palacio.

A veces asistía a las “asambleas” el locutor Rafael Arrastía y en ocasiones lo acompañaba el periodista Marcelo Cena (Actual editor del portal Pobrerio.com). En su primera visita, el periodista le pregunta al locutor: “¿*Esto qué es, una reunión de producción?*” A lo que Arrastía respondió: “*Es una reunión de todo*”. Evidentemente las prácticas rutinarias no coincidían con las que los profesionales de la comunicación conocían en los medios comerciales en los que trabajaban.

De estas reuniones participaban todas las personas que cumplían alguna función en la radio: operación técnica, locución, producción, el promotor de publicidad, representantes de organizaciones de base que hacían o se proponían hacer un programa de radio, etc. El temario era amplio y variado: próximos programas a estrenar, compra de materiales para la construcción del nuevo estudio, seguridad del terreno, balance económico del mes, problemáticas vecinales a abordar en la programación en forma prioritaria, campañas radiales sanitarias o educativas, información sobre obras en el barrio, limpieza de la radio, organización de

cursos o talleres de capacitación. Todo. Por orden de importancia y hasta ponerse de acuerdo.

A diferencia de una institución clásica, la radio comunitaria no tenía, entonces, personería jurídica, ni estatutos sociales ni comisión directiva. Las prácticas democráticas y participativas al interior de la organización eran simples y de acuerdo a los usos y costumbres adquiridos en la solución de los problemas acuciantes del barrio. Se priorizaba la discusión, los acuerdos y el consenso. Llegado el caso algún tema se sometía a votación, aunque pocas veces resultó necesario, según afirman los miembros históricos de la emisora.

La coordinación de las reuniones estaba a cargo de las personas que habían dirigido la revista Renaciendo e impulsado el proyecto de la radio, algo así como sus “líderes naturales”.

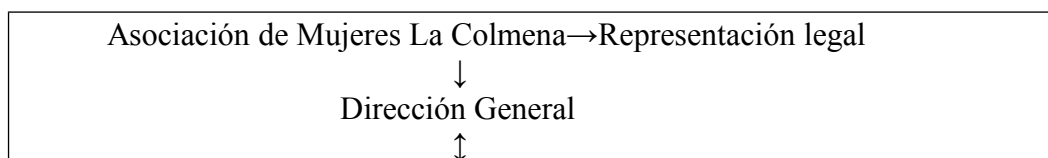
Al respecto de estas formas de conducción, previas a cualquier tipo de institucionalización, Raby (2006) considera que el carisma y el prestigio de los líderes populares no resultan únicamente de su discurso, de su poder de oratoria (*elocutio*), sino también de acciones decisivas (*praxis*) que demuestran su identificación con la causa popular que representan. La práctica y la palabra. En sintonía con esta caracterización, en la actual sala de reuniones de la radio y centro de capacitación juvenil, puede leerse en la cartelera una traducción del poema, atribuido al pensador chino conocido como Lao Tse o Lao Tzu (según la transcripción fonética que se utilice), fundador del taoísmo:

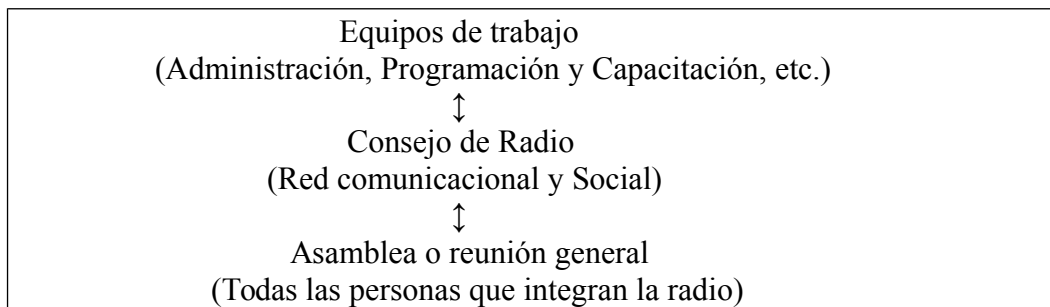
Ve a la gente
Vive entre ellos,
Ámalos,
Aprende de ellos,
Comienza desde donde ellos están,
Trabaja con ellos,
Construye sobre lo que tienen.
Pues de los mejores líderes,
Cuando la tarea se ha cumplido,
El trabajo se ha terminado,
Todos dirán:
“Lo hemos hecho nosotros mismos”

Con los años, el funcionamiento interno se estructuró del siguiente modo: las asambleas generales, al estilo de los primeros tiempos, se mantuvieron con una frecuencia trimestral o cuatrimestral y para las decisiones estratégicas más urgentes, la dirección convocaba al “Consejo de Radio”, compuesto por los dirigentes o representantes de las organizaciones sociales que conformaron la Red Comunicacional y Social Reconquista.

Además, en 2005, como veremos más adelante, fue necesario dotar a la radio de una representación institucional legal que recayó en la Asociación de Mujeres “La Colmena”.

El nuevo esquema organizacional lo podemos graficar así:





¿Y el Estado? Legitimidad y legalidad

FM Reconquista surge como una herramienta al servicio de la organización popular en un barrio periférico y carenciado. Su origen determina su vocación de visibilidad en la “superficie” social y de actuación pública, con capacidad de incidencia ciudadana y política.

Al igual que sus pares nucleadas en FARCO, esta radio comunitaria, desde sus inicios se aleja del modelo de las radios “contraculturales” al estilo de las llamadas “libres” en Europa, durante las décadas del 60 y del 70 del siglo veinte (Ulanovsky, Merkin, Panno y Tijman, 2009). Nos referimos específicamente a aquellas expresiones comunicacionales para las que la clandestinidad, la operación por afuera del “sistema”, constituye su marca de identidad.

Para ejemplificar mejor la diferencia de “visiones” que hemos señalado, nos detendremos brevemente en la descripción de una experiencia notable, como lo fue la radio “El Buló de Merlín”, que inició sus transmisiones en agosto de 1988 (cinco meses después que FM Reconquista y a unos 10 Km. de distancia) en una casa de la localidad de Olivos, a pocas cuadras de la quinta presidencial. En Ulanovsky et al., se encuentra uno de los pocos registros escritos de la existencia de esta radio “libre” (p. 137). Con una estética humorística delirante, algunos establecen un paralelismo -son coetáneos y duraron casi el mismo tiempo en el aire- con la mítica Radio Bangkok, ciclo conducido en la *Rock & Pop* por Lalo Mir, Bobby Flores y Douglas Vinci (Carlos Masoch).

Pero las coincidencias eran sólo de “formato” radiofónico. Luego de un breve paso por Radio Excelsior y Radio Municipal, como programa, durante unos meses de 1989, cuando se publica en el Boletín Oficial el decreto 1357, convocando a registrarse a las emisoras no encuadradas en las disposiciones del decreto dictatorial 22285, El Buló de Merlín anuncia por sus micrófonos que finalizan sus transmisiones porque entienden que si se “legalizan” pierden su razón de ser. Además -dijeron- les resultaba “*cansador ser graciosos todo el tiempo*”.

Pablo Dicoovsky fue uno de los realizadores del “Bulo”, hoy trabaja de economista, y dice: “*Yo no quería decir mi verdad, no quería revolucionar la historia de los medios, nada de eso*”. Otro integrante de la experiencia Pablo Avelutto, periodista, resume: “*En aquellos tiempos podíamos hacer todo porque sí*” (www.youtube.com/watch?v=qfLVfwFHjnw). Para quien no tiene proyecto, la legalidad puede ser un escollo insalvable, un lastre burocrático que anula la creatividad. Para FM Reconquista, nacida en democracia como todas las radios comunitarias argentinas, la legalidad siempre fue una condición necesaria para tener incidencia pública. Mariana, una ex integrante de FM Reconquista recuerda:

Escuchábamos al Bulo, éramos casi vecinos, sólo que ellos estaban en un barrio rico y nosotros en una villa. Su estética era muy innovadora, pero nosotros no podíamos hacer algo así. A buena parte de nuestra audiencia, gente sencilla venida de pequeños pueblos del interior, en aquella época muchos de sus formatos, por más que se hicieran en joda, los hubiera violentado en su sensibilidad. Nuestras transgresiones pasaban por otro lado, por poner lo popular al aire. En lo estético preferíamos emular a Carpani y su arte obrero y no a Marta Minujim y sus *happenings*²⁰.

Por lo tanto, FM Reconquista siempre que tuvo la oportunidad, cumplió con todos los requisitos administrativos y legales que evitaran su posible cierre y decomiso. La permanencia en el aire era fundamental para una radio que se proponía “decir y hacer”. Ya en 1989, para el registro que habilitaba el decreto 1357, fue necesario adoptar una forma legal. Como no existía entonces la categoría de “radio comunitaria”, en plena vigencia del decreto 22285 de la dictadura, FM Reconquista se inscribió bajo la figura de empresa unipersonal con un “Director-Propietario”, que operaba como un representante legal frente a los organismos de control de entonces: el Comfer en radiodifusión, la Secretaría de Comunicaciones para los aspectos técnicos y la Dirección General Impositiva -DGI- para los impuestos no específicos, ya que entonces el impuesto propio de la actividad se abonaba directamente al Comfer.

Así la radio obtuvo su PPP: Permiso Precario y Provisorio para operar la frecuencia de 89.5 Mhz. Esos “permisos” con los años se mantendrán “precarios”, es decir no constituyen una titularidad plena representada por las “licencias” que otorga el Estado, pero perduraron en el tiempo más allá de toda “provisoriedad”.

Cuando en los años 2003 y 2005, mediante las resoluciones del Comfer N° 1174 y N° 1572, se realizaron censos de radios comunitarias operativas cuya propiedad recayera en personas jurídicas sin fines de lucro, la emisora se registra con la titularidad de la Asociación de Mujeres La Colmena. La radio obtiene así el “reconocimiento” del Estado, mediante la Resolución N° 753-COMFER-2006. Ya en agosto de 2005 la ley 26.053 había modificado el artículo 45 del decreto 22285, habilitando la posibilidad de que entidades no comerciales ejercieran la radiodifusión. Al respecto Margarita Palacio explica:

La Colmena era la única organización de nuestra red que reunía todos los requisitos legales, contables y administrativos para la inscripción ante el Comfer. Así como antes era una persona física la que asumía la representación legal, ahora era una persona jurídica. Son decisiones tácticas frente a los condicionamientos del Estado que van variando.

También, desde 1998, fue requisito para las radios que revistaran en condición de socias activas de FARCO, constituirse como entidad sin fines de lucro con personería jurídica registrada.

En consecuencia la Asociación de Mujeres La Colmena designó a Margarita Palacio, fundadora y dirigente histórica de la radio, como Directora General de FM Reconquista. Transcurridos más de dieciocho años desde su fundación, la emisora contaba con una nueva estructura legal, ahora reconocida por el Estado como radio comunitaria.

Es sabido que no todo lo que es legal es legítimo y no todo lo que es legítimo es legal. La legitimidad de esta experiencia comunitaria provenía de la necesidad de los barrios pobres de contar con un medio de comunicación que exprese “su propia voz”. La legalidad era un requisito de sobrevivencia a conquistar.

7.2-Modelo Comunicacional (Corte diacrónico)

Principios fundacionales: Los escritos mecanografiados consultados, producidos en los primeros dos años de transmisiones de FM Reconquista, y aún antes de su lanzamiento, generalmente utilizados como insumos para la reflexión grupal, denotan unos pocos principios rectores de la “Misión” que se propone llevar adelante la radio comunitaria:

- “Reconquistar la Palabra para el Pueblo”: Idea-fuerza engarzada en el proceso de recuperación democrática que atravesaba el país en la década del 80’, que retoma la gesta histórica de la Reconquista de Buenos Aires, durante la primera invasión inglesa de 1806 al Río de la Plata, actualizándola al sumar la Palabra al Territorio, como escenarios de lucha popular. Más aun, la Palabra se conforma como *Territorio* de disputa política de sentidos. Toda una aplicación práctica criolla de la teoría marxista del lenguaje de Valentín Voloshinov (Voloshinov, 1992).

Cuando se discutió el nombre de la radio, también en asamblea vecinal, alguien recordó que la zona nuestra es la zona donde se gestó la Reconquista de Buenos Aires.

Precisamente desde allí partieron las tropas que luego derrotaron a los ingleses. Entonces se pensó en una nueva Reconquista. Se pensó en reconquistar la palabra, en recuperar la palabra, por parte de quienes habían estado silenciados. Se trataba de una reconquista de la palabra. Y en este proceso no solo se trataba de potenciar a las organizaciones, sino también de fortalecer procesos personales en la recuperación de la palabra. No de la palabra impuesta o regalada, de la palabra que viene de afuera, sino de la palabra que surge de la propia reflexión, de la palabra que esta consustanciada con la historia de uno, con los proyectos de cada uno. Y esto es lo que fue y lo que se propone el proceso de “Radio Reconquista” (www.fmreconquista.org.ar/fmreconquista/index.php/sobrenosotros/inicios)

- Producir un mensaje colectivo: Diferenciarse del esquema clásico de la comunicación individual, lineal, unidireccional, simplificado en la dupla emisor-receptor, fue siempre tema de reflexión al interior del grupo fundacional de la radio. Todos lo entrevistados coinciden en que se proponían ser una voz “desde” -no sólo “para”- la comunidad organizada y el Pueblo. En el informe que publica la Universidad de San Andrés sobre FM Reconquista, podemos leer en una referencia a la Misión de la emisora: “...*ejercer una transmisión activa de contenidos comunitarios -producidos democrática y popularmente-, que sirvieran de base a procesos de transformación social.*”

(www.gestionsocial.org/archivos/00000543/09fmreconquista.pdf).

- Contarse la propia historia: La de los barrios populares del conurbano que necesitaban un auto relato o discurso propio sobre sí mismos, por fuera de los estereotipos divulgados en los grandes medios. Esta idea es reiterada en diversas exposiciones de fundadores y fundadoras de la radio, como la realizada en la Editorial Ciudad Nueva en el año 2001, registrada en sistema analógico de video VHS.

La afirmación –entendemos- se ubica en el paradigma cognitivo que Arturo Jauretche denominaba “El estaño como método de conocimiento” (Jauretche, 1967, p. 7): hablar, contar, desde el saber que da ser actor de la realidad relatada, asumiendo que no hay relato neutro, ya que como indica Van Dijk: “...el análisis del discurso puede revelar patrones subyacentes del carácter cognitivo de los hablantes.” Y “...el discurso es esencialmente parte de una interacción (verbal) en contextos sociales e históricos y, por lo tanto, una manifestación directa de la ideología.”, ya que según este teórico, la ideología puede ser considerada como un sistema cognitivo (Van Dijk, 1980, pp. 51-52).

“Nosotros nos contamos nuestra historia, desde nuestra experiencia de ella” -dicen los expositores de FM Reconquista, en la sede editorial de la revista religiosa ecuménica Ciudad Nueva- *una práctica que ustedes conocen bien a través del libro del Éxodo, donde Israel relata su salida de Egipto desde la perspectiva de Moisés, no desde la del Faraón. Lo mismo ocurre con los relatos familiares, sobre todo en los migrantes, que pasan y se reelaboran de generación en generación”*.

Se postula así un discurso construido colectivamente sobre la propia realidad comunitaria, en base a un conocimiento que surge de la experiencia vivida en común. Conocimiento “enactivo”, construido en base a la acción e interacción en el medio al que se pertenece (Varela, 1996). Ya Piaget (1969) entendió el conocimiento como acción transformadora en la realidad.

- *“Para volver a creer y hacer más fuerte la esperanza”*: Este fue el lema de la emisora durante su primera década de existencia. Se conserva la foto del cartel de cartón prensado atado a la primera torre de transmisión, con la consigna escrita a pincel. Deja entrever la impronta cristiana del grupo fundador de la radio (Fe y Esperanza son dos de las virtudes “teologales”, es decir, infundidas por Dios en las personas, para la doctrina católica). Pero según los testimonios recogidos, la práctica del grupo se basaba en una “relectura” o “encarnación” histórica de esas virtudes, que implicaba “volver a creer” en la organización popular y “hacer más fuerte la esperanza” en una sociedad más justa.

Pudimos presenciar durante la investigación una conversación, en 2016, cuando un veterano integrante de la radio hacía compras en un autoservicio del centro comercial de José León Suárez -alejado unos tres kilómetros de Villa Hidalgo- y un cliente se acercó para preguntarle: *“Vos sos de la Reconquista ¿no?”*. Ante la respuesta afirmativa el hombre continuó: *“20 de marzo de 1988. Para volver a creer y hacer más fuerte la esperanza. Me acuerdo desde chico”*. Esta escena, a modo de caso testigo, nos permite dimensionar la fuerza del lema en la audiencia, en la etapa fundacional, como expresión de principios animadores de un programa de acción.

Objetivos fundacionales

Si bien no hay un documento único con una declaración formal de objetivos estratégicos de la organización, sí contamos con varios registros audiovisuales y escritos que nos permiten sistematizar lo que fundadoras y fundadores pusieron en palabras, en diversas ocasiones, sobre los consensos alcanzados en el Centro de Comunicación Popular Renaciendo y en las reuniones del Encuentro Quechua-Guaraní, sobre los objetivos de su actividad y en particular de la creación de la radio.

Para ello recurrimos a: Los fundamentos escritos en la solicitud de financiación a la agencia holandesa para el desarrollo Cebemo (previo al inicio de las

transmisiones), la transcripción de la entrevista realizada a integrantes de la emisora en una publicación del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS, 2007), el informe, citado más arriba, de la Universidad de San Andrés sobre la Red Reconquista y la exposición realizada por fundadores/as de la radio en Castelfandolfo en el año 2000. Consultados posteriormente los/as actores/as en cuestión sobre sus propias expresiones, o bien sobre la reconstrucción que de ellas hacen las publicaciones mencionadas, ratificaron totalmente su contenido.

Conviene precisar que nos referimos a objetivos estratégicos y en mayor medida “direccionales”, es decir que orientan, direccionan el accionar de modo general y a largo plazo, según una taxonomía muy utilizada en planificación educativa (Giménez, 2014) pero también por las organizaciones (<https://fbusiness.wordpress.com/.../la-fijacion-de-objetivos-conceptos-bas.>).

En ese sentido, la radio comunitaria se propone orientar todas sus acciones como un aporte histórico, situado y específico, ya que el logro de estos objetivos no depende exclusivamente de lo que haga la organización, ni mucho menos. Más aún, al ser direccionales, nunca se terminan de concretar del todo, pero definen de modo global el “modelo” asumido.

De acuerdo entonces con las fuentes consultadas, podemos decir que FM Reconquista, desde sus inicios, se propuso ser parte de un proceso de construcción social por el cual:

- La **comunidad** a la que pertenece la radio, fortalezca y desarrolle creativamente su identidad cultural nacional y local y
- Participe con organización, capacitación y protagonismo en la transformación de su realidad.
- Los **artistas de los barrios** de su zona de influencia alcancen *visibilidad* y puedan potenciar su arte popular con la producción y difusión radiofónica.
- Las **organizaciones sociales de base** locales alcancen la “unidad en la acción” reivindicativa y territorial y
- Sus **dirigentes** construyan en el trabajo conjunto y la capacitación permanente, pensamiento estratégico.

A primera vista no resaltan objetivos vinculados a la radiodifusión, el periodismo y la labor de los medios, de modo específico. Pero ahondando en la propuesta descripta, aparece con claridad una concepción y una praxis diferentes, que podríamos sintetizar en la sentencia: “**Comunicar es hacer**”. Difícilmente en la década del 80’ del siglo pasado, los fundadores de FM Reconquista conocieran las nociones teóricas que se estudian en la “Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario”, o la corriente de pensamiento que el autor mexicano Jesús Galindo Cáceres llama “La tercera fundación de la comunicación en América Latina” (<https://youtu.be/HcHppCo35Go>) que enfatiza en su “multidimensionalidad” desde un enfoque sociocultural (Massoni, 2013) y conecta diversos paradigmas, desde los que interactúan en red teóricos de diferentes países, dado que esta corriente irrumpe con fuerza como tal en el siglo veintiuno, más allá de los antecedentes que recupera e integra.

Lo cierto es que este enfoque teórico nos brinda herramientas útiles para la descripción y el análisis que pretendemos realizar. Sostiene Massoni (2011) que “...la **comunicación estratégica** es un modelo de desarrollo ya que es **una**

manera de ser y de transformar. *Un programa de planificación y gestión que aborda problemas reales y no solo debates reales. Un plan para la acción...*” (p. 44). La **negrita** pertenece al texto original.

Esta idea bien ilumina conceptualmente lo que expresa el colectivo de FM Reconquista, en sus objetivos fundacionales. Así, la comunicación entendida como inherente a la práctica social (Uranga, 2008) constituye el núcleo de la exposición de Castelvando. Textualmente: “*Dagli inizi porta un'impronta: è una radio che non solo dice, ma fa. I suoi speaker non sono professionisti, ma sono animatori della comunità*”.

(<http://www.net-one.org/archivio/congresso-2000/buone-pratiche/46-radio>)

Podemos traducir la cita así: “*Desde sus inicios (FM Reconquista) tiene una impronta: es una radio que **no solo dice, hace**. Sus locutores no son profesionales, son animadores de la comunidad*”. (Negrita nuestra).

Claramente estamos ante una práctica que opera desde “lo comunicacional” en tanto interacción participante más que desde “lo comunicativo” entendido como transmisión de mensajes (Massoni, 2006). Volveremos sobre este punto en el análisis de las Variables Claves Comunicacionales que seleccionaremos dentro del modelo que estamos describiendo.

Comunicación comunitaria y popular: La construcción de sentidos.

“*El hombre es la medida de todas las cosas*”. La sentencia es atribuida a Protágoras de Abdera, filósofo griego que vivió en el siglo V antes de Cristo, Platón la refiere en su “Teeteto” (1988, pp. 225-227) y Aristóteles en la Metafísica (1998, p. 152).

Creemos no tergiversar el significado de la expresión si afirmamos que es, dentro de la polisemia de toda frase, una temprana aproximación al concepto de la construcción social de sentidos. No nos alejamos de Protágoras si sostenemos que los hombres y las mujeres somos la *medida* del sentido que adquieren socialmente las cosas para nosotros/as.

La producción de un mensaje colectivo, que hemos señalado como uno de los principios animadores de la experiencia analizada, supone la puesta en circulación de sentidos interpretativos de la propia realidad. Nos ayuda a pensar la cuestión la semiótica y el particular pragmatismo filosófico de Charles Sanders Peirce. Dice el pensador estadounidense:

Un signo, o *representamen*, es aquello que **representa algo para alguien**, en algún aspecto o sentido. Se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de una persona un signo equivalente o quizá un signo más desarrollado. Al signo que se crea lo llamo *interpretante* del primer signo. El signo representa algo, su *objeto*. Representa al objeto, **no en todos los sentidos, sino en referencia a un tipo de idea**, que en algunos casos he llamado terreno (*ground*) de la representación”. (Peirce, 1931-1958, p. 228). La bastardilla pertenece al texto original. La negrita es nuestra.

El sentido siempre es parcial porque siempre es situado, “representa algo para alguien”. La realidad de los barrios y villas del conurbano bonaerense no representa lo mismo para sus habitantes que para los que la miran por los noticieros de la televisión. Y dentro de esta división en dos grandes *macrogrounds*, para seguir con la terminología peirciana, se pueden suceder infinitas subdivisiones.

Los fundadores y fundadoras de FM Reconquista se plantearon con conciencia refleja, desde que concibieron la creación de la radio, producir y poner a circular discursos sociales sobre la realidad de sus barrios, no escindida de los contextos nacional e internacional. Discursividad y transformación social se integran en un mismo proyecto. Respecto del “discurso” sostiene Verón (1993) que toda producción de sentido es social y todo fenómeno social es una producción de sentido. Esto siempre es así aunque no siempre es asumido como tal. El caso que nos convoca parte de esas premisas.

En la misma obra el autor habla de producción, circulación y consumo, en referencia a los discursos. También respecto de los consumidores de sus mensajes radiofónicos, hubo direccionalidad de objetivos en FM Reconquista: Los primeros años se centraron en las poblaciones más postergadas de su área de influencia. En la segunda década se puede apreciar un *link* que conecta con los sectores medios, a los que llega la señal con el aumento de la potencia irradiada.

Se procede así a la incorporación de nuevas estéticas y producciones, realizadas por organizaciones sociales y vecinales de las zonas más urbanizadas y de los centros comerciales. En los registros de las reuniones de capacitación se puede observar un esfuerzo por hacer interactuar esos lenguajes y estéticas diversas, sin pretensiones de homogeneización, pero sí de provocar influencias mutuas.

Vemos aquí dos cuestiones cruciales en el modelo comunicacional de FM Reconquista:

1) Producir sentidos pensando en la instancia de recepción, más aun, incorporando al receptor pensado a la producción del mensaje. El mismo sujeto social se constituye en emisor y receptor. Mantenemos esas figuras porque son inherentes a la comunicación en forma de *broadcasting* característica de la radio abierta, no en referencia a un modelo teórico.

2) El cruce dialógico de enunciados sociales provenientes de diferentes contextos (clases pobres y sumergidas y clases medias). En relación a ambas cuestiones apelamos al pensador ruso Mijail Bajtín (1982) para postular que: *“Cada enunciado está lleno de ecos y reflejos de otros enunciados con los cuales se relaciona en la comunicación discursiva”* (p. 264). Y: *“Toda comprensión está preñada de respuesta y de una u otra manera la genera: el oyente se convierte en hablante”* (p. 257).

Intentaremos a continuación, describir cómo fueron las prácticas que se desarrollaron en el tiempo para concretar los principios animadores, los objetivos propuestos y la construcción colectiva de sentidos en FM Reconquista.

“Lo escuché en la radio”. Criterios de noticiabilidad.

Tema recurrente en estudios de radio y televisión, en redacciones de diarios y revistas, agencias de noticias y casas de estudio: ¿qué es noticia y qué no lo es? Más allá de las conocidas orientaciones de los más variados manuales de periodismo en el mundo entero sobre “lo más actual”, “lo más cercano” “lo menos habitual”, “relevancia”, “conflicto”, etc. como el ya clásico de Carl Warren (1979), lo cierto es que la “noticiabilidad” de los hechos constituidos en acontecimientos (Verón, 2009) perfila en gran medida la

línea editorial de los medios y su “contrato de lectura” (Verón, 1985) con el público que los consume.

La noticia como *constructo* mediático (Rodrigo Alsina, 1989) publicado (puesto “en el aire” o emitido “al aire”, en nuestro caso), supone una previa selección valorativa en medio del universo de acontecimientos que conforman sus *inputs* mediante la tarea conocida como de *gatekeeping* (Lewin, 1947). Ambas prácticas, aun cuando sean determinadas por rutinas cristalizadas en el tiempo, se constituyen en observables que nos permiten acceder tanto a la posición ideológica del medio, explícita o subyacente, como a los intereses materiales que lo movilizan.

En FM Reconquista, en los años 80’ tenían como libro de cabecera el manual de la Asociación Latinoamericana de Enseñanza Radiofónica- ALER- “La noticia popular”, integrante de una colección que se actualizó en el nuevo siglo (ALER, 2009), obtenidos en el Centro de Comunicación Educativa La Crujía que, como dijimos, fue una de las fuentes de formación teórico-práctica de los fundadores de la radio. Allí podemos leer

En la elección de cada tema a abordar, en la selección de los entrevistados y sus testimonios, en la información que busquemos para dar contexto a la noticia, se juega nuestro rol como buenos periodistas.

Somos además veraces en la medida que **somos consecuentes con nuestros proyectos políticos comunicativos**. Es decir, tenemos una opción que nos identifica y desde esa mirada, construimos e interpretamos los hechos, y elaboramos noticias. Esa también es una tarea educativa. (p. 12) La negrita pertenece al texto original.

La revisión de material de archivo disponible nos revela una notoria continuidad en la línea editorial, dada la larga trayectoria de la radio. Las situaciones que motivaron construcciones periodísticas y se convirtieron en noticiables tienen características permanentes. Claramente priman: a) Los acontecimientos locales b) Si son regionales, nacionales o internacionales, están seleccionados y abordados a partir de su incidencia en la vida local c) Todo aquello que provenga de, o tenga consecuencias sobre los sectores sociales postergados, pobres, excluidos, etc. y en particular sobre los barrios donde estos habitan dentro de la zona de influencia de la radio d) Una línea editorial específica prioriza la problemática de género de las mujeres pobres y trabajadoras. e) Otra trabaja la situación de los y las jóvenes de los barrios populares f) El accionar y las reivindicaciones de las organizaciones sociales locales g) La vida artística y cultural en los barrios de la zona de influencia.

Así los hechos que se convierten en acontecimiento mediático y ameritan la construcción y difusión de la noticia radiofónica incluyen problemáticas tales como: inundaciones, contaminación ambiental, obras y servicios públicos, políticas generales del Estado, en particular de los municipios de la zona, actividades comunitarias, deportivas, artísticas, gremiales, violencia de género e institucional, campañas sanitarias y educativas, consumo problemático de sustancias y adicciones, fiestas religiosas o de colectividades migrantes, etc.

También perfilan el modelo comunicacional los criterios discutidos y consensuados en la Asamblea de Radio para la incorporación de nuevos programas a la grilla, actividad delegada en la dirección de la radio. Para

los programas institucionales, de organizaciones, que como dijimos tienen prioridad y gratuidad de espacio, dice el actual coordinador de programación, Rafael González: “*Si tienen un espacio en FM Reconquista, es porque tienen un trabajo social en la zona, con efectos en la búsqueda de justicia social*”. Según su testimonio, se ha dado el caso de organizaciones religiosas que en la radio consideran “espiritualistas”, con una acción que consideran legítima pero que no encarna en los problemas concretos colectivos, no sólo individuales. Algunas con estas características han solicitado espacios radiofónicos y se decidió no otorgarlos.

Las declaraciones de un miembro de la radio a la agencia de noticias del gremio periodístico Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires-UTPBA- confirma el criterio señalado: “*Cada Institución u organización social de las zonas más cercanas cuentan con un espacio en nuestra programación. Así entendemos la comunicación en FM Reconquista. Para nosotros la comunicación debe tener incidencia social, sino no tiene sentido*”. El testimonio fue difundido por la Agencia Nacional de Comunicación-ANC-a través de su red informativa Voltaire.net, cuando entrevistó, con motivo del Día de la Radiodifusión, a Alejandro Palomo, histórico dirigente vecinal y social del populoso barrio La Cárcova, a quien presentó como periodista de la radio (Voltaire.net.org 28-8-2008). Respecto de los musicales la prioridad está dada tanto por la música nacional o cantada en español como por la presencia de producciones artísticas locales. También aquellos programas realizados por, y dirigidos a colectividades migrantes de las provincias argentinas o de países latinoamericanos. Sin embargo tienen lugar todos los géneros, tal el caso del *Rock an Roll* o el *jazz* anglozajón. Así, uno de los clásicos de la programación de FM Reconquista es el programa “De Liverpool a José León Suárez”, totalmente dedicado a la música de *The Beatles*.

¡Mirá quién habla! Comunicadores populares. La palabra y la música.

FM Reconquista no nació bajo el impulso de periodistas *underground* o de estudiantes de las carreras de comunicación. Por el contrario, como dijimos, sus fundadores/as y sus continuadores/as son militantes o dirigentes sociales de base, vecinos y vecinas del barrio donde funciona la radio y de los otros barrios a los que llega su señal.

En 1988 constituía una verdadera novedad contar con una radio en el barrio y que por sus micrófonos hablaran sus habitantes. Como toda práctica social nueva, no estuvo exenta de resistencias, no sólo las obvias desde el Estado y su legislación represiva de entonces, sino en algunos casos desde la misma audiencia, acostumbrada a otro tipo de locución de radio. Pero en pocos meses el éxito fue desbordante y se multiplicaban las iniciativas para producir diferentes formatos de programas: musicales en diversos géneros, periodísticos de actualidad o especializados en deporte, medio ambiente, mujer, juventud, tercera edad, etc., religiosos, culturales, humorísticos, “revista” radiofónica o *magazine*, educativos, entre otros. Se fue pasando de los primeros espacios “ómnibus”, de muchas horas a cargo de las mismas personas, a una multiplicidad de producciones ya en el primer año de la emisora.

Todo fue realizado por vecinos y vecinas voluntarios/as: operación técnica, producción, conducción, locución de programas y anuncios, grabaciones, reporteros/as en los barrios que acercaban posibles noticias, confección de la “artística” de la radio (señal identificatoria, “separadores”, etc.) y de la publicidad pautaada. Cuenta Elvira Peralta, una de las primeras “noteras” del programa “Mateando juntas”, que cubría el espacio “Mujer y trabajo” para este ciclo histórico dedicado a la problemática de géneros: *“Yo todavía no había terminado el primario, pero gracias a la capacitación que me daba la radio me animaba a salir con el grabador de mano. Nosotras hacíamos preguntas muy directas, sin vueltas. Esto descolocaba a muchos funcionarios”*.

En 1997, en el marco de un seminario sobre “Periodismo local”, realizado en la ciudad de Bogotá y organizado por la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, creación del Premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, miembros de FM Reconquista pudieron compartir con comunicadores latinoamericanos su experiencia de dirigentes sociales en rol de periodistas. La experiencia duró cuatro días y fue coordinada por Alex Grijelmo, redactor del Manual de Estilo del diario “El País” de España y creador de su sección local “Madrid”. También mantuvieron una charla con periodistas de la sección “Bogotá” del diario “El Tiempo” de Colombia, interesados en conocer a dirigentes de barrios populares argentinos invitados a su redacción como “colegas” (El Tiempo, Bogotá, 6-12-1997).

Otro rol importante en la programación de la radio, lo cumplieron los y las artistas locales, participando tanto en entrevistas como en la producción y conducción. Es todo un clásico de la emisora los números musicales en vivo, con público que se congrega en el patio, desde el que se puede observar a través del triple vidrio blindado el interior del estudio. También los festivales masivos en su *campus*, en ocasiones con más de mil asistentes y treinta números en escena durante una misma tarde-noche.

Pudimos observar que hombres y mujeres que trabajan profesionalmente en los espectáculos zonales no tienen inconveniente en sumarse como voluntarios/as a la actividad de la radio, dentro de un colectivo que es muy renuente al *brillo* individual. La frase recurrente (y lapidaria) de Margarita Palacio es *“Aquí la única estrella es la radio”*.

Otra combinación interesante nos parece la presencia, junto a los locales, de artistas de reconocida fama y trayectoria, de diversos géneros. Entre otros/as han pasado por la emisora, autores/as e intérpretes de música del litoral argentino, ya que hay una masiva presencia de migrantes de ese origen en la zona.

Además de la ya mencionada Teresa Parodi, ex Ministra de Cultura de la Nación, que grabó con su voz la señal de radio de FM Reconquista, el sacerdote Julián Zinni (reconocido poeta correntino, autor de muchas letras del conjunto “Los de Imaguaré”), “Coqui” Marola (directivo de la Sociedad Argentina de Autores y Compositores-SADAIC- e hijo del mítico “Coco” Marola, autor del “himno” correntino “Kilómetro 11”), Antonio Tarragó Ros, los “Hermanos Barrios” (todo un “clásico” del chamamé romántico), entre otros.

Desde otras expresiones del folklore, también: Hugo Jiménez Agüero (notorio cantautor patagónico, fallecido en 2011), Guillermina Beccar Varela y Los Manseros Santiagueños. En los festejos de los 20 años de la radio

actuó la formación “Nuevo arte nativo”, conducido por los bailarines Jorge Juan “Coqui” y Carlos Orlando “Pajarín” Saavedra, de reconocido prestigio internacional. En el aniversario 25° tocó el grupo “Arbolito”, cuyo nombre rememora al joven ranquel que acabó con la vida del genocida de origen prusiano Coronel Federico Rauch.

Otra corriente artística muy arraigada en el gusto popular es la música tropical: La cantante Gilda, apadrinó un programa de la radio, también estuvo Rodrigo Bueno, ambos fallecidos en accidentes de tránsito y en torno a los cuales se ha generado un culto popular. Los Palmeras (emblemáticos de la cumbia santafesina) e innumerables grupos tropicales de fuerte repercusión popular que suelen llenar “bailantas” en todo el país visitaron la radio. Para sus agentes de prensa, pasar por FM Reconquista es parada obligatoria, ya que en diez kilómetros a la redonda están ubicadas por lo menos cuatro de los locales bailables más concurridos del primer cordón del conurbano bonaerense.

En tango: el ya fallecido poeta Horacio Ferrer, participó de una transmisión en vivo de FM Reconquista desde el emblemático “Café Tortoni”, donde entregó el diploma de miembro honorario de la Academia Nacional del Tango a un histórico integrante de la radio, el poeta Hugo Enrique Salerno. En rock: en diálogo radiofónico con bandas locales uno de los pioneros del género en su versión nacional, Moris, autor del tema “Muchacho del Taller y la Oficina” en el que refiere a José León Suárez, propuso organizar un recital gratuito en la Ruta 4, que por diversos motivos no llegó a realizarse. El tenor argentino Darío Volonté y la mezzo soprano francesa Vera Cirkovic, cantaron con los chicos y chicas del Jardín La Colmenita, a instancias de la Asociación de Mujeres La Colmena, en su sede social al interior de la Villa Hidalgo. Todos los nombrados participaron de programas, entrevistas y festivales de la radio sin cobrar *cachet* alguno.

Podríamos seguir largamente la lista. Lo que nos interesa señalar aquí es un fenómeno que se vivió siempre en los programas musicales y en los recitales en vivo en los estudios de FM Reconquista: el encuentro entre las expresiones artísticas barriales -ajenas al gran circuito comercial- y la cultura de masas de la industria discográfica y del espectáculo.

Vemos allí una presencia de lo que Jesús Martín Barbero define como “mediaciones” (Barbero, 1987), proceso de doble vía: por un lado los sectores populares consumen y resignifican las producciones hegemónicas y por otro, la industria de la cultura de masas asume componentes profundos de la cultura popular, que son reconocidos por las clases subalternas.

Esto mismo se replicó, a mayor escala para todos los barrios de José León Suárez, en las fiestas de Fin de Año organizadas por la Cámara de Industria, Comercio y Profesionales local, conducidas y transmitidas en directo por FM Reconquista.

Los “chasquis”.

En el Tahuantinsuyo (Imperio inca) se entrenaba desde pequeños a jóvenes corredores que transmitían mensajes en un sistema de postas que permitía recorrer grandes extensiones en poco tiempo. Su nombre plural en idioma quechua era “chasquis”. Así bautizó el poeta Hugo Enrique Salerno a los niños y niñas que corrían por los “pasillos” de la villa y las calles de tierra del barrio, desde sus casas hasta las instalaciones de FM Reconquista para

llevar escritos en papelitos los saludos, pedidos de temas musicales, mensajes varios, que sus familiares adultos enviaban a los conductores de los diversos programas de la radio y a través de estos a sus parientes, vecinos y vecinas. Salerno recuerda que el movimiento era intenso y permanente y en la mesa de trabajo del estudio se formaba una pila de papelitos con mensajes para leer por micrófono.

Ya hemos señalado que hasta promediar la década del 90' no hubo red de telefonía fija en el sector de Villa Hidalgo donde está instalada FM Reconquista. De modo que el sistema de *chasquis* permitía la retroalimentación de la audiencia con la radio. También algunos programas utilizaban *postas* telefónicas para recibir mensajes y pedidos de oyentes de barrios más alejados de la planta transmisora. Los llamados eran recibidos en las pocas casas que contaban con teléfono más o menos en las cercanías de la radio y, a determinada hora pautada, un *chasqui* llevaba todos los mensajes acumulados para ser leídos “al aire” por los conductores del programa.

Esta práctica, consideramos, encierra algo mucho más profundo que lo que podría ser una “nota de color” pintoresca del conurbano social de fines del siglo veinte. Nos revela una verdadera red comunicacional participativa multidireccional, ya que esta práctica constituía un diálogo abierto no sólo con los ocasionales conductores de programas, sino principalmente entre los y las oyentes que intercambiaban mensajes a través de la radio, cuyo soporte material estaba formado por una original combinación de ondas hertzianas, calles y pasillos.

Desde luego con el tiempo se impusieron los llamados telefónicos, mensajes de texto, correos electrónicos, el *WatsApp*, etc. Pero la práctica de los *chasquis* no desapareció del todo, tal vez porque a los niños y niñas todavía les entraña alguna *magia* ir a la radio del barrio.

La capacitación permanente. Talleres y “retiros”.

El sostenimiento durante tantos años de una radio funcionando las veinticuatro horas, a cargo de vecinos y vecinas de los barrios cercanos, supuso un proceso intenso y permanente de capacitación en múltiples saberes y destrezas: locución, conducción, producción y lenguaje radiofónico, periodismo, operación técnica, informática, guionado, etc. Pero también, con los dirigentes sociales que conformaron la Red Reconquista: Pensamiento estratégico, diseño de proyectos, conducción de grupos, gestión de las organizaciones, etc.

El núcleo fundador de la radio, como ya dijimos, se capacitó en los cursos brindados por el Centro de Comunicación Educativa “La Crujía”, con los “Manuales de radio” de ALER y la lectura de autores como Aníbal Ford, Jorge Rivera y Eduardo Romano. También con las orientaciones pedagógicas de Paulo Freire, entre otros. Algunos de ellos en su militancia cristiana se formaron personalmente con filósofos y teólogos como el sacerdote Justino O’Farrell, ex decano de la facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires-UBA- durante el rectorado de Rodolfo Puigrós en los años 70’, el también ex decano pero de la facultad de Teología de la Pontificia Universidad Católica-UCA- Lucio Gera y el Padre Rafael Tello, todos ellos pensadores nacionales y teólogos de la “religión del pueblo”.

Ya con varios años de funcionamiento de FM Reconquista, hubo quien pasó por la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA y por algún curso de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano. Margarita Palacio cursó el posgrado en Especialización en Organizaciones Sin Fines de Lucro, de la Universidad de San Andrés. Dos compañeras de la radio siguieron sendas carreras de Operación Técnica en el Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica –ISER- y el Profesorado en Comunicación en una institución católica.

Pero la radio comunitaria siempre organizó y gestionó *per se* la capacitación de sus integrantes y de las organizaciones que conformaron su red social y comunicacional. Desde 1988, todos los años se organizan talleres teórico-prácticos, en algunos casos conducidos por profesionales invitados y en la mayoría de las veces a cargo de la conducción de la radio. Los pioneros en acercarse a la experiencia para compartir sus conocimientos y habilidades fueron el maestro de operadores técnicos Agustín Tealdo y el locutor Rafael Arrastía, quien continuó capacitando tanto a los integrantes de la radio como a las organizaciones vinculadas con ella hasta el presente.

A partir de 2005, con fondos provenientes de diversas fundaciones, entre ellas Avina, comenzó la práctica de los “retiros”. Por lo menos dos o tres veces al año los y las dirigentes de la red ya conformada, en número de entre veinte y treinta, se retiraban a alguna casa de “ejercicios espirituales”, en el conurbano, generalmente administradas por congregaciones u órdenes religiosas, durante todo un fin de semana, para convivir y capacitarse en algún tema específico tanto de comunicación como de organización popular. Según los testimonios recogidos, resultó ser una experiencia de fuerte sinergia y fortalecimiento de los vínculos, además del aprovechamiento teórico. Los participantes eran diversos en género, edades y funciones. La única condición *sine qua non* era ser dirigente de alguna organización de la red.

Para estos encuentros se contrataban locaciones con habitaciones grupales y matrimoniales, sala de reuniones, proyector, parlantes y accesorios, parque y servicio de comidas con menú acordado previamente, que siempre incluía un asado de cierre. También el micro para los traslados. Los organizadores de la radio visitaban previamente el lugar ya que le daban suma importancia a la funcionalidad de las instalaciones y al clima de tranquilidad y convivencia que estas permitieran. Por otra parte son lugares que deben reservarse con muchos meses de anticipación. Todo obligaba a una preparación y organización muy cuidadosa.

Transcribimos a continuación un programa típico de retiro:

VIERNES

- 18 horas: Reunión del equipo coordinador del retiro.
- 19 horas: Encuentro de todos los/las participantes en la radio.
- 20 horas: Salida en micro hacia la casa de ejercicios espirituales.
- 21 horas: Llegada. Cena.
- 22 horas: Proyección de película motivadora (Referida al tema central del retiro).
- 23, 30 horas: Fin de las actividades del día.

SÁBADO

- 8 horas: Desayuno
- 9 horas: Reunión. Debate en torno a la película vista la noche anterior con preguntas orientadoras.
- 10, 15 horas: Café
- 10, 30 horas: Reunión. Exposición de especialista invitado/a.
- 11, 30 horas: Ronda de preguntas y debate.
- 12, 30 horas: Tiempo libre (espacio previsto para retrasos en el horario).
- 13 horas: Almuerzo.
- 14 horas: Tiempo libre.
- 16 horas: Reunión. Trabajo en grupos sobre la temática expuesta por la mañana.
- 17, 45 horas: Café
- 18 horas: Segunda exposición.
- 19 horas: Ronda de preguntas y debate.
- 20 horas: Trabajo en grupos sobre la temática de la segunda exposición.
- 21, 30 horas: Cena.
- 23 horas: Fogón.

DOMINGO

- 9 horas: Desayuno.
- 9, 30 horas: Reunión. Trabajo en grupo elaborando conclusiones.
- 10, 45 horas: Café.
- 11 horas: Puesta en común. Exposición con afiches elaborados en los grupos.
- 12, 30 horas: Asado de despedida.
- 14 horas: Fin del retiro. Partida en micro hacia la radio.

Pensamos que el programa da cuenta del tiempo y los recursos invertidos en estos encuentros de convivencia y capacitación de la red, sobre todo si se considera que se solían realizar, uno por cuatrimestre, al menos hasta el año 2009, que cierra el período estudiado.

Las rutinas de producción. Las fuentes.

En las asambleas quincenales de la primera etapa se establecía un plan de trabajo, que desde luego podía alterarse sobre la marcha por hechos imprevistos como un desborde del Río de la Reconquista, un alzamiento “carapintada”, un descarrilamiento de los ferrocarriles que atraviesan la zona, etc. Con el tiempo se fue delegando en la dirección de la radio las decisiones diarias tanto organizativas como comunicacionales.

También los y las operadores/as técnicos/as, en turnos de seis horas, salvo algún imprevisto, ocuparon un lugar importante en la organización de las rutinas de trabajo. Ellos/as no sólo se ocupaban de la consola, sino que de algún modo –tácito y factual - estaban a cargo de la emisora durante sus turnos: resolvían problemas técnicos, recepcionaban correo o mensajes para la dirección de la radio, velaban por la seguridad y la limpieza, en los espacios sin programación fija leían al aire gacetillas de prensa, comunicados de la radio, mensajes de los vecinos, etc. Eran polea de

transmisión entre los programas y la dirección de la radio. Atendían a los vecinos que se acercaban a la radio y tomaban nota de sus inquietudes, etc. Cuando se instaló un equipo de “monocanal” que comunicaba-punto a punto- por aire, la radio con la casa de la directora general, todo se agilizó. Mucho más en la era del teléfono celular. Pero el rol de coordinador *in situ* en ausencia de la directora, se *cristalizó* en el día a día. Nos dice Fabián, quien durante años ocupó la operación técnica de las mañanas, de lunes a viernes:

Para mí era una gran responsabilidad, porque por las mañanas la directora general estaba en su trabajo. Te podían llamar desde la municipalidad o los vecinos venir por un problema grave en el vecindario, por ahí se acercaba una institución nueva para solicitar un espacio. Además de escribir las novedades técnicas en el libro de operación* tenías que anotar todos los mensajes y novedades y dejárselo al siguiente operador y así hasta que llegue la directora. Había muchos imprevistos y cuando no había programas específicos y la gente de la radio estaba en sus trabajos, quedabas solo, a cargo de todo y tenías que resolver sobre la marcha.

* Uno de los tres libros de informes detallados por día y hora que entonces rubricaba el Comfer y debían estar en las radios para exhibirlos en caso de inspección. Los otros dos eran de programación y de “planta” transmisora.

Con las novedades del día la dirección de la radio redactaba lo que llamaban “avisos comunitarios” que se transmitían de modo rotativo durante todo el tiempo de programación, mientras durara su vigencia, generalmente leídos al aire en vivo por operadores/as o conductores/as de programas. A su vez, muchos temas ameritaban enviar a algún voluntario/a a “cubrir la nota”, o había que comunicarse con los “reporteros barriales”, alguna dependencia oficial o alguna organización para interiorizarse de la información y decidir su tratamiento y qué momento de la programación era el adecuado para ello, si bastaba con el material grabado o había que invitar a las fuentes y protagonistas al “piso”. Cada programa, por otra parte, confeccionaba su agenda informativa con su equipo, con amplia independencia, dentro de la línea editorial general de la radio, que todo programa conocía bien aun antes de solicitar incorporarse a la programación.

Los reporteros barriales generalmente eran animadores comunitarios que o bien reportaban a los programas que producían las organizaciones a las que pertenecían, o directamente a la dirección de la radio.

FM Reconquista nunca tuvo un formato de “noticiero”, el clásico que las radios emiten un par de minutos cada hora o media hora con un compilado de noticias de actualidad, salvo los “enlatados” de FARCO, que primero llegaban por correo en los viejos *cassettes* y una vez inaugurado el centro satelital de Rosario, las asociadas lo empezaron a recepcionar por Internet y en el caso que no hubiera acceso a la red por antena satelital.

En cuanto a las fuentes, se consultaba a todos los actores involucrados en el acontecimiento a noticiar, con preferencia y prioridad a los más vulnerables en la situación planteada, a los vecinos afectados por algún problema de infraestructura o servicios, a las organizaciones de base relacionadas con el tema en cuestión, etc. *“Nuestras fuentes principales y privilegiadas son los*

pobres” puede escucharse y verse en el referido video que registra la exposición de integrantes de la radio en la editorial Ciudad Nueva. En el mismo sentido se orientan las expresiones de los directivos de la radio entrevistados en la planta transmisora de Villa Hidalgo, por el programa “Claves para un mundo mejor” que en los años 90’ se emitía por canal 7, al que pudimos acceder en un registro conservado por una familia oyente de la radio, de tipo casero en soporte VHS.

Las entrevistas a funcionarios y especialistas también formaron parte de las prácticas de FM Reconquista y servían para completar los reportes, que generalmente eran luego analizados y comentados por los dirigentes sociales de la emisora.

Pero es claro que los testimonios obtenidos por la radio como fuentes primarias, de vecinos y vecinas afectados o relacionados directamente con los acontecimientos abordados periodísticamente, tuvieron siempre prioridad por sobre las gacetillas oficiales o el material ofrecido por diarios nacionales o locales, agencias de noticias, revistas y publicaciones varias que se recibían periódicamente en los estudios de la emisora y que, desde luego, también se utilizaban como insumo.

8. Variables observables

Nos proponemos realizar un análisis situacional histórico (Matus, 2007 b) que nos permita el reconocimiento de los diferentes componentes, organizativos y comunicacionales, presentes en las situaciones observadas y descriptas en el punto 7. Daniel Prieto Castillo (2004) propone “...*leer situaciones sociales desde lo comunicacional, leer entonces situaciones de comunicación*”, ya que “*el concepto es útil tanto para analizar relaciones sociales generales como para abordar las que corresponden a instituciones o grupos pequeños*” (p. 81).

Como señalan Apela, Huarte y Vargas (2012), analizar situaciones sociales históricas y complejas desde la comunicación, entraña la “*posibilidad de facilitar la explicitación de los objetivos de futuro que están presentes en las prácticas, imaginarios y construcciones discursivas de los actores sociales*”. Y para ello, dicen, podemos recurrir a variables clave (VC) entendidas como “*dimensiones o ejes de análisis de la realidad*” (pp. 6-7).

Construiremos las mismas considerando tres aspectos fundamentales: a) Los sujetos intervinientes y la naturaleza de sus vínculos b) Los sentidos que circulan entre los actores y c) Las políticas y estrategias desplegadas. (Mata, 1994).

Respecto del diseño metodológico de nuestro trabajo de campo recurrimos a una matriz que se compone de: Variables clave-Conceptos utilizados-Preguntas al objeto de estudio-Técnicas utilizadas-Fuentes consultadas (Apela, et al., 2012).

En este apartado intentaremos deconstruir analíticamente las variables clave seleccionadas, dejando las conclusiones a las que arribemos para el punto 10.

8.1-Variables clave organizacionales (VCO)

Estrategia desarrollada para lograr la sustentabilidad y el crecimiento económico

Conceptos: Estrategia. Sustentabilidad. Crecimiento. Empresa no-lucrativa.

Nos preguntamos: ¿Qué objetivos económicos se planteó el grupo fundador de FM Reconquista? ¿De dónde obtuvieron los recursos en sus diferentes

etapas? ¿Quiénes se beneficiaron de esos recursos? ¿Qué acciones desplegaron para obtenerlos? ¿En qué contexto social y económico?

Técnicas utilizadas: Entrevistas individuales en profundidad. Análisis de documentos. Relevamiento de instalaciones y equipamiento.

Fuentes consultadas: Referentes de la organización y de otras instituciones relacionadas con ella. Anunciantes. Donantes. Voluntarios. Documentación de la radio (Balances, talonarios de facturas, declaraciones juradas de publicidad, inventarios, etc.).

Está claro que desde antes de comenzar las transmisiones, el grupo fundador pensó en la economía como un tema central para la radio. No es una dimensión que se les haya ido haciendo evidente con el transcurrir del tiempo y el surgimiento inevitable de necesidades cotidianas. Muy por el contrario, en los formularios entregados a la agencia holandesa Cebemo, para obtener el subsidio inicial para la compra de su primer equipamiento técnico, se puede observar un detallado plan de negocios, basado principalmente en la comercialización de publicidad local, con una proyección a dos años, tiempo en el que el grupo estimaba que podía alcanzar el autosustento en relación a los costos fijos.

El documento incluye un análisis pormenorizado de gastos por rubros tales como: limpieza, compra de insumos radiofónicos de la época (*cassettes*, discos de vinilo, púas para las bandejas giradiscos, etc.). Respecto de los servicios informa que: no existe una red eléctrica confiable en la zona, ya que se trata de extensiones informales realizadas por los vecinos, por lo cual contempla la adquisición de un estabilizador de voltaje, y señala que no hay medidores de consumo instalados en el sector donde funcionará la radio, por lo cual no constituye un gasto corriente. En el punto 6 reseñamos la iniciativa vecinal surgida de la misma radio que concluyó en la solución definitiva de este problema para toda la zona.

También informa que están finalizando las obras del tendido de la red de agua potable y que el convenio que han negociado y firmado, a través de la Junta Vecinal, con la empresa estatal Obras Sanitarias de la Nación, contempla dos años de gracia en el pago del servicio para todos los usuarios del barrio, incluida la radio. La ausencia de líneas telefónicas en el barrio completa esta “ventaja comparativa” respecto de los gastos, a la vez que muestra el cuadro de fuerte carencia de infraestructura básica, que la radio se propone modificar “organizando a los vecinos”.

Cuesta pensar en una radio urbana que durante seis o siete años no contó con línea telefónica (el celular por entonces era ciencia ficción), pero debe contextualizarse, entendiendo que en los años 80', muchas zonas periféricas del conurbano bonaerense, incluso en su “primer cordón” más cercano a la Capital Federal, reunían características urbano-rurales. En el punto 7.2 hemos descripto la singular red de “chasquis” utilizada para hacer llegar los pedidos y mensajes de la audiencia hasta la radio.

Los y las referentes “históricos/as” coinciden en que los objetivos económicos eran dos: la autosustentabilidad y el crecimiento, y este último en dos rubros principales: a) construcción de la planta transmisora y estudios y b) actualización y mejora permanente del equipamiento técnico. Esto se ve reflejado en el plano diseñado por el arquitecto Rodolfo Livingston, cuando la radio todavía funcionaba en una casilla de madera compartida con la

familia González, y del cual la emisora tramitó y obtuvo su aprobación por el municipio de General San Martín.

El diseño contemplaba una sala de operación técnica, con capacidad para dos técnicos/as, que podían trabajar simultáneamente operando para dos estudios, a través de sendas *peceras* o ventanas de triple vidrio reforzado del tipo *blindex*. De modo que mientras en un estudio se podía estar “en el aire”, en el otro podían realizarse grabaciones de publicidad o programas. Además de baño, cocina, depósito y sala de reuniones.

Los estudios se pensaron, teniendo en cuenta las vibraciones que produce el ferrocarril que pasa a una cuadra y el sonido de los aviones ya que en la zona funcionaban dos aeropuertos (San Fernando y Don Torcuato), por lo cual el diseño incluye paredes dobles, separadas por fibra de lana de vidrio interna, un tratamiento de tierra sobre la loza del techo, dobles puertas, con cámaras de aire entre ellas y marcos especiales, cielos rasos acústicos, pisos de goma, recubrimiento de las paredes con fibra de lana de vidrio, etc. Todo estaba pensado hasta donde el “estado del arte” indicaba entonces. Esto incluyó, por parte de Livingston consultas con ingenieros de sonido y visitas de miembros de la radio a estudios de grabación instalados como el que tiene la editorial Ediciones Paulinas en la cercana localidad de Florida, en el distrito vecino de Vicente López.

En la actualidad está construido el noventa por ciento de lo proyectado más otras dependencias, no previstas en el plano, como el Centro de Capacitación. Resumiendo: las inversiones de capital iniciales fueron planificadas cuidadosamente. Incluso todo el equipamiento que financió Cebemo fue presupuestado por proveedores del ramo en dólares norteamericanos. Lo mismo se hizo (aunque en pesos y con validez fechada, en virtud de la inflación) para recibir los aportes de la Fundación Avina en 2005. Ambas instituciones requieren compromisos de inversión en los proyectos financiados, de las contrapartes (que son institucionales para Cebemo y “líderes” personales en el caso de Avina).

Respecto de la publicidad, consultamos la declaración jurada presentada al Comfer en 1989 y subsiguientes, así como los talonarios de facturas en regla con las disposiciones primero de la DGI y luego de la Afip. Los primeros meses se utilizaban recibos comunes duplicados para constancia del anunciante y de la radio, que entregaba el promotor. Pero ya hacia finales de 1988, quedó registrada una visita de un inspector de la Secretaría de Comercio de la Nación, quien mediante acta notifica a la radio que debe inscribirse en el registro público de comercio e imprimir facturas por triplicado. Esto no fue necesario porque nuevas reglamentaciones específicas para la actividad, llegaron con el Decreto 1357/89 que ya hemos mencionado. De la documentación contable se desprende que entre abril de 1988 y diciembre de 1989, FM Reconquista consolidó una cartera estable de cincuenta anunciantes, comercios minoristas locales, de abono mensual.

Durante los primeros nueve meses de transmisión las publicidades crecieron mes a mes, entendemos que la novedad de una radio local con una estética diferente (que analizamos en el punto 7.2) influyó fuertemente en este primer tramo. Pero el contexto social y económico en el que nace la radio desaconsejaría el inicio de cualquier negocio. Veamos: Durante el verano que va de diciembre-88 a marzo-89, el gobierno realiza “cortes programados” de luz, de entre cinco y seis horas por día²¹. En esa época Reconquista había

ampliado las seis horas diarias de transmisión iniciales (de 18 a 24 horas) a dieciséis (de 8 a 24 horas). Una interrupción de prácticamente la cuarta parte del horario de transmisión en cualquier emisora es un problema grave, con la audiencia y con los anunciantes. Como los cortes eran rotativos en horarios y zonas, a veces se cortaba la luz en la radio, pero no en muchos de los barrios en que se la escuchaba habitualmente.

Pero la crisis no fue sólo energética, el fenómeno de la hiperinflación impactó con fuerza durante el segundo año de vida de la radio. Los datos publicados por el Instituto de Estadísticas y Censos (www.indec.mecon.ar) muestran con crudeza la magnitud del desastre: los precios minoristas aumentaron en mayo-89 el 78, 4 por ciento, junio-89 el 196 por ciento, obligando al presidente Alfonsín a adelantar la entrega de su mandato, en medio de un clima de conmoción social y saqueos. Ya con el presidente Menem en el gobierno, un segundo pico hiperinflacionario se produjo en los primeros tres meses de 1990. Los porcentajes fueron: En enero: 79, 2, febrero: 61, 6 y marzo: 95, 5. Luego vendría el “Plan de convertibilidad” que anclaría la paridad cambiaria en un peso igual a un dólar.

Dice Prieto Castillo (2004) *“El contexto nos marca profundamente, nos entreteje de alguna manera los más íntimo de nuestro ser”* (p. 117). Entendemos que esta sentencia es válida tanto para los individuos como para los grupos y comunidades.

¿Cómo hizo FM Reconquista para mantenerse y aún crecer, en sus primeros dos años de vida, en medio de esta crisis social y económica? Más aún si consideramos que variados estudios coinciden en que los emprendimientos micro, pequeños y medianos, en Argentina, en un ochenta por ciento no sobreviven más de dos años (Soriano, 2005 y Freire, 2015), aunque difieren en colocar la carga de la culpa en el contexto o en las fallas de gestión.

Podemos observar algunos factores convergentes: a) La ayuda mensual de la Fundación Vivienda y Comunidad durante los primeros dos años b) La ausencia de pagos de servicios (luz, teléfono, agua, sin red de gas apenas se utilizaba un calentador eléctrico para el agua del mate, luego un anafe con una garrafa que duraba meses) c) El trabajo voluntario tanto radiofónico como para limpieza y construcción, o en algunos períodos, subsidiado por el Estado, a través de planes sociales.

Respecto de los cortes de luz, se apeló al uso de “generación alternativa” de energía eléctrica (para la misma situación en 1993 ya contaban con grupo electrógeno). El vecino Bruno Romero, conductor por las tardes de un ciclo de música litoraleña, traía “prestadas” de la fábrica donde trabajaba dos baterías de alta capacidad que hacían funcionar la radio mientras había cortes. Pero ¿cómo se fidelizaron los anunciantes durante la hiperinflación? Conversamos con algunos comerciantes vinculados con la emisora desde los primeros tiempos. Todos coinciden en que la radio durante esos meses les mantenía los precios invariables, los esperaba en los pagos, premiaba la permanencia con algún “plus” publicitario. El siguiente testimonio del propietario de una vidriería, ubicada en la zona comercial de José León Suárez, grafica claramente la relación:

Me estaban prácticamente regalando la publicidad, no se como hacían. Encima la radio me gustaba, pasaban música nacional, te saludaban para el cumpleaños, te dedicaban temas. Miguelito, el promotor, tomaba mate

conmigo cuando no había clientes. Era un amigo y en tiempos de crisis era como mi sicólogo. Me ponía la oreja.

Esta práctica de *cuasi dumping* de micro escala, era vista desde la radio como una modalidad asociativa virtuosa: “*Los anunciantes eran nuestros socios. Además oyentes y vecinos. Si ganábamos, ganábamos todos, si perdíamos, perdíamos todos*” sintetiza el entonces promotor de publicidad. Este primer período crucial marca dos directrices fundamentales tanto económicas como políticas que permanecerán en el tiempo y se recrearán en sucesivas etapas: Asociatividad-Alianzas. Puede decirse que un par de años antes de que en el ambiente profesional del *marketing* apareciera la “Teoría de la Estrategia del Océano Azul”, cuyo libro fundacional se convertiría en *best seller* (Chan Kim, Mauborgne, 2015), FM Reconquista llevó a la práctica algunos de sus principios: No competir-Crear nuevos formatos-Ir más allá de la demanda existente-Abrir mercados nuevos-Desarrollar estrategias donde todos ganan.

Julio Monti, el propietario de la única radio comercial que había en 1988 en José León Suárez, FM Estelar, decía en una salutación por el primer aniversario de Reconquista: “*No competimos. No se porqué, pero no competimos*”. La respuesta podría ser: Diferentes estéticas, diferentes *targets* en audiencia y en clientes. Uno de los fundadores recuerda como el radiodifusor comercial de la localidad le decía: “*¿Cómo vas a pasar chacareras o chamamés a las seis de la tarde? ¿Te fundís antes del año!*”. Pero no fue así. En un dial casi exclusivo para la música anglosajona fue un *boom* la presencia de folklore y música nacional, así como de artistas locales en la radio. Si bien este es un aspecto analizado en el punto 7.2, lo mencionamos aquí en función de la economía de la radio. El éxito de una audiencia popular nueva, no tradicional de la frecuencia modulada, a su vez atraía pequeños anunciantes locales, que nunca les habían interesado a los medios comerciales.

Paralelamente la radio impulsa acciones de emergencia con sus integrantes y con vecinos y vecinas que se suman: En el terreno de la planta transmisora se instala una olla popular, se canjean publicidades por víveres para la olla, se coordinan acciones con iglesias y otras organizaciones, se difunden todos los lugares donde funcionan comedores, merenderos y entrega de mercadería.

En 1987 un grupo de militantes populares provenientes de la Iglesia Católica inicia una nueva organización: SERCUPO, Servicio a la Cultura Popular, creando una red de “almacenes populares”. Eran viejos conocidos del grupo fundador de FM Reconquista, de modo que en José León Suárez y en Bajo Boulogne se crean varios “almacenes”, casi simultáneamente con el lanzamiento de la radio. Estos jugarán un papel muy importante durante la crisis de 1989, ya que mediante el sistema de compra “a granel” se obtenían alimentos a precios muy reducidos. El sistema funcionaba así: Cada almacén era un grupo de vecinos y vecinas que atendían voluntariamente en locales comunitarios. Se encargaban de recepcionar los pedidos en su barrio, que luego trasladaban a la central de SERCUPO.

La organización compraba para todos los que participaban – se formaron almacenes por todo el conurbano- y contaba con un depósito en el barrio de Liniers (cercano al Santuario de San Cayetano que era el nombre que se

les dio a los almacenes) y un camión que distribuía la mercadería y la cobraba a los referentes en cada barrio. Estos a su vez la entregaban a los vecinos que la habían encargado y les cobraban. Era una logística simple pero de amplia escala que fue muy útil en tiempos de hiperinflación y perdió vigencia con la estabilización monetaria. La radio se comprometió de lleno con la creación de almacenes populares en su zona de influencia, animando a otras organizaciones a sumarse a la iniciativa y difundiéndola desde sus micrófonos.

La acción decidida frente a la crisis fue una gran experiencia que se replicó en el año 2001 desde la Asociación La Colmena y FM Reconquista, con un despliegue mayor de iniciativas: huertas orgánicas, panaderías populares, cría de gallinas ponedoras, hornos con energía alternativa en base a residuos orgánicos, etc. Nuevamente creatividad, asociatividad y alianzas estratégicas, son criterios ordenadores de estas acciones de economía popular de subsistencia.

Una vez controlada la inflación, los años siguientes fueron de crecimiento constante para la “empresa social” Reconquista, hasta que se hicieron sentir en Argentina los efectos “tequila” (México. 1993-1994) y “caipirinha” (Brasil. 1997-1999)²². En un mundo globalizado las fuertes devaluaciones de las monedas de los dos gigantes latinoamericanos sacudieron a la región.

Cuando en 1998 se cumplen los diez años en el aire, ya se había diversificado la cartera de anunciantes: Los “grandes” (mencionamos algunos en el punto 7.1) iban a tanda general diaria, los “chicos” o minoristas locales se reservaban para los programas, tanto institucionales como de producciones independientes. El promotor dejó de recorrer los negocios para que cada programa consiguiera entre ellos sus auspiciantes. La mayoría continuó “pautando” en Reconquista, pero sólo en los programas más adecuados para sus rubros o simplemente por empatía con la producción. Incluso algunos anunciaron en varios simultáneamente.

Todos ganaron algo: Los ingresos por publicidad destinados a gastos generales de la radio provenían de los grandes anunciantes. A su vez las producciones de programas recibían lo que ingresaba de los comercios que pautaban sólo en sus espacios para cubrir costos de producción. Los anunciantes locales pudieron seguir publicitando sus comercios con menos avisos pero a menor costo, en franjas diferenciadas de horarios. Desde la mercadotecnia podríamos reconocer en esta nueva modalidad una microsegmentación por *target*. Los comercios más “generalistas” (alimentos, agencias de remises, quioscos, etc.) elegían programas de alta audiencia “transversal”, por lo general musicales o deportivos como las transmisiones “en directo” de los partidos del Central Ballester, club local afiliado a la Asociación de Fútbol Argentino -AFA-.

La crisis llegó para quedarse y en el año 2000 la situación nacional era insostenible hasta que explotó en el 2001. Justamente en el 2000 se produce la exposición de FM Reconquista en Castelfandolfo y también comienza su relación con la cámara comercial e industrial local y con la Fundación Avina que desembocará en un convenio de asociación en 2005, con los importantes aportes recibidos, que ya señalamos.

Patricia Kistenmacher, trabajaba entonces en la fundación y siguió el caso de la radio, lo recuerda así: “La fundación Avina encontró en los líderes de

FM Reconquista, socios con experiencia comunitaria y conocimiento del valor de facilitar la palabra y la expresión a quienes habitualmente no encuentran los canales para hacerse oír". Enfatiza, la condición de "líderes", ya que la fundación se asocia con personas individuales con probada condición de liderazgo en la sociedad civil y el empresariado, no con organizaciones o instituciones. De igual modo resalta la palabra "valor", porque entiende que la "inversión social" realizada por Avina junto a sus "aliados", redundará en mayor desarrollo sostenible.

A través de Avina la radio se relaciona e interactúa con organizaciones a las que en la emisora llaman de "superestructura", para diferenciarlas de las de "base", entre ellas: El Consejo Argentino de Relaciones Internacionales -CARI- y las fundaciones Poder Ciudadano, Ciudad, Pro Tigre y Cuenca del Plata y Ambiente y Recursos Naturales -FARN- para esta última FM Reconquista produce un video institucional, vinculado a temas como: audiencia pública, derecho a la información, consulta popular, etc. Luego los caminos se bifurcarán políticamente entre algunos referentes de estas organizaciones y la radio frente al proyecto de LSCA.

Son los tiempos de la consigna "redoblar la apuesta". Nuevamente los esfuerzos están centrados en la acción social que contenga a voluntarios y vecinos, en asociación con las otras organizaciones de la zona. Entre el 2000 y el 2001 se reorganiza la Cámara de Comercio, Industria y Profesionales de José León Suárez (Cacip), con decidida actuación de FM Reconquista. Hay un objetivo estratégico claro: Sostener, activar el comercio local fortaleciendo su relación con los barrios populares, de donde proviene la mayoría de los clientes. (Hemos reseñado en el punto 6 las acciones desplegadas en este sector).

A través de la Asociación La Colmena se diversifican las iniciativas de economía de emergencia con vecinos y vecinas, que hemos mencionado más arriba. A su vez, en los amplios terrenos de la radio, en 2002, funciona un nutrido "Club del trueque", una modalidad de intercambio de mercaderías y servicios sin dinero de por medio, que tuvo su auge durante los peores momentos de la crisis. Y una huerta orgánica de trescientos metros cuadrados, que provee al comedor infantil "La Colmenita" y a las personas que la trabajan.

Tres años después la apuesta por la asociatividad y las alianzas económicas dará sus frutos con la renovación total de los equipos de la radio, mejorando su calidad de transmisión y potenciando su alcance. Su paralelo político territorial será la consolidación de la Red Comunicacional y Social.

El diseño de la gestión en su desarrollo histórico

Conceptos: Gestión- Roles- Toma de decisiones- Estilo de conducción- Comunicación organizacional.

Nos preguntamos: ¿Cómo fueron definiendo los diferentes roles al interior de la organización sus integrantes? ¿Qué conflictos surgieron? ¿Cómo los procesaron? El tránsito desde el "asambleismo" fundacional al desarrollo institucional alcanzado ¿comportó crisis, rupturas, consensos? ¿Cómo se tomaron las decisiones económicas, políticas, comunicacionales y estéticas? ¿Qué medios se han utilizado para la comunicación al interior de la organización?

Técnicas utilizadas: Entrevistas semi estructuradas individuales y colectivas. Análisis de documentos.

Fuentes consultadas: Directora y coordinadores de la radio. Conductores/as de programas y operadores/as técnicos/as. Referentes de otras organizaciones sociales de la zona. Documentación escrita y audiovisual de la emisora (Actas de reuniones, memorias y registros en videos de asambleas, etc.).

Hemos caracterizado (punto 7.1) como “asambleística” a la práctica desarrollada por FM Reconquista en su política de gestión, sobre todo en sus primeros años. Es decir que, de acuerdo a los testimonios recogidos, las decisiones importantes se tomaban y los conflictos se procesaban, en reuniones generales amplias y abiertas. Los inicios fueron de fuertes consensos, en torno a los objetivos fundacionales estratégicos consignados en el punto 7.2.

Pero analicemos algunos conflictos y sus resoluciones, que perduran en el recuerdo de los y las históricos/as de la radio. En cada uno de ellos predomina un aspecto diferente: ético, económico o político comunicacional.

El primero y que motivó no sólo su discusión en asamblea sino, tal vez, la primera votación “tensa”, ocurrió con motivo de la visita a la emisora, en el verano de 1989, de la popular cantautora de música del litoral Teresa Parodi, luego Ministra de Cultura de la Nación. Teresa era conocida en el barrio, no sólo por sus discos sino porque, durante las últimas inundaciones había concurrido a cantar gratis a los centros de evacuados junto con los célebres folkloristas Cesar Isella, “Chango” Farías Gómez, Raúl Carnota y el rockero Miguel Cantilo. Entre los inundados era casi un himno su éxito chamamecero de aquella época, “Apurate José”, referido al drama de las crecidas de los ríos.

Fue una fiesta. Teresa cantó por los micrófonos de FM Reconquista, acompañada sólo con su guitarra. Grabó con su voz una “señal de radio” identificatoria de la emisora. Recibió obsequios de los microemprendedores del barrio, entre ellos una canasta de verduras de la huerta orgánica que las mujeres de “La Colmena” cultivaban en la radio. Hasta la esperó un patrullero en la puerta de la radio, lo que motivó que la cantante creyera que se trataba de un allanamiento y decomiso, como solía ocurrir con las radios comunitarias no autorizadas, pero se tranquilizó cuando el policía se acercó, se sacó la gorra y le extendió la mano diciéndole que era un gran admirador suyo.

Teresa se sacó fotos con todos y todas. Y ahí vino el problema. En la edición dominical de un matutino de amplia “tirada” nacional, en el suplemento folclórico, aparecía su foto con uno de los integrantes de FM Reconquista, co-conductor de un programa de folclore, con una “bajada” que indicaba que la popular cantante se había hecho presente en el programa del conocido locutor de la zona norte del conurbano, etc., etc. Era *vox populi* en el ambiente de los medios que ese tipo de notas se publicaban si había una contraprestación económica, y se usaban como instrumento de *marketing* artístico.

El “caso” fue llevado a la asamblea de la radio. Tenía varias aristas: por un lado la información “contratada” al diario era falsa. La cantante había visitado la experiencia comunitaria de la radio, no un programa en particular. Tampoco era cierto que la persona en cuestión fuera el conductor exclusivo

del programa, por el contrario se trataba de un colectivo. Por último la discusión de fondo sobre si la participación en la radio se hacía con fines exclusivamente profesionales-individuales o comunitarios. Hubo unanimidad en el rechazo a la actitud individualista pero se sometió a votación la sanción a aplicar. Finalmente se decidió “suspender” al compañero por seis meses fuera del aire.

El muchacho nunca regresó, pero no se enemistó con la emisora. Con el tiempo alcanzó la notoriedad que buscaba y hoy trabaja profesionalmente como locutor, razón por la cual pidió reserva de identidad, pero aceptó conversar sobre el episodio: *“Yo me equivoqué y no me daba la cara para volver a la radio. Pero casi todo lo aprendí allí. Estoy muy agradecido. Yo buscaba abrirme un camino profesional y ellos tenían y tienen una vocación social y comunitaria”*.

Otro episodio conflictivo ocurrió cuando uno de los primeros operadores técnicos solicitó ser un empleado en relación de dependencia. Ante la negativa -ya hemos consignado que esa nunca fue una práctica de la radio- envió cartas documento. Pero no fue necesaria ninguna decisión comunitaria, porque la persona involucrada desistió de las acciones judiciales y prefirió quedar en buenos términos con sus vecinos y vecinas. También en este caso se trata de un exitoso y conocido conductor de programas musicales en radios AM y FM. Estas situaciones parecen denotar la imposibilidad de articular el proyecto comunitario con proyectos individuales profesionales, aunque existen contraejemplos, en el caso de los artistas locales, que se exponen en el punto 7.2.

Veamos un caso “político”, también de los primeros tiempos. Algunos jóvenes adultos, familiares de comerciantes de la zona, se reunieron para realizar un programa de “análisis cultural”. A poco de andar la propuesta tomó un claro perfil político, con “charlas radiofónicas” y “columnas” individuales referidas a la realidad nacional e internacional.

Los históricos de la radio lo definen como una producción plagada de consignas “de barricada” y “bajadas de línea”, dentro de una postura que consideran de una “izquierda difusa”. Los fundadores veían allí una clara actitud de *dilettanti*, gente de clase media sin ningún compromiso ni militancia, que no pertenecían a ninguna organización social y política, pero que se consideraban en condiciones de explicarles la realidad a sus vecinos y vecinas.

Después de algunas conversaciones en privado, se llevó el tema a consideración de la asamblea. Se discutió mucho y fuerte. La “línea” fundacional no quería “decidores” sino “hacedores”. Margarita insistía: *“Esta es una radio que no sólo dice, sino que hace”*. Los cuestionados, unas cinco personas, defendían el principio de libertad y pluralidad de opiniones en la radio comunitaria. Primó la idea de que el proyecto Reconquista no necesitaba comentaristas al estilo de los “periodistas estrellas” de los grandes medios. La radio se había creado para amplificar la voz de la comunidad organizada y si bien, en sus micrófonos todos se podían expresar libremente, dentro de un amplio pluralismo religioso y político, la prioridad en el uso de los espacios radiofónicos, que ya empezaban a ser escasos, la tenían los colectivos comprometidos con el trabajo territorial. Esta postura tuvo gran consenso salvo en los integrantes del programa cuestionado y se podría sintetizar en la consigna: hablar desde el hacer. No hizo falta llegar a una

votación porque era evidente su resultado. Algunos entonces decidieron retirarse de la radio y dos personas, un matrimonio, continuaron con el programa, pero con el mismo formato y actitud, lo cual fue interpretado como un desconocimiento de lo tratado en la asamblea. El programa finalmente fue levantado del aire, previa posibilidad de sus conductores de explicar por los micrófonos su punto de vista y despedirse.

Pudimos reconstruir algunos pasos dados por este grupo “disidente”, el único que logramos contactar es un vecino que sigue residiendo en el barrio y continuó con su vocación de poeta, que lo había motivado a hacer radio. Mantiene un vínculo distante pero cordial con las personas que aun continúan en la emisora, desde aquella época primera. Las demás hasta donde sabemos, por un tiempo contrataron espacios en radios comerciales de la zona norte para realizar programas periodísticos. Uno de ellos participó de la fundación de un colectivo de “Comunicadores Sociales Paraguayos” y con el tiempo asistió a algunas actividades públicas organizadas por FM Reconquista. Esta conflictiva “decisión editorial” afirmaría fuertemente la línea ideológica fundacional.

Como señalamos en el punto 7.1 las asambleas se espaciaron y cobró fuerza el “Consejo de Radio”, integrado por los representantes de las organizaciones sociales que se iban integrando a la Red Reconquista. Por allí pasaron las grandes decisiones estratégicas de fines del siglo veinte y principios del veintiuno. Emblemática es la decisión económica y comunicacional discutida primero en el Consejo y luego en la Asamblea, ante la crisis del año 2001.

El dinero que ingresaba por publicidad apenas cubría gastos corrientes y no se contaba con fondos para reparación de equipos. Para colmo, el pararrayos de la radio, que también protegía a las casas vecinas en las tormentas eléctricas, recibió una descarga tan fuerte que una parte de la energía se desvió por el cable que sube la señal a las antenas, llegó a la consola y la destruyó. Por un buen tiempo la radio funcionó con una consola de baja calidad hasta que se pudo comprar otra, resintiendo su calidad de audio. Las opciones de sobrevivencia eran pocas: Abrir los espacios a cualquier tipo de producción radiofónica, priorizando su capacidad de aporte económico, lo cual seguramente afectaría la identidad de la radio. “Enlatar” la programación en la computadora, al estilo de muchas emisoras “sin gente”, automatizadas, predominantemente musicales, que siguen el viejo formato “radio disquería”, de escasos costos, pero poco contacto con la audiencia. Reducir el horario de programación que por entonces iba de 7 a 24 horas y así bajar el costo de la factura de luz “comercial”.

Nada de eso se hizo. Como ya hemos relatado la decisión se condensó en la consigna “Redoblar la apuesta”: veinticuatro horas de transmisión, en vivo-directo, y cien por ciento de producción propia ¿Cómo se consiguió cubrir tanto *espacio* radiofónico con voluntarios y voluntarias en una época de alta crisis social y para una radio vecinal de barrios pobres? Para entonces el Consejo de Radio representaba a unas treinta organizaciones que no estaban dispuestas a perder “su” medio de comunicación. Como siempre la salida fue *por arriba*, con un voluntariado altamente comprometido.

Con respecto a las comunicaciones internas -queremos dejar claro que, al tratarse de una red, torna difusos los conceptos de “interior” y “exterior”- tuvo su modelo en la organización *celular*, ampliamente utilizada en todas las obras de desarrollo del barrio: delegados por manzana, pasillo o sector que se

congregaban rápidamente y hacían circular informaciones o consultas, de ida y vuelta, en pocas horas. En este aspecto el Consejo de Radio, cumplió la misma función.

Si bien una radio de aire es ya de por sí un poderoso instrumento para socializar información, en el análisis de su flujo dentro de la organización, debemos considerar que, durante la mayor parte de la historia de FM Reconquista, no existían herramientas como el correo electrónico, el *chat*, *watsapps*, *facebook*, *twitter*, etc.

El principio rector aparece expresado en algunos *papers* escritos para los talleres de capacitación: “*Cuanto más personas saben más de todo lo que tiene que ver con ellas, mejores decisiones se toman*”. Así como todos y todas en la radio conocían sus problemas y desafíos y los debatían, lo mismo debía ocurrir en los barrios para que la información compartida construya poder.

Con respecto a la preeminencia de las organizaciones sociales por sobre las producciones independientes, que se manifestó siempre en cuestiones muy concretas: espacios y publicidades sin costo, prioridad en la elección de horarios, mayor carga de capacitación gratuita, incorporación a la conducción de la radio, no parece haber desatado conflictos, porque así se planteó desde los comienzos y su aceptación era una condición para el ingreso de un nuevo programa.

Los roles se fueron distribuyendo según las capacidades e inclinaciones de las personas. Tal el caso de la operación y el mantenimiento técnico, o las tareas administrativas y los trámites burocráticos. Al tratarse de voluntarios no rentados, la función a cumplir partía del ofrecimiento de la persona. No parecen haber ocurrido conflictos de competencia en ese sentido. Sí recambios pero por necesidad de cubrir roles que quedaban vacantes. La conducción de programas institucionales se resolvía al interior de cada organización. Las tareas dentro de cada programa era decisión del equipo que lo llevaba adelante: conducción, producción, atención de los teléfonos, búsqueda de auspiciantes, obtención de material discográfico de promoción en los “sellos”, etc.

La conducción “política” que partió de los fundadores provenientes de la revista “Renaciendo” y del colectivo “Encuentro Quechua-Guaraní” se amplió a la representación de las organizaciones participantes de la red, a través del Consejo de Radio.

En la Asociación de Mujeres la “Colmena” quedó delegada la representación legal y la dirección general operativa, el día a día de la gestión. En la práctica, el Consejo de Radio, se constituyó en un órgano consultivo de la Dirección *anche* resolutorio si la decisión involucraba a toda la red. Los grandes temas, que comprometían a todos los programas e integrantes de la emisora, se continuaron poniendo a consideración en las asambleas o reuniones generales.

Algunas cuestiones operativas confiadas al criterio de la Dirección fueron: aceptación de nuevos programas, distribución de horarios de trabajo de operación técnica y de la programación, esto último en acuerdo con las organizaciones en las producciones institucionales, manejo de la publicidad de tanda general, etc.

Comunidad y Estado: Resistencia-Negociación-Articulación

Conceptos: Legalidad. Estado. Sociedad Civil. Incidencia ciudadana.

Nos preguntamos: ¿Qué continuidades y qué transformaciones ocurrieron en la relación de FM Reconquista con el Estado y sus diferentes agencias y estamentos? ¿Cuáles fueron los objetivos estratégicos y tácticos que, desde la radio comunitaria, determinaron esa relación? ¿Qué políticas públicas contextualizaron su accionar? ¿Cómo percibieron la relación de la emisora con el Estado, los diferentes actores vinculados con ella: integrantes, audiencia, vecindad, anunciantes, instituciones?

Técnicas utilizadas: Entrevistas en profundidad. Entrevistas semiestructuradas. Análisis de documentos.

Fuentes consultadas: Referentes de la radio y otras organizaciones sociales vinculadas. Vecinos. Anunciantes. Funcionarios públicos. Documentación escrita y audiovisual de la radio (Presentaciones al Comfer, Afsca y Afip. Registros en video y audio).

FM Reconquista transitó a lo largo de su historia por diferentes contextos nacionales, con sus respectivas políticas públicas de comunicación y en particular de radiodifusión, entendida esta como la emisión de servicios de comunicación audiovisual. Podemos distinguir analíticamente tres etapas, según la actitud del Estado hacia los medios comunitarios de gestión social, desde la fundación de la emisora: 1º) Negación. 1988-1989. 2º) Regulación. Diciembre de 1989-2004. 3º) Reconocimiento y legalización. A partir de septiembre de 2003.

Respecto de la etapa 1º, cabe aclarar que si bien es cierto que en 1987 se conoce el proyecto de ley de radiodifusión elaborado por el Consejo para la Consolidación de la Democracia-COCODE- que tenía una orientación democratizadora de las comunicaciones y, puntualmente incluía a las personas jurídicas sin fines de lucro como posibles licenciatarias (COCODE, 1988), el texto que luego presenta el presidente Raúl Alfonsín al Parlamento en abril de 1988 -FM Reconquista había iniciado sus transmisiones el mes anterior- sufrió importantes modificaciones por presiones de las cámaras empresariales del sector (Com, 2006) y finalmente no tuvo tratamiento parlamentario²³.

De modo que durante las etapas 1º y 2º, el marco “legal” general estuvo dado por el decreto dictatorial 22285. La etapa 3º se inició con la declaración de inconstitucionalidad de parte del artículo 45 del mencionado decreto, luego su modificación mediante la ley 26.053 (2005) y continuó con la sanción de la Ley 26.522 (2009).

Siguiendo a Graziano (2001) en su “matriz” de análisis para el estudio de los sistemas públicos de medios o PNC (Políticas Nacionales de Comunicación), en relación a las normas mencionadas, respecto de la definición del servicio, todas lo consideran de “interés público”. En cuanto a quiénes pueden obtener una licencia, queda claro que las personas jurídicas sin fines de lucro, recién se incorporan a la legislación con las leyes sancionadas en 2005 y 2009.

Para cada etapa definida desde la actitud del Estado, por acción u omisión, analizaremos las respuestas desplegadas desde la radio y la estrategia rectora de las mismas.

Durante sus primeros dos años de emisiones, FM Reconquista así como las otras radios asociadas a ARCO (Asociación de Radios Comunitarias), antecedente de FARCO, se dieron una política de legitimación frente a la

sociedad, que fue derivando en un claro planteo de necesidad de una nueva legislación en materia de radiodifusión.

La “legitimación” se podía medir por los niveles de audiencia, la obtención de anunciantes, la presencia de autoridades del Estado en los estudios de la radio, la aceptación de los municipios en sus directorios de medios, etc. La estrategia seguida consistió en presentar al Estado Nacional en mora con la legalidad, al mantener la vigencia de la “legislación” de facto y cerrar los “concursos” para otorgar frecuencias, mediante el decreto 1151, de abril de 1984²⁴. FM Reconquista despliega acciones tácticas en dos frentes locales: el institucional y la audiencia. En el primero se preocupa por conseguir el apoyo de todos los partidos políticos con actuación en su zona de influencia y de las instituciones más tradicionales de la sociedad civil, mediante declaraciones de sus dirigentes en entrevistas radiofónicas y notas membretadas de apoyo explícito a la función social y cultural de la radio. Estas notas luego acompañarán las carpetas de registro de la emisora en el Comfer.

Como hemos reseñado, las organizaciones sociales más novedosas y “de base”, acompañaron desde sus comienzos a la radio comunitaria, pero tácticamente resultaba importante, para afianzar la legitimación y promover la legalización, la adhesión de las instituciones más reconocidas por el Estado, con trayectoria, personería jurídica y objetivos sociales más convencionales. Uno de los primeros anunciantes de la radio, entonces propietario de una distribuidora mayorista de alimentos y dirigente del Club de Leones local, recuerda:

Hacia unos meses que funcionaba la radio. Yo propuse a las autoridades del Club que enviáramos una nota de adhesión a FM Reconquista. Y se armó una discusión terrible, y fuimos a una votación que terminó empatada y la nota no se hizo. La mitad decía que no se podía apoyar una radio ilegal. Y los otros decíamos que la culpa era del Estado que no le permitía a una actividad lícita ser legal.

Hacia la audiencia se realizan verdaderos *barridos* de población recolectando miles de firmas individuales de apoyo. Estas acciones serán coordinadas con las otras radios de ARCO e incluirán un recital de música en la plazoleta de la esquina de Suipacha y Viamonte, a media cuadra de la sede del Comfer, en el que FM reconquista presenta números musicales, entre ellos el conjunto folklórico “Las Nuevas Voces de Reconquista”, compuesto por varios integrantes de la radio. También se realizan “cadenas” nocturnas con las cinco o seis emisoras por entonces asociadas a ARCO, en la “Regional” Norte del conurbano bonaerense (ARCONOR). A esas cadenas, las llamaron “Red Celeste y Blanca”, asimilando la legalización de las emisoras a una gesta patriótica, en la misma línea de argumentación que después tomará la campaña a favor de una nueva ley de medios: no se trata de una cuestión sólo de profesionales de la comunicación o de radiodifusores, es un problema que afecta el derecho a la comunicación de toda la sociedad. Cada radio alternativamente funcionaba como “base” de donde tomaban la transmisión las otras. En ese segmento compartido de programación de una hora nocturna, se invitaba a políticos de los diferentes partidos y municipios a expresar su apoyo, salían al aire las voces de la audiencia, siempre en torno a la campaña de legalización de las radios comunitarias y, en general, de baja potencia locales.

En esta etapa de Negación el Estado se dedicó a denostar la “clandestinidad” y eventualmente –denuncia judicial mediante- “decomisar” equipos y clausurar radios. La respuesta consistió en acciones de Resistencia desde las radios comunitarias. Las estrategias desarrolladas desde FM Reconquista y las radios de ARCO fueron: a) Consolidar la legitimación en la esfera local y provincial y desde allí proyectarla al ámbito nacional b) Desde la legitimación social buscar la legalidad jurídica.

A partir de diciembre de 1989, comienza una etapa que se prolonga más allá de la década, adentrándose en el nuevo siglo, en la que las radios sin licencia, atravesarán sucesivas inscripciones, reinscripciones, presentaciones, etc., a partir de una gran variedad de decretos y resoluciones impulsados por las sucesivas intervenciones del Comfer:

Decreto 1357/89: Apertura del registro de radios operativas sin licencia. Resolución 341-COMFER-1993: reapertura del registro y reinscripción. Decreto 1144/96 y Resolución 142-SC-1996*: Frustrado régimen de normalización de emisoras de frecuencia modulada. Decreto 310/98-Resolución 2344-SC-1998 y Decreto 2/99: Llamado a concurso para adjudicación de licencias, suspendido por las resoluciones: 9-SCC-1999**-1364-COMFER-1999 y 22-COMFER-2000. Decreto 883/01, modificatorio del decreto 310/98: Nuevo llamado a concursos. Se excluye de la posibilidad de adjudicación directa, en las categorías E, F y G de frecuencia modulada, a las zonas “conflictivas”, donde la demanda de frecuencias supera a la oferta. Este llamado se retoma por las resoluciones Comfer 758 y 767 del año 2003. Fuentes: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación y Centro de Documentación e Información-CDI- del Ex Ministerio de Economía y Finanzas Públicas: www.infojus.gob.ar
www.infoleg.mecon.gov.ar/infoleginternet/anexos
*SC: Secretaría de Comunicaciones. **Secretaría de Cultura y Comunicación)

La reseña anterior de por sí muestra de modo patético el comportamiento zigzagueante del Estado con respecto al sector. De leyes ni hablar. Diego Rossi -que conoció la experiencia de FM Reconquista en sus inicios, realizando visitas de observación participante, junto a otros/as estudiantes de la UBA, - da cuenta del fracaso de todos los proyectos de ley presentados en aquella época en el Parlamento, por falta de decisión política del Poder Ejecutivo Nacional, de sustituir el decreto 22285 (Rossi, 2005) por una legislación democrática.

Durante el gobierno del presidente Raúl Alfonsín se presentaron once anteproyectos de ley de radiodifusión, durante el de Carlos Menem seis (Guinsburg, 2004) y uno mientras duró la presidencia de Fernando De La Rúa (García Leiva, 2002). Para la agencia oficial de noticias TELAM, desde la recuperación democrática hasta el año 2009, se presentaron cincuenta y nueve proyectos de ley de radiodifusión (www.telam.com.ar. Ley de Medios. 28-09-2013). Según la Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, Licenciada Cynthia Ottaviano, los proyectos fueron setenta y tres. (<https://youtu.be/J-5gpe1Ynhk>). Ninguno logró sanción parlamentaria.

No es objeto de este trabajo un análisis pormenorizado de lo señalado, sino observar el modo cómo se posicionó FM Reconquista frente al Estado, en esta etapa dominada por políticas públicas de comunicación que, por un lado favorecieron la concentración mediática en pocos grupos hegemónicos y por otro, hacia las radios a las que no se les otorgaba licencias, fueran estas comerciales o comunitarias, desplegaron una batería de reglamentaciones inconexas, dispersas e incluso contradictorias, sin avanzar en una legislación de fondo.

Como ya señalamos, la radio cumplió con todos los requerimientos estatales administrativos, técnicos e impositivos, presentándose con el formato de empresa unipersonal, habida cuenta de la imposibilidad de hacerlo como persona jurídica sin fines de lucro, pero manteniendo su organización interna horizontal, participativa, no lucrativa.

Desde 1990 incorporó a su señal institucional identificatoria, los números de sus inscripciones en el Comfer, así como en sus talonarios de facturas.

El mensaje a la audiencia y a los anunciantes era claro: no somos una radio *pirata*, clandestina o ilegal. En la celebración del segundo aniversario de la radio, que consistió en un asado para doscientos dirigentes sociales, políticos locales y anunciantes, en las instalaciones cedidas por la Sociedad de Fomento Fernando Hidalgo, la más antigua de la localidad, el Director Nacional de Radio y Televisión de entonces, Carlos Martín García, hizo uso de la palabra y definió: “*Le dije al presidente que lo único ilegal es la ley*”, en referencia al decreto 22285. La misma idea puede comprobarse en el mensaje que escribió, en la ocasión, en el libro de actas de la emisora. Era el mes de marzo de 1990 y el oxímoron impactó en los dirigentes institucionales locales presentes: ¡teníamos una ley de radiodifusión ilegal!

Comenzaba así una acción ciudadana decidida y comprometida de FM Reconquista a favor de una legislación democrática, como miembro fundadora de FARCO (por entonces “Federación”), pero llevando la discusión a la audiencia, los vecinos y vecinas, las organizaciones sociales y los comerciantes de la zona, así como a la dirigencia política local.

Durante la etapa de Regulación administrativa de la radiodifusión no hegemónica, el Estado se dedicó precisamente a “regular”, verbo transitivo derivado del latín *regulare*, que significa “realizar mediciones o ajustes sobre algo coyunturalmente”, pero fue refractario a “regularizar”, otro verbo transitivo derivado de la palabra latina *regulae* (regla), que significa “legalizar, adecuar a derecho”.

Encontró como respuesta desde FM Reconquista la Negociación, en cuanto a cumplir con los cambiantes requisitos necesarios para continuar en el aire, pero manteniendo una estructura interna alejada del espíritu y la letra de esas reglamentaciones. La estrategia seguida por la radio fue: Mostrarse “legalizada” ante la comunidad, pero instalando la discusión sobre la necesidad de un cambio de política pública en comunicación, como una necesidad ciudadana, no como un problema sectorial.

En el año 2000, FARCO se conforma como “Foro”, al decir de sus fundadores, la palabra denota un concepto menos *rígido* que “Federación” y más vinculado semánticamente al trabajo en *redes*. Obtiene personería jurídica nacional en la Inspección General de Justicia –IGJ- y, en un contexto

de crisis económica y social profunda, comienza un proceso de ampliación del espacio de discusión sobre radiodifusión con nuevos actores que se suman, en el entendimiento de que la democratización de las comunicaciones es esencial para la democratización de la sociedad. Así en 2004, el 27 de agosto -Día de la Radiodifusión- y a 21 años de haberse recuperado la democracia, la Coalición por una Radiodifusión Democrática termina de consensuar y presenta los ya canónicos “21 puntos”, base para la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -LSCA- que reemplazará en el año 2009, al decreto de la última dictadura. La presentación se lleva a cabo en el auditorio de Radio Nacional y cada uno de los “puntos” fue presentado- en una grabación- por actores o locutores de reconocida trayectoria, entre ellos Héctor Larrea y Eduardo Aliverti. El acto fue transmitido como un “programa especial” por Radio Nacional, por momentos conducido por la directora de la casa, la periodista Mona Moncalvillo y por el crítico e historiador de la radio, Carlos Ulanovsky y “en cadena” con las emisoras de FARCO, incluida FM Reconquista presente en el auditorio, y radios universitarias.

En la Coalición convergieron, además de FARCO y AMARC, cooperativas y cámaras de emprendimientos comunicacionales de PYMES, todos los gremios vinculados a la comunicación: periodistas alineados con las dos centrales de trabajadores de la época, CGT y CTA, actores, músicos, locutores, etc. También movimientos sociales y de derechos humanos y las universidades nacionales con radios o carreras de comunicación.

FM Reconquista participa de todas sus acciones, pero priorizando el trabajo territorial al respecto. Así, en la línea de los “Foros” que desarrolla la Coalición en las provincias, la radio organiza y participa en reuniones de reflexión sobre la “Ley de medios”, en escuelas, iglesias, parques, en locales comunitarios al interior de las villas, en la Universidad de San Martín (UNSAM), incluso en el centro de estudiantes de los internos de la Unidad Penitenciaria N° 2, cercana a la emisora y donde ha cultivado una audiencia considerable a juzgar por los llamados telefónicos y pedidos de saludos de los familiares.

José, interno estudiante de sociología nos comenta: *“Era interesante la visita de la radio, además de que la escuchábamos por la música y los saludos, debatíamos la necesidad de una ley democrática desde nuestra problemática de presos sociales, para no seguir siendo estigmatizados por los medios”*.

En una parroquia de la zona, un domingo por la tarde al terminar la misa, el altar se convirtió en la mesa de los panelistas y la gente se quedó a discutir sobre la ley de medios, en un ambiente religioso, pero con preocupación ciudadana. Allí el representante de FM Reconquista apeló a conceptos de la Doctrina Social de la Iglesia para fundamentar los “21 puntos” y el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

En esa ocasión la radio invitó a participar a la doctora Gabriela Cicalese, Directora del Centro de Comunicación Educativa La Crujía, vinculado a la congregación religiosa Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas más conocidos como Hermanos de La Salle, donde como hemos mencionado, muchos años antes, algunas fundadoras de FM Reconquista se habían capacitado, y con el tiempo, algunos miembros de la radio fueron, a su vez, capacitadores en talleres organizados por esta institución. También, para la oportunidad y para la charla realizada en la UNSAM, se invitó al ingeniero

Cristian Jensen, entonces Jefe de Asesores de la Comisión de Comunicación de la Cámara de Diputados de la Nación, activo militante de la Coalición.

En los ejemplos señalados y por lo general, en las discusiones que impulsa FM Reconquista “en territorio”, sobre la problemática de las políticas públicas de comunicación-PPC- podemos distinguir dos características tácticas: a) se *encarnan* en las preocupaciones ciudadanas de los diferentes sectores sociales, según la ocasión y los participantes y b) combinan la experiencia propia “de base”, con alguna exposición de invitados, percibida por los asistentes como la palabra de “expertos” o “autoridades” en la materia.

Entre los años 2003 y 2009 (último período que abarca nuestro estudio), se suceden hitos de suma importancia para las PPC, algunos de ellos contradictorios entre sí, a pesar de provenir del mismo gobierno o de gobiernos de la misma orientación política, lo que revela la fuerte tensión existente al respecto entre intereses contrapuestos, al interior de la sociedad y del Estado. Aunque el *campo* de batalla lo constituya la política comunicacional, o tal vez por eso mismo, salen a superficie modelos de país antagónicos.

Esta *guerra de trincheras* se da entre dos actores bien definidos: por un lado y en posición dominante, los *holdings* propietarios de los medios de comunicación concentrados y hegemónicos. Hablamos aquí de concentración horizontal, vertical y conglomeral, en el sentido que utilizan los términos Mastrini y Becerra (2006) y de hegemonía como el proceso (“momento”):

...donde se logra la conciencia de que los propios intereses corporativos, en su desarrollo actual y futuro, superan los límites de la corporación, de un grupo puramente económico y pueden y deben convertirse en los intereses de otros grupos subordinados...creando así la hegemonía de un grupo social fundamental sobre una serie de grupos subordinados”. (Gramsci, 1972).

Por otro lado, el conjunto de organizaciones sociales, gremiales, educativas, económicas, de derechos humanos y medios comunitarios nucleadas en la Coalición por una Radiodifusión (hoy “Comunicación”) Democrática y las fuerzas políticas comprometidas con medidas antimonopólicas en la propiedad de los medios y con la “pluralidad de voces”.

Desde luego, ocurren coyunturas donde el enfrentamiento (entre modelos) se desplaza a otros “campos”, tal el caso de *El Campo*, en el conflicto desatado por la resolución 125 del entonces Ministerio de Economía y Producción, referida a las retenciones móviles sobre las exportaciones agropecuarias en el año 2008²⁵. Pero tomando todo el período desde la asunción del presidente Néstor Kirchner, el 25 de mayo de 2003 hasta finales de 2009, durante el primer mandato de la presidenta Cristina Fernández, la “Madre de todas las batallas” fue la discusión por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Repasemos los “hitos” y la participación de FM Reconquista en la mayoría de ellos:

Setiembre de 2003. La Corte Suprema de Justicia de la Nación confirma el fallo de inconstitucionalidad de la primera parte del artículo 45 del decreto 22285, en el caso de las mutuales Carlos Mujica (FM La Ranchada) y Villa Rosa, ambas de Córdoba. La Ranchada es al igual que Reconquista una radio histórica en el espacio de la comunicación comunitaria y popular. Pero

siguieron tácticas legales diferentes ante el llamado a concursos de licencias del decreto 2/99. La Ranchada, en tanto mutual reconocida por el Estado, planteó la inconstitucionalidad de la norma que le impedía presentarse al llamado, acompañada por FARCO. Reconquista, en cambio, se presentó al llamado en la misma condición que había obtenido el permiso para operar su frecuencia (PPP), empresa unipersonal, y obtuvo un puntaje favorable, pero nunca llegó a publicarse una resolución otorgándole la frecuencia.

Noviembre de 2003. Resolución 1174-COMFER-2003 (luego prorrogada hasta febrero de 2004, por la Resolución 1501-COMFER-2003), en su artículo 1° dispone: *“Convócase a un Censo Único de Organizaciones Colectivas Privadas que no sean sociedades comerciales, que pretendan prestar servicios de radiodifusión”* y en el 5°: *“...pudiendo para ello convocar a la participación del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO)”*. FM Reconquista se inscribe y en esta ocasión declara como razón social, la Asociación de Mujeres La Colmena.

Marzo de 2005. Inauguración del Centro de Producción de la Red Satelital FARCO en Rosario. FM Reconquista participa y se suman jóvenes de la segunda generación de la radio a la capacitación para recepcionar y producir reportes locales para el noticiero nacional de la red.

Mayo de 2005. Decreto 527/05 Suspende por 10 años el cómputo del plazo de las licencias de radiodifusión vigentes. Esta concesión a los monopolios recibe el rechazo explícito de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, de FARCO, de la mayoría de las carreras de comunicación de universidades nacionales, etc. FM Reconquista suma su firma a todas las expresiones de repudio.

Setiembre de 2005. Sanción de la ley 26.053: Modifica parcialmente el artículo 45 del decreto 22285. Incluye como posibles licenciatarias a las personas jurídicas sin fines de lucro.

Noviembre de 2005. Resolución 1572-COMFER-2005, que en su artículo 2° dispone: *“Convócase al Censo de Emisoras Operativas bajo titularidad de personas jurídicas no comerciales, en el que deberán inscribirse aquellas personas jurídicas diferentes a las sociedades comerciales, que se encuentren operando servicios de radiodifusión sonora por modulación de amplitud y de frecuencia”*.

Este “blanqueo” de radios comunitarias operativas, es decir “en al aire”, permitió sin mayores trámites el cambio de titularidad de FM Reconquista, pasando de ser una empresa comercial unipersonal (ante el Comfer) a estar inscrita como una radio de gestión social participada.

Faltaba un paso para que el Estado después de casi veintitrés años de recuperada la democracia admitiera la realidad, llegó seis meses después:

Mayo de 2006. Resolución 753-COMFER-2006: Reconocimiento a las radios comunitarias operativas. En el Anexo a la resolución se incluye explícitamente a “FM Reconquista. Frecuencia: 89.5 Mhz. Localidad: José León Suárez. Titularidad: Asociación de Mujeres La Colmena”.

Diciembre de 2007: Resolución 257 Secretaría de Comercio Interior: Autoriza la fusión de las dos distribuidoras de televisión por cable dominantes en el mercado: Cablevisión-Multicanal. Otro retroceso a favor de la concentración mediática, que se intentará reparar dos años después sin éxito. La fusión significó el control del 47% del mercado con 2.800.000

abonados a la TV por cable y 600.000 al servicio de Internet. (Fuente: La Nación. Sección Economía. 8 de diciembre de 2007).

Abril de 2008: La Coalición entrega en Casa Rosada los 21 puntos a la presidenta Cristina Fernández.

Agosto de 2008: La Cámara de Diputados de la Nación declara de interés legislativo los “21 puntos”.

Marzo de 2009: La Presidenta presenta el anteproyecto de LSCA, en el Teatro Argentino de La Plata. FM Reconquista está en la lista de las invitadas especiales en tanto miembro de FARCO y participa del acto desde el interior del teatro.

27 de Agosto de 2009: Día de la Radiodifusión. Marcha y presentación del anteproyecto de LSCA en el Congreso. Nuevamente será activa la participación de la radio, con una delegación en la Casa Rosada y movilizándolo a sus integrantes por la Avenida de Mayo. La presencia de FM Reconquista quedó plasmada en casi todos los registros audiovisuales de la jornada (Entre otros: <https://youtu.be/A68jAZ85-VY>).

Octubre de 2009: Sanción y promulgación de la ley. FM Reconquista se suma a la movilización y “acampe” en la plaza de los Dos Congresos, durante toda la noche que duró el tratamiento en el Senado de la Nación, hasta su aprobación durante la madrugada del 10 de octubre.

Diciembre de 2009: Resolución 1011 Secretaría de Comercio Interior revocando la Resolución 257, que autorizaba la fusión de Multicanal con Cablevisión. El grupo Clarín recurrió al Poder Judicial y la medida quedó sin efecto.

Durante la etapa de Legalización de las emisoras comunitarias, FM Reconquista, junto con el resto de las radios asociadas a FARCO, articuló “en alianza” con el Estado, pero manteniendo independencia crítica, cuando este tomaba medidas contrarias a la democratización de la comunicación. La estrategia seguida -con éxito- fue *atar* su destino a un cambio en la normativa legal y pasar a la iniciativa *jugando fuerte* en acciones de incidencia ciudadana en ese sentido.

En el cuadro 1, sintetizamos las tres etapas descriptas, de Políticas Públicas en Comunicación -PPC- en relación a las radios de gestión social, que configuraron el contexto en el que FM Reconquista definió su relación con el Estado, desde su fundación en 1988:

Cuadro 1 PPC en relación a las radios comunitarias

Etapas	Negación	Regulación	Legalización
Período ^P	1988-1989	Dic-89-2003	Sep-2003-2009
Definición del servicio	De interés público	De interés público	De interés público

	Licencias	Llamados a concursos suspendidos	Llamados a concursos Suspensiones Anulaciones PPP	Censos radios comunitarias Suspensión del cómputo del plazo de licencias vigentes Reconocimiento de las radios comunitarias
Li	Licenciarios	Estado Empresas comerciales *	Estado Empresas comerciales	Estado Empresas comerciales OSC** sin fines de lucro Cooperativas
	Marco legal	Decreto 22285	Decreto 22285 Ley 23.696 Decretos Resoluciones Comfer	Decreto 22285 Ley 26.053 Ley 26.522 Decretos Resoluciones Comfer

* Sociedades comprendidas en la ley 19.550

** Organizaciones de la Sociedad Civil

En la síntesis del cuadro 2, podemos observar las respuestas desde FM Reconquista hacia las PPC del Estado y las estrategias rectoras:

Cuadro 2

Períodos	Etapas N° 1	Etapas N° 2	Etapas N° 3
PPC Estado	Negación	Regulación	Reconocimiento Legalización
Respuestas FMR	Resistencia	Negociación	Articulación con independencia
Estrategias FMR	Legitimación social	Visibilizar la ausencia de Legislación democrática	Incidencia ciudadana “Militar” la LSCA desde FARCO, la Coalición y “en territorio”

8.2 –

Variables clave comunicacionales (VCC)

¿Qué se comunica? Esta es la pregunta rectora de toda línea editorial de un medio. En el caso de la radio define los contenidos de la programación.

Conceptos: Noticia. Fuentes. *Gatekeeping*. Agenda.

Nos preguntamos: Dentro de los criterios generales descriptos en el modelo comunicacional (punto 7.2) ¿Cómo se establecieron las prioridades y las urgencias de *publicación*? ¿Qué definía la confiabilidad de las fuentes? ¿Quién decide lo que “sale al aire”? ¿La comunidad determina la agenda del medio o el medio determina la agenda de la comunidad?

Técnicas utilizadas: Entrevistas en profundidad. Consulta de documentos y archivo de la radio.

Fuentes consultadas: Comunicadoras y comunicadores históricos de la experiencia analizada. Archivos de audio. Publicaciones referidas a la actividad de FM Reconquista.

“En la elección de las noticias no hay una decisión individual de un director en base a una decisión empresarial, sino que es la percepción del dirigente social que está todos los días en el barrio”. (MDS, 2007, p. 90). Así definen su criterio los directores de la radio, en la compilación de experiencias sociales publicada por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, ante una pregunta sobre su concepto de noticiabilidad.

Volvemos al principio jaurechiano de “conocimiento por el estaño”, que supone la percepción del baqueano y del rastreador, quienes según Ford (2001): *“...practicaban simultáneamente la inteligencia y la materia (el cuerpo) en su ejercicio cognitivo: complejas lecturas de índices, percepción corporal... procesos de abducción e hipótesis, extensas cadenas de conjeturas.”*(p. 68). El/la “*dirigente social que está todos los días en el barrio*”, pone el cuerpo, es el baqueano/a que conoce el territorio y el rastreador/a que sabe interpretar los “índices” que deja en la atmósfera social el sentimiento y el comportamiento colectivo. En base a “*estas formas de percibir o construir sentidos*” (Ford, 2001, p. 81) los/las comunicadores/as de FM Reconquista consideran la importancia o prioridad de los acontecimientos noticiables para su comunidad. Detengámonos un breve momento en la afirmación de Ford respecto de las habilidades del rastreador que realiza: “*complejas lecturas de índices*”. Sin pretensiones de ahondar demasiado en el concepto, en la teoría peirciana el índice es un tipo de signo impregnado de realidad, no es una descripción sino que remite al objeto concreto, y aunque la “contigüidad” signo-objeto pueda ser de tipo lógico, generalmente contacta al conocedor “físicamente” con el objeto (Peirce, 1885).

Utilizamos esta categoría para entender el “conocimiento por el estaño”, por el cual el dirigente social de base sabe *rastrear* el territorio, leer los signos indiciales -tal vez opacos para un observador extraño- que encierran los barrios a los que pertenece, para conocer qué le preocupa a sus habitantes, más allá o más acá de la utilización de cualquier técnica cuantitativa o cualitativa de relevamiento, que no por ello se descartan, por el contrario pueden servir como método de confirmación. En ese sentido podemos leer en MDS (2007):

Si los manuales dicen que noticia es lo que le interesa a mucha gente, (lo que) es actual, novedoso, eso pasado por el tamiz del comunicador social popular, que a su vez es un dirigente social, hace que ese **criterio de noticiabilidad** esté más cerca del **de los habitantes de los barrios**. Parten de otros valores y otra percepción de la realidad. La selección de temas parte de la convivencia con los vecinos. (p. 90) La negrita es nuestra.

En el punto 7.2 señalamos que las fuentes primarias preferenciales para FM Reconquista siempre fueron los protagonistas, actores-autores de lo que sucede en los barrios del área de influencia, y constituye un hecho noticiable lo que sea percibido por ellos mismos como relevante para sus vidas, también en su rol de destinatarios de políticas públicas del Estado o empresariales. Estas fuentes luego se contrastan con otras, primarias o secundarias, de autoridades, especialistas, etc. Tras lo cual se editorializa con análisis de opinión desde posiciones ideológicas asumidas como tales, por comunicadoras/es que no son

comentaristas sino partícipes activos y comprometidos con la realidad que se pone a consideración de la audiencia.

La confiabilidad de la fuente no la da su supuesta neutralidad respecto de la información que proporciona al medio, sino que precisamente, la situación-ubicación desde la que se habla es lo que enriquece el testimonio. En FM Reconquista descreen de la mirada objetiva del testigo imparcial frente a los acontecimientos. Por el contrario lo que interesa es el aporte comprometido de los actores involucrados, el contraste de intereses, que es lo que permite el análisis del ¿por qué? y el ¿para qué? que acompañan a las otras preguntas canónicas del periodismo: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? (Clausó, 2007), cuyo origen para algunos se remonta a la antigua retórica grecolatina mientras otros la referencian en un poema de Rudyard Kipling o en la *Associated Press*²⁶.

Recurrimos nuevamente a los testimonios publicados en MDS (2007):

Se buscan fuentes alternativas a las gacetillas habituales y a los grandes medios. Nosotros buscamos evitar los televisores prendidos, los diarios en la mesa. Ese no es nuestro esquema. La información llega a través de corresponsales populares que trabajan en las comunidades. Ellos todos los días reportan necesidades y problemas. Se busca como fuente al protagonista, sin descuidar la fuente oficial, pero que no sea la única. Se va al terreno y se habla con los vecinos, de esta forma se construye una visión más abarcadora y se contrasta con las fuentes oficiales. (pp. 90-91)

Como dijimos, los diferentes programas siempre tuvieron amplia independencia para decidir los temas abordados y su tratamiento, dentro de una línea general debatida y actualizada en las asambleas y en el Consejo de Radio, y conocida de antemano por las producciones que sucesivamente se van incorporando a la programación. Si bien nunca se redactó un “Manual de estilo” en FM Reconquista, los criterios generales de la línea editorial, como sucede por otra parte en la mayoría de los medios, está internalizada por sus integrantes. Cualquier organización, vecina o vecino que se acerque a la radio, tiene claro el perfil general de su programación de corte nacional, popular, con una impronta cristiana, pero con amplitud y pluralismo, orientación que se profundiza y discute en las actividades de capacitación permanente del plantel. A partir de este consenso el trabajo de *gatekeeping* o selección de acontecimientos noticiables y temas tratables queda librado al mejor criterio de cada producción radiofónica.

Las urgencias las considera y resuelve la dirección de la radio y son frecuentes los *flashes* al estilo “último momento”, generalmente “en directo” desde el lugar de los hechos por vía telefónica, o desde el estudio con grabaciones registradas “en vivo” y presencia de comunicadores/as en condiciones de relatar y analizar los acontecimientos, a veces imprevistos, que se consideren relevantes para los barrios de la zona,

Es conocida la teoría de la agenda *setting* que sostiene que los medios instalan los temas que dominarán los debates en la opinión pública. Stella Martínez cita a Maxwell McCombs, uno de los fundadores de la teoría, quien asegura que se trata de “la transferencia de la relevancia desde la agenda mediática hasta la agenda del público”. Y agrega: “Toda propuesta de instalación de agenda en la opinión pública se lee en el contexto de una situación, una cultura y un estado de opinión determinados.” (Martini, 2016). En el caso de FM Reconquista, hay

una retroalimentación entre los temas latentes o manifiestos que circulan por los barrios, de boca en boca, en ferias, comercios, clubes, puertas de escuelas, salidas de iglesias, etc. y el impacto logrado por su tratamiento mediático en la radio, que a su vez, de acuerdo al nivel de sensibilidad social del tema en la zona, recibe aportes y comentarios por las vías habituales de comunicación de la audiencia en los medios de transmisión “por aire”. En nuestro caso primero fueron los “chasquis” ya descriptos, luego se sumaron el teléfono de línea, pasando por el celular, el correo electrónico, etc. Es práctica habitual, también, que los vecinos más cercanos vayan hasta los estudios para participar de los debates que se están realizando “al aire”.

Se han registrado programas especiales dedicados a problemáticas como la regularización dominial de tierras ocupadas, el reclamo de obras públicas, o más festivos vinculados a la música, gastronomía y costumbres de diversas provincias argentinas, que contaron con la presencia de decenas de vecinos que pasaban en grupos al estudio de transmisión para hacer oír su voz, opiniones, relatos y testimonios. Tal el caso de otro ciclo histórico, clásico de los mediodías de domingo: “Vivencias de mi tierra” que dedica programas enteros a las diversas colectividades de migrantes provincianos instalados en las márgenes y cercanías del Río de la Reconquista, con artistas y vecinos presentes.

Desde luego que la “agenda” que preocupa y circula por los barrios supone previas y variadas *lecturas* de los medios hegemónicos de masas, con su lógica influencia cuando se trata de temas nacionales que impactan en la vida diaria de vecinos y vecinas (desempleo, inseguridad, inflación, violencia, etc.). Pero hay otra agenda que no proviene ni es considerada por los grandes medios -salvo muy sesgadamente como ocurre en las noticias policiales- que constituye la argamasa de la construcción colectiva de la noticia en la radio comunitaria.

¿Quiénes comunican?

Conceptos: Democratización de la palabra. Pluralidad de voces. Comunicadores y comunicadoras populares.

Nos preguntamos: ¿Cómo se distribuye la palabra? ¿Quiénes acceden al uso del micrófono? ¿Con qué condiciones? ¿Quiénes tienen prioridad?

Técnicas utilizadas: Entrevistas en profundidad. Análisis de documentación.

Fuentes consultadas: Conductores/as de programas. Dirigentes sociales locales. Operadores/as técnicos/as. Archivos audiovisuales de la radio. Publicaciones referidas a la experiencia analizada.

Hemos consignado que uno de los principios rectores de FM Reconquista fue y es “reconquistar la palabra para el pueblo”. En el contexto analizado los sustantivos “palabra”, “voz”, refieren a verbos-acciones que registran procesos colectivos de creación de sentidos sociales, mediatizados a través de la radio comunitaria, en la línea de lo que la Coalición por una Comunicación Democrática, espacio del que participa FM Reconquista, ha definido como “derecho humano”. El primero de los nuevos “21 puntos” aprobados en el Congreso Nacional de la Coalición realizado el 3 de marzo de 2016, dice así:

LA COMUNICACIÓN ES UN DERECHO HUMANO QUE INCLUYE TODOS LOS SOPORTES Y PLATAFORMAS. La comunicación es un

derecho humano universal y no una mercancía. Comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea en forma oral, escrita, impresa o artística o por cualquier otro procedimiento. Esta definición comprende a todas las formas de comunicación de las personas, incluyendo todos los medios y soportes, cualquiera sea la tecnología utilizada para la difusión y recepción de contenidos... (www.coalicion.org.ar/2016/01/14/2puntos/). Mayúscula en negrita en el texto original.

En las rutinas diarias FM Reconquista fue procesando y definiendo prácticas que luego se discutían y clarificaban en reuniones, asambleas y encuentros de reflexión y formación. Algunos criterios cristalizaron en el tiempo:

- a) En los programas de contenido comunitario y socio-político “hablan los que hacen”. Es decir que los micrófonos están en manos de vecinos y vecinas comprometidos en la búsqueda de justicia social y la acción reivindicativa en sus comunidades, lo que incluye personas con opciones políticas y religiosas diversas y plurales. De haber impugnaciones o conflictos al respecto se resuelven en asamblea o en el Consejo de Radio, si es una cuestión institucional.
- b) Los equipos de producción y conducción de programas de organizaciones sociales son responsabilidad de cada organización.
- c) Todos los mensajes, opiniones, pedidos, reclamos, etc. de los vecinos y las vecinas y la audiencia en general, se ponen “en el aire”, salvo ofensas personales o expresiones discriminatorias. En caso de falsedad flagrante o evidente en mensajes o declaraciones tanto de oyentes como de funcionarios, autoridades, etc., se los confronta con la documentación y los datos duros que obran en poder de la radio, pero las declaraciones no se censuran, se contrastan.
- d) Todas las personas, organizaciones e instituciones tienen derecho a réplica por los micrófonos de la emisora.
- e) Todas las corrientes políticas y religiosas pueden expresarse en la radio, pero la prioridad la tienen las que actúan en el territorio.

Además de conductoras y conductores de programas y dirigentes sociales consultamos a operadores/as técnicos, ya que como hemos descripto, en la práctica quedaban al frente de la radio en sus respectivos turnos y debían resolver imprevistos, por caso la presencia de personas que solicitaban hacer una denuncia, reclamo o declaración, institucional, grupal o individual.

Adrián nació y vivió toda su vida en Villa Hidalgo, participó del grupo juvenil que conducían los fundadores de la radio en los años 80', en el Centro Comunitario del barrio junto a sus hermanos, y fue operador y conductor de programas musicales durante años. Nos relata:

A veces llamaban por teléfono o llegaban hasta la radio dirigentes o grupos de vecinos, también gente suelta que venían a plantear algún problema o a promocionar alguna fiesta o algo así. Yo, si estaba solo, siempre trataba de derivarlos a los horarios y programas relacionados con el tema. Por eso es importante que el operador conozca toda la programación. Si se trataba de una urgencia, hacía una llamadita para que viniera alguien capacitado para hacer la entrevista. Otras veces te dejaban volantes o propagandas y yo las recibía a todas, para después consultar con los directores si se pasaban al aire, porque por desconocimiento podés meter la pata.

La aprobación para la difusión de campañas de interés social, estatales o privadas, que implicaran avisos rotativos gratuitos, a lo largo de todo el horario de transmisión y de toda la programación de la radio, se fue delegando en la dirección.

La “pluralidad de voces”, como vemos, nunca estuvo exenta de criterios que establecieran prioridades, condiciones y ocasiones. La gran diversidad de formatos y temáticas que componen desde los primeros años la programación de FM Reconquista, permitió siempre direccionar las inquietudes vecinales hacia los espacios más adecuados para su tratamiento.

¿Cómo se comunica?

Conceptos: Capacitación. Formatos y lenguaje radiofónicos y populares.

Nos preguntamos: ¿Qué saberes y destrezas incorporan los y las militantes sociales e integrantes en general de la radio, para asumir los roles y funciones, que desempeñan? ¿Cómo “dice” una radio popular del conurbano bonaerense? ¿A qué *herramientas* radiofónicas apela?

Técnicas utilizadas: Análisis de documentos escritos y audiovisuales. Entrevistas y grupos focales.

Fuentes consultadas: Archivos sonoros de la radio. Manuales de capacitación y bibliografía utilizados en cursos y talleres. Videos registrados durante las actividades de capacitación. Asistentes a los cursos de capacitación y oyentes de la radio.

La capacitación permanente ha sido una de las tareas a las que se le han dedicado más esfuerzos y recursos a lo largo de la historia de FM Reconquista. Recuperar “la voz y la palabra para el pueblo” siempre requirió, para los fundadores de la radio, un proceso de apropiación de conocimientos, saberes y destrezas, que generalmente había que resignificar en función de los propios objetivos. También redescubrir capacidades adormecidas.

La primera etapa de formación sucedió antes de que la radio estuviera funcionando, como hemos señalado, en el Centro de Comunicación Educativa La Crujía. Los primeros materiales que orientaron a los fundadores de la experiencia fueron los “manuales” de comunicación popular de la Asociación Latinoamericana de Enseñanza Radiofónica -ALER- que combinaban reflexión teórica con orientaciones prácticas y profundidad de análisis con lenguaje sencillo.

A la inauguración de la radio la acompañaron intensos talleres de locución, operación técnica y guión radiofónico, más la réplica de lo aprendido en La Crujía, en reuniones de capacitación en el barrio, generalmente en casas particulares. Y a partir de allí, en forma ininterrumpida, todos los años, se organizaron cursos y talleres sobre comunicación popular y comunitaria, gestión de las organizaciones y pensamiento estratégico, incluyendo técnicas comunicacionales nuevas como computación, digitalización de audio, utilización de sistemas operativos de *software* libre, etc.

También cursos de “ciudadanía comunicacional” en los que se reflexionaba sobre la concentración mediática internacional y nacional, la incidencia de las tecnologías controladas por grupos de poder multinacionales en la macro y micro política, etc., con una mirada puesta en la democratización de las comunicaciones como condición para la consolidación de una sociedad

democrática, inspirados durante la etapa fundacional, en el informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, encabezada por Sean McBride de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -UNESCO- “Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo”, terminado en 1979 y publicado por primera vez, en inglés y francés, en 1980, que constituyó un hito histórico en la mirada política en torno a la comunicación, que era la perspectiva de abordaje de los iniciadores de FM Reconquista.

El informe asumió y a su vez resultó un disparador de profundas y fecundas discusiones, que movilizaron a los y las militantes de Villa Hidalgo, en su búsqueda de nuevas formas de comunicación alternativas a las entonces dominantes. Las reflexiones, conclusiones y recomendaciones del documento hicieron historia y si bien a posteriori se ha avanzado mucho en las investigaciones académicas, cobran todavía fuerte vigencia en la sociedad, por ejemplo:

Ni las estructuras de la comunicación, ni los mensajes transmitidos son neutrales. Una elección de tecnologías refleja un juicio de valor tanto como lo hace el contenido del programa. Ningún mensaje puede ser absolutamente objetivo: los juicios implícitos se reflejan incluso en la elección de los términos usados. Quienes confían por completo en los medios masivos deben estar conscientes de que la imagen de la realidad que están obteniendo no puede considerarse jamás enteramente correcta. (McBride y otros, 1993, p. 40)

También en las conclusiones, en el punto 3, se postula a la comunicación como: “...un derecho individual básico, así como un derecho colectivo requerido por todas las comunidades y naciones. La libertad de información -y más específicamente el derecho a buscar, recibir y difundir información- es un derecho humano fundamental”. (p. 208). Es clara la coincidencia ideológica con el primero de los “21 puntos” de la Coalición para una Comunicación Democrática, que citamos más arriba. Todo ello dentro del postulado general de la necesidad de un “Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación -NOMIC- (pp. 209 y 246-249).

Estas orientaciones se actualizarán, revisarán y profundizarán en múltiples iniciativas, por ejemplo en 2010, para América Latina y el Caribe, en la “Carta de Porto Alegre”, surgida del 6° *Mutirão de Comunicação* que sintetiza las reflexiones de comunicadores y comunicadoras, investigadores e investigadoras, docentes, periodistas y estudiantes de la región, que en el punto 6 de la declaración, expresan su sueño de contar con:

Movimientos sociales, organizaciones populares, iglesias e instituciones que se apropien e incorporen en sus prácticas comunicativas los entornos y los procesos de las tecnologías de la información y los nuevos lenguajes a fin de ampliar su horizonte comunicacional y contribuir a la eliminación de la brecha informativa y digital.

(<http://oclacc.org/noticia/mutirao-comunicacion-aprueba-carta-porto-alegre>)

Hacemos estas breves citas de estos dos documentos, uno referido al mundo global de fines del siglo XX y el otro a nuestra América Latina y el Caribe de principios del siglo XXI, porque nos ayudan a situarnos en el universo teórico e

ideológico desde el cual han direccionado sus intensivas actividades de capacitación en FM Reconquista durante décadas.

Después de 2000 se profundizó esta práctica con los ya descriptos “retiros”, pero enfocados en los dirigentes sociales y territoriales de la red que se conformó en torno a la radio. Respecto del rol de los profesionales en este proceso, podemos leer en MDS (2007): “...*profesionales abiertos a otras formas de organización...nos enseñaban sus técnicas a la luz de los intereses de una radio popular, donde hay cosas que sirven, cosas que no y cosas que hay que dar vuelta como una media.*” (p. 91).

La capacitación permanente fue consolidando el compromiso de la radio con el movimiento de la comunicación popular, comunitaria y alternativa, pero siempre situando su actividad en el territorio. También sirvió para perfilar su lenguaje radiofónico: Siguiendo las instrucciones de los manuales de ALER (2009 b), en los programas de FM Reconquista siempre se apeló a los refranes y proverbios populares para expresar conceptos sociales, al *colorido* de las palabras utilizadas por las clases menos influenciadas por la escuela y la academia. La prioridad la tuvieron los sustantivos y verbos concretos por sobre los abstractos y los adjetivos calificativos que denotaran cualidades sensibles de las cosas. También las oraciones simples breves, basadas en el esquema sujeto - verbo - objeto directo/indirecto, evitando las proposiciones subordinadas, con los modificadores y circunstanciales estrictamente necesarios para la descripción pretendida. Otra característica es la prudencia en el uso de formas pronominales que puedan resultar confusas, el humor como recurso pedagógico, la aclaración detrás de cualquier término “técnico”, las cifras “redondas”, etc.

Desde luego los vecinos y vecinas, migrantes desde sus provincias y con “poca escuela”, cuando se soltaban a hablar lo hacían “claro y sencillo”. Pero cuando se sumaban docentes, estudiantes y profesionales al micrófono, cobraban importancia las advertencias respecto de estas complejidades léxicas, radiofónicamente inadecuadas, más aun si se piensa en una audiencia poco letrada, aunque de algún modo válidas universalmente, en tanto la radio ya no es aquel dispositivo que reunía a las personas a su alrededor sino que se escucha en medio de la actividad diaria, lo que dificulta captar largas frases que se encadenan hasta redondear un concepto.

También en las “cartillas” para los talleres es constante la referencia a la radio como un medio de comunicación *visual*, que recurre a la palabra, la música, el silencio y los efectos sonoros, para despertar imágenes en la *pantalla* de la imaginación de la audiencia. Asimismo el acento puesto en el relato, más que en la exposición retórica conceptual en abstracto. En el material para los cursos-talleres podemos leer: “*Tanto los chistes en la ciudad, como los cuentos más largos en el campo, las noticias que nos impactan en la radio o la tele, las letras de las canciones que más nos gustan, siempre cuentan una buena historia. Así funciona la radio que atrapa a su audiencia.*”.

Vemos que la referencia alude tanto a los formatos musicales, como periodísticos o de humor. La radio más que explicar “muestra”, lo que los anglosajones llaman la *story*, a diferencia de la *history*. Tal vez porque “*Sólo podemos dar cuenta del mundo en el que somos a través del relato y la representación, siempre desde el prisma visual de nuestras propias configuraciones culturales.*” (Neme y Bermúdez, 2013, p. 721).

Algo que sobresale en las “formas” radiofónicas de FM Reconquista es la actitud propositiva. Cuentan que otra frase canónica atribuida a Margarita

Palacio reza: *“Esta no es una radio que sólo denuncia. También anuncia”*. Algunos de los entrevistados que conducen programas, seguramente por su condición de “agentes pastorales” como se definen, esto es, activos militantes en parroquias católicas o en iglesias evangélicas, vinculan la frase con el mandato de Jesús de Nazaret: “Vayan y anuncien” (Mc 16, 15: Evangelio según San Marcos, capítulo 16, versículo 15). Expresan que la radio cumple la doble función “profética” de denunciar las injusticias y a la vez anunciar las “buenas obras” que se realizan en la comunidad.

Desde la mirada de otros/as integrantes u oyentes de la radio es importante que se conozca lo que hacen las organizaciones de los barrios, porque *“eso no sale en otros medios”*. También coinciden en que la pura denuncia paraliza, siendo necesario mostrar que ante las injusticias y los problemas sociales *“hay quienes se organizan y la pelean, buscan soluciones”*. Otra apreciación que registramos vincula el “anuncio” con la “alegría” que proporciona la participación organizada, porque se comparten tanto las preocupaciones como los logros.

Por último, dos rescates históricos de la tradición de la radiofonía argentina, notables en cuanto a participación y creatividad se refiere, presentes en la programación de FM Reconquista, fueron y son: las transmisiones con presencia de público, con la variante de que los y las asistentes intervienen “al aire”, y los radioteatros, para cuya realización siempre se apeló a guiones de producción propia más que a adaptaciones literarias, una herencia -a juzgar por los testimonios- de las enseñanzas sobre escritura de guión de radio de los profesores de La Crujía en los años 80’ y de la vocación de rescatar de la industria de masas aquellos componentes que recuperan elementos de la cultura popular (Martín-Barbero, 1998).

Respecto de la incorporación de los jóvenes a la experiencia, dice Rafael González:

Yo vengo de la época del grupo juvenil y ya entonces en las reuniones hacíamos una reflexión crítica con respecto a separar el pasto del trigo, con respecto a las modas de consumo impuestas por los grandes medios. Es importante para no imitarlos y animarnos a crear nuestro modo de comunicar.

Y, en el mismo sentido, podemos leer en la presentación de la experiencia en Castelvetro: *“Ai giovani che crescono in questa nuova sintesi culturale tra il mondo urbano e quello rurale, la radio del quartiere permette di esprimersi senza imitare la scala di valori o disvalori imposta dai grandi media”*.

(<http://www.net-one.org/archivio/congresso-2000/buone-pratiche/46-radio>).

El texto tanto en su versión italiana como en español, tiene dos conceptos claves, síntesis cultural y valores: *“A los/as jóvenes que crecieron en esta nueva síntesis cultural entre el mundo rural y el mundo urbano (el conurbano bonaerense de fines del siglo XX) la radio del barrio les permite expresarse sin imitar la escala de valores o disvalores impuesta desde los grandes medios”*. En los cursos y talleres conviven y participan las personas mayores que migraron desde sus provincias o países y fueron fundando el barrio, quienes que se sumaron después y los y las jóvenes que crecieron en él.

En el siglo XXI fue necesario articular una nueva síntesis entre los y las que crecieron en el mundo analógico y los y las nativos y nativas digitales. El trasvasamiento generacional fue clave para intentarlo. Hoy la segunda generación de la radio gestiona un *Cyber* comunitario en el Centro de

Capacitación de la emisora, abierto y gratuito para las y los adolescentes de la tercera generación que se incorpora al proyecto.

La búsqueda de un diálogo que profile un marco de identidad y de lenguaje, no homogéneo pero compartido, que integre y articule géneros, edades, procedencias, sectores y barrios populares diversos, asoma como una constante a lo largo de la historia de FM Reconquista. Utilizando la técnica del ensayo y error, esta emisora comunitaria ha buscado un perfil y un modo de decir propios, como expresión cultural de su entorno social, con una fórmula general aplicable a todos los formatos de sus programas que comprende: lenguaje descriptivo claro y sencillo -música popular en variados géneros- humor didáctico -agenda informativa propia. También puertas, micrófonos y tecnología abiertos al protagonismo y la participación.

9. Hitos de incidencia en el desarrollo local

Haremos en este punto una breve reseña de algunos de los logros materiales más importantes alcanzados en Villa Hidalgo, localidad de General Eugenio Necochea, zona de José León Suárez, Partido de General San Martín y otros barrios del AGR, con la activa intervención de FM Reconquista.

Algunas claves sobre las particulares características del modo de incidencia de esta experiencia de organización comunitaria, nos la dan los criterios de aceptación de proyectos para el desarrollo, de la organización para la cooperación internacional holandesa católica Cebemo, que aportó fondos para la compra de equipamiento técnico, en los inicios de la radio.

Los católicos holandeses financian prácticas sociales que (OEA, 1993):

- Promuevan el desarrollo de una mayor capacidad de autogestión.
- Generen procesos autónomos de transformación social, económica y política.
- Sean renovadoras, replicables y duraderas.
- Emanen del grupo beneficiario.

(Cebemo entendió que la radio comunitaria era una organización de base, de pobladores y pobladoras de la zona a beneficiar. No una institución intermediaria).

En los barrios de la periferia:

Veredas, entubamiento de cruces de calles, canastos para la basura.

El primer trabajo comunitario de mejoramiento de la infraestructura barrial en Villa Hidalgo, del que participaron los fundadores de la radio, fue la construcción de veredas. Los días domingos se juntaban los vecinos de cada cuadra y con los materiales comprados con lo recaudado en los campeonatos de fútbol femenino de los sábados, más el aporte de máquinas y herramientas de cada uno, se trabajaba hasta el mediodía, para finalizar con un almuerzo en común.

También se construían caños de cemento con un molde, para entubar el cruce de las esquinas en las calles de tierra y canastos para la basura soldando fierros y chapas. Eran los tiempos del Centro Comunitario y la Revista Renaciendo, del trabajo conjunto con la escuela de los padres lourdistas. La prehistoria de la radio, entre 1982 y 1988, etapa en la que se va perfilando un modo de construcción social, que luego se replicará en FM Reconquista.

Agua potable

Con el Plan “Pro Agua” de la estatal Obras Sanitarias de la Nación, en los tiempos del Presidente Alfonsín, se extendió la red de agua corriente potable a unas treinta manzanas del barrio donde simultáneamente se estaba fundando FM Reconquista. Fue la primera experiencia de trabajo organizado con delegados y delegadas de manzana. Cuando se terminó la obra en el sector de la villa se realizó un festejo popular en la radio. El contrato de obra, la compra de materiales y la coordinación general estuvo a cargo de la Junta Vecinal, de la que formaban parte varios fundadores de la emisora.

Posteriormente, con el impulso del Consejo Comunitario de José León Suárez, que presidía FM Reconquista, se extendió la red de agua a la villa La Cárcova, hasta donde llegaban las viviendas a principios de la década del 90'. Unos años después fue decisiva la intervención de las sociedades de fomento y de la radio para conseguir el adelanto de metas de inversión, de la ya privatizada empresa Aguas Argentinas, debido a la falta de presión de agua por el crecimiento poblacional en Villa Eugenio Necochea, tal la denominación catastral de la zona que comprende la Villa Hidalgo. La obra imprimió presión de agua suficiente para abastecer a unas setenta manzanas del barrio.

Energía eléctrica y alumbrado público

En el año 1993, la radio y la Sociedad de Fomento Reconquista (Ex Junta Vecinal) condujeron las negociaciones con la empresa EDENOR S. A., para la extensión de la red eléctrica de media y baja potencia en Villa Hidalgo. Fue la ocasión de replicar la experiencia de elección de delegados y delegadas de manzana en asamblea pública, para monitorear las tareas y organizar la participación vecinal. La obra fue la primera en el Área Geográfica Reconquista y estableció el modelo de “convenio marco” entre la empresa distribuidora de energía eléctrica y las organizaciones barriales, que permitió continuar las obras en los restantes barrios de la AGR. Se proveyó así de energía a cerca de cien mil personas. El nuevo tendido de cables con estándares técnicos aprobados por los entes reguladores permitió al municipio de General San Martín llevar el alumbrado público a la zona.

Asfalto de calles

En 1997, luego de largas gestiones desde que finalizaron las obras de la red eléctrica, la radio y la sociedad de fomento Reconquista obtienen que la municipalidad, con fondos del Ente de Reparación Histórica del Conurbano Bonaerense²⁷, asfalte ocho cuadras en las calles que rodean la emisora y el acceso al nuevo polideportivo (ver más adelante en este mismo punto), unos seiscientos metros en el límite con el partido de San Isidro. También se realizan “mejorados” de tierra compactada y carpeta asfáltica en otras treinta cuadras de acceso a las zonas más precarias del barrio.

Entubamiento y saneamiento de canales de agua

Las sociedades de fomento y juntas vecinales de Eugenio Necochea, integradas al Consejo Comunitario de José León Suárez, dieron en la década del 90' una batalla decidida contra las inundaciones. Un elemento clave era la limpieza y el entubamiento de los “zanjones” que atraviesan los barrios y constituyen afluentes del Río de la Reconquista. Obstruidos por basura sedimentada y el abandono de vehículos robados impedían el escurrimiento de las aguas. Para la mayoría se obtuvieron máquinas de limpieza y dragado municipales o provinciales. En el caso

del canal “Madero” que atraviesa Villa Hidalgo, finalmente se obtuvo, ya entrado el nuevo siglo, la obra de entubamiento.

Recuperación de basurales y creación de polideportivo

En 1999, concluyen las obras de recuperación de entre cinco y seis hectáreas de basurales, en terrenos del CEAMSE, en el límite entre Villa Hidalgo (General San Martín) y el “Bajo” Boulogne (San Isidro). La vieja quema se convierte en un parque con canchas de fútbol y vestuarios. La Sociedad de Fomento Reconquista y la radio, habían impulsado las obras junto con propietarios frentistas al basural del lado de San Isidro. Como los terrenos fueron cedidos a la Municipalidad de San Martín, se decide crear la Asociación Cooperadora del Polideportivo Eva Perón, integrada por vecinos y vecinas de ambos distritos, que se hará cargo del cuidado y mantenimiento. Unos años después la radio impulsa un convenio por el cual se instala en el polideportivo la sede del club de fútbol profesional local, el Central Ballester, que por entonces transmite sus partidos en directo por la emisora y debía pagar alquiler para jugar de local. De acuerdo a los estatutos de la AFA, el club realiza importantes obras de infraestructura para que le habiliten el estadio, que mejoran significativamente el predio, pero el parque, algunas canchas y los sanitarios siguen siendo de acceso público y gratuito.

Jardines maternos y de infantes

La localidad de Eugenio Necochea y el barrio de Villa Hidalgo no contaban con establecimientos educativos públicos de nivel preescolar, cuando FM Reconquista inicia sus transmisiones. Un grupo de padres y madres se acerca a la radio con la inquietud. A partir de allí se organizó una comisión “pro cooperadora”. Como la ley de emergencia económica provincial no permitía nuevas creaciones de escuelas, el jardín se lanzó igual, alquilando una casa y con estudiantes voluntarias como maestras. Lo llamaron “Manuelita”, como el personaje de la tortuga creada por la escritora María Elena Walsh, inspirados en la lentitud de los trámites burocráticos, pero finalmente consiguieron la creación del primer jardín de infantes público de la localidad a comienzos de los años 90’.

En la misma época la recientemente fundada Asociación de Mujeres La Colmena crea el jardín comunitario “La Colmenita”, al interior de la Villa Hidalgo, y comienza el trabajo en red con iniciativas similares de otros barrios del AGR, que redundará en la construcción o remodelación de jardines y comedores comunitarios en los distritos de General San Martín, San Isidro y San Fernando.

Ya entrado el siglo XXI, concluyó la obra del “Maternal” o *nursery* para bebés en el antiguo predio del local comunitario “La Casita”, donde en los años 80’ funcionara el “Almacén Popular San Cayetano”.

Ampliación y creación de escuelas primarias y secundarias

Desde el Consejo Comunitario de José León Suárez, presidido por FM Reconquista se da un decidido apoyo a las cooperadoras escolares del AGR, frente al evidente deterioro de la oferta educativa pública en los 90’. Así con fondos provenientes en su mayoría del “Ente del Conurbano”, gestionados en alianza con el municipio y el Consejo Escolar de San Martín, se consigue crear la Escuela N° 51 en Villa La Cárcova, que no contaba con escuela primaria en el barrio, de modo que los niños y niñas cursaban lo que entonces se llamó “turno reducido” de dos horas diarias en la escuela más cercana, por falta de espacio edilicio, una clara discriminación educativa. También se remodeló a nuevo la Escuela N° 33 en Barrio Independencia

y la Escuela N° 50 en el centro de José León Suárez, y se ampliaron las escuelas 31 y 65 en Villa Hidalgo.

Casa de la Mujer

Desde 1989 funciona en Villa Hidalgo la “Casa de la Mujer”, de la Asociación de Mujeres La Colmena, entidad que gestiona FM Reconquista. Allí se atienden problemáticas de géneros, violencia familiar, salud reproductiva y alimenticia, capacitación laboral y educación no formal de adultas y adultos.

Comenzó con una pequeña habitación en la villa y hoy ocupa un importante predio junto con el jardín “La Colmenita”, luego de años de rellenado de terreno y construcción de instalaciones.

Prevención de adicciones y consumo problemático de sustancias

En FM Reconquista siempre se reflexionó sobre el lenguaje utilizado, evitando replicar estereotipos, modelos y mensajes denotados o connotados, que implicaran discriminación o lo que entonces llamaban “contra prevención”, por acción (promover modelos de vida individualistas y superficiales) o por omisión (no impulsar espacios participativos y creativos).

Grupos de jóvenes en la radio discutían, guionaban y grababan “cortos” o *spots* radiofónicos preventivos. La consigna fue trabajar la problemática “desde los y las jóvenes” (no sólo “para”). El esfuerzo le valió la calificación de “radio preventiva” por parte de la entonces Secretaría de Prevención y Asistencia de las Adicciones del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, y el cofinanciamiento de actividades juveniles con la Secretaría de Drogadependencia y Lucha contra el Narcotráfico de la Nación –SEDRONAR- lo que, a su vez, potenció su labor en esta temática.

Dos acontecimientos testimonian el prestigio alcanzado por la radio comunitaria en su trabajo en este campo:

En el año 2005 recibieron la visita de la primera dama de la República de Honduras, Aguas Santas Ocaña de Maduro, quien estaba al frente de una agencia gubernamental de ese país, orientada al trabajo con menores en situación de calle. Es conocida la gravísima situación de violencia desatada en Centroamérica por las “*maras*”, bandas delictivas juveniles, cooptadas por organizaciones criminales. La española, diplomática de carrera, casada con el presidente Ricardo Maduro, se interesó en conocer el trabajo preventivo con jóvenes que realizaban la radio y la Asociación de Mujeres “La Colmena”, en las villas de José León Suárez. Acompañada del embajador de su país, Napoleón Álvarez Alvarado, participó de una larga entrevista realizada por periodistas de la radio en sus estudios. Aguas Ocaña ha recibido del Estado Argentino la Orden de Mayo al Mérito en el grado de Comendador y reside actualmente en Córdoba, cumpliendo funciones diplomáticas para el Reino de España.

Unos años antes, 1998, en el auditorio de la Universidad del Salvador, dictó una conferencia el pensador francés Edgar Morin. El Instituto Internacional para el Pensamiento Complejo –IIPC- fundado un año antes y con sede en esa casa de estudios, a través del Instituto de Drogadependencia de la Universidad, invitó a FM Reconquista a participar del encuentro. Sus periodistas no sólo escucharon la charla, también entrevistaron para la radio y conversaron sobre las problemáticas de una sociedad del *phármakon*, de fin de milenio, con el filósofo.

Un año después se crearía la Cátedra Itinerante de la UNESCO “Edgar Morin” para el Pensamiento Complejo, con sede en el IIPC.

Apoyo a la fundación de clubes de fútbol infanto-juvenil

Los clubes “Deportivo Suárez” y “Eugenio Necochea” se fundaron unos años después que FM Reconquista, pero siempre estuvieron hermanados con ella. Mantienen sus programas en la emisora y publicitan sus actividades en forma gratuita. Siempre participaron de los cursos y retiros de capacitación. También, en tiempos difíciles organizaron campeonatos a beneficio de la radio para el recambio de equipamiento técnico. Forman parte del trabajo en red. La radio los vio nacer y apoyó decididamente su creación y desarrollo.

En el centro comercial:

Puesta en valor de plaza y ampliación como parque recreativo

En el año 2000 se refunda la Cámara de Comercio, Industria y Profesionales de José León Suárez -Cacip-. FM Reconquista integra la Comisión Directiva y se encarga del área de Prensa y Difusión. Será también la que promoverá decididamente el encuentro del centro comercial con la periferia. Una de las primeras realizaciones no gremiales de la cámara fue poner en valor la arruinada plaza lindante con la estación de tren. Un lugar por donde transitan miles de personas. Con los años se gestionaron terrenos del ferrocarril y hoy es un gran parque recreativo.

Renovación de veredas y luminarias, construcción de canastos para papeles.

Ampliación de ruta, puente vehicular, escuela secundaria.

La Cacip, a lo largo de más de una década logró renovar el centro comercial con veredas nuevas y “amigables” para el público, dársenas de estacionamiento a ambos lados de la estación de tren, nuevas luminarias. Construyó, instaló y mantiene cientos de cestos para papeles en la vía pública. Gestionó durante años y logró el ensanche de la ruta provincial N° 4 que atraviesa la localidad y la construcción de un puente vehicular sobre las vías del ferrocarril Mitre.

Otra gestión de la Cacip ante el Estado provincial fue la creación de un edificio nuevo con destino a escuela secundaria pública en las cercanías de la estación de tren, ya que las existentes comparten edificio con las primarias, hacinando alumnos y docentes, porque que no se cumplen los estándares de infraestructura escolar. Está prevista su inauguración en el segundo cuatrimestre de 2016.

FM Reconquista fue su aliada comunicacional incondicional, con un programa radial semanal y campañas radiofónicas gratuitas, locución y transmisiones en vivo de eventos festivos, y todo aquello que promoviera el comercio local en alianza con los barrios de Suárez.

Desde luego que de las obras señaladas en esta breve reseña, FM Reconquista no se atribuye en ningún caso su realización *per se*. Pero en todas tuvo una participación comprometida y preponderante, cuando no fue su impulsora, no sólo desde sus micrófonos, sino aportando colaboradores y colaboradoras con presencia y dedicación, hecho que reconocen todos los actores involucrados.

10. Conclusiones

¿Qué condiciones observables en las variables clave descritas y analizadas en el punto 8, posibilitaron que FM Reconquista se convirtiera en un actor con fuerte incidencia en el desarrollo de su comunidad? Debemos precisar aquí que la distinción entre VCO y VCC es puramente analítica, ya que la comunicación es componente fundamental de ambas, de modo tal que a lo largo de todas las conclusiones, sobre todas las variables, apelaremos a categorías comunicacionales. Tres estrategias fundamentales las atraviesan a todas, o bien se plasman de manera diversa en cada una de ellas: Asociatividad. Política de alianzas. Creatividad e innovación. Y tres dimensiones las entrelazan: la económica, la política y la *tékhnē*.

10.1. Sobre las Variables Organizacionales Clave (VOC)

Sustentabilidad y crecimiento económico: Las acciones realizadas por la radio para lograr su sustentabilidad como tal, siempre estuvieron ligadas a las que se desplegaron desde la misma emisora o desde organizaciones vinculadas con ella, para apuntalar una economía popular de sobrevivencia en el territorio de influencia. Esto se aprecia claramente en la coordinación de respuestas desplegadas durante las crisis de 1989-1990 y 2000-2001, a las que nos hemos referido en el punto 6.

Asimismo, las emprendidas para potenciar el crecimiento de la radio, se enlazan con las que buscan el desarrollo local. Mientras se construyen la planta y los estudios de transmisión, simultáneamente se impulsan obras de infraestructura vial, educación, deportes, esparcimiento, salud, servicios públicos esenciales, etc., y para ello se promueven otras formas organizativas como la Sociedad de Fomento Reconquista, la Asociación de Mujeres La Colmena, el Consejo Comunitario de José León Suárez, comisiones de delgados de manzana *ad hoc* para cada obra, o se trabaja en conjunto con organizaciones aliadas de comerciantes, clubes, cooperadoras, iglesias, etc.

Podríamos condensar la orientación general seguida por FM Reconquista en la variable observada, en la siguiente idea fuerza: La radio crece si crecen los barrios a los que llega. En ese “paradigma” cobra sentido la política permanente de socializar ganancias y pérdidas con diferentes actores: las familias, programas y producciones que participan de la radio, las organizaciones de base con las que interactúan en red, los anunciantes locales, las otras radios comunitarias de la región. Para lograr los objetivos de sustentabilidad y crecimiento, *atados* al desarrollo comunitario local, se multiplican las alianzas: entre barrios, entre organizaciones sociales, entre las villas y el centro comercial, entre las organizaciones de “base” y las de “superestructura”.

Otro elemento permanente es la innovación y actualización tecnológica, en lo estrictamente radiofónico: de un transmisor de 30 vatios de potencia, a uno de 100, luego 200, luego 1.000 (un kilovatio). De una torre de 30 metros a una de 60, de una antena omnidireccional a ocho dipolos rectos direccionados que “ganan potencia”. De las bandejas giradiscos, las cassetteeras y los viejos “fierros” de cinta abierta, a reproductores de audio totalmente digitales, de los pequeños micrófonos de mesa al micrófono ambiental de estudio de alta fidelidad. De una consola analógica de ocho canales a una digital de doce. De las viejas baterías al grupo electrógeno

para los cortes de luz. La adopción del *software* libre para informatizar la radio, etc.

Pero también en lo vecinal: La Asociación de Mujeres La Colmena utiliza hornos que funcionan con residuos orgánicos como fuente de energía y cultiva huertas comunitarias que no utilizan agroquímicos, para los comedores infantiles. En lo pedagógico impulsan tempranamente novedosos métodos para el aprendizaje de la lecto-escritura desde los dos años, logrando así reducir en la zona el posterior desgranamiento por abandono en el primer ciclo de primaria²⁸. También incorporan la enseñanza de computación en los jardines maternos y de infantes comunitarios de la red que coordina la organización, así como en el único jardín público de la localidad, creado a instancias de la radio que lo apadrina.

Finalmente: En lo económico, FM Reconquista conformó un mini conglomerado convergente y sinérgico. Lo abordamos siguiendo la matriz BCG (*Boston Consulting Group*), de análisis de Unidades Estratégicas de Negocios (Henderson, 1973), que entendemos aplicable a entidades sin fines de lucro. Durante su primera década el “Grupo” Reconquista desarrolló dos unidades “estrella” (Crecimiento y buena participación en el “mercado”): la radio y los emprendimientos educativos y productivos de La Colmena, con sus redes interbarriales. En la segunda década, La Colmena se convirtió en una unidad “Vaca lechera” (Alto mercado con crecimiento pausado, las de este tipo son proveedoras de recursos para otras unidades). En la tercera década comienza una unidad del tipo que en la matriz se denomina “Interrogante” (Gran crecimiento con mercado a conquistar), son los emprendimientos de la joven segunda generación de la radio. Entre ellos se destacan, el *Cyber* Comunitario Juvenil, el Centro de Capacitación y la “Orquesta Estable Juvenil”.

Esta última se inspira en la obra del pianista y ex preso político Miguel Ángel Estrella, su fundación “Música Esperanza” y la Tecnicatura de Música Popular que se dicta en el predio Espacio Memoria y Derechos Humanos, donde funcionó un campo de concentración de la última dictadura. Allí se capacitaron los y las jóvenes de la radio que dieron origen a la iniciativa. Su desarrollo escapa al período que aborda el presente estudio.

A diferencia de los grandes conglomerados transnacionales que se desentienden del destino de las comunidades por las que transitan temporariamente, explotando recursos (incluidos los “humanos”), el grupo de organizaciones que, de algún modo, se referencian o vinculan -también en lo económico, en tanto generación de recursos compartidos- con Radio Reconquista, están íntimamente ligados al crecimiento local. Podríamos decir que es un proceso de mutua incidencia entre la radio, la comunidad local y sus organizaciones, facilitado y potenciado por una comunión de destino, percibida como objetiva por los actores implicados y, a su vez, asumida subjetivamente.

El diseño de la gestión: Al igual que en el aspecto económico, esta dimensión, *strictu sensu*, más “política”, está caracterizada por: A) La ampliación de la “mesa de decisiones” estratégicas, de mediano y largo plazo. B) La multiplicidad de tácticas operativas, de coyuntura y de corto

plazo, delegadas en personas con capacidad de decisión. C) La subsunción de los objetivos específicos de la radio en los objetivos más generales de la comunidad en el territorio.

Con respecto al punto A) por lo descripto anteriormente está claro que la radio surge de la decisión de un colectivo informal de militantes populares, que se autodefinió como “Encuentro Quechua-Guaraní”, en la década del 80’ del siglo pasado. Que luego de la fundación de FM Reconquista, ese colectivo se proyectó en la Asamblea General y en el Consejo de Radio, como ámbito de toma de decisiones y se institucionalizó en la Asociación de Mujeres La Colmena.

Sobre el punto B) observamos que siempre hubo distribución de tareas y responsabilidades operativas: Mercadeo-Dirección técnica-Representación legal-Administración contable-Presencia y representación en FARCO, la Coalición por una Comunicación Democrática, el Consejo Comunitario y otras redes de las que participó históricamente la radio, etc.

El punto C) engloba los anteriores y es decisivo en cuanto a favorecer la incidencia de la radio en el desarrollo local. Ya desde los tiempos del Centro de Comunicación “Renaciendo”, fueron siempre prioritarias las necesidades comunitarias. Así el subsidio recibido para lanzar la revista barrial, antecedente de la radio, se decidió en asamblea de vecinos destinarlo a la reparación del motor de agua que proveía a la villa (hecho relatado en el punto 6).

Otro ejemplo claro de esta conducta lo encontramos en una anécdota de la primera mitad de la década del 90’: antes de que el cableado de televisión llegara al barrio de Villa Hidalgo, hubo un período en que se detectó que las “armónicas” (ondas) de la señal de FM Reconquista, por cercanía en el aire, causaban pérdida de color en la recepción de canal siete de TV, en los televisores situados en un radio de varias manzanas cercanas a la emisora. La decisión fue postergar compras de insumos necesarios para la radio, para invertir el dinero disponible en una solución técnica que resolviera el problema en la vecindad. Más aún, durante semanas, directivos y técnicos de la radio, recorrieron casa por casa, todas las cuadras del barrio afectadas para verificar que el problema se hubiera solucionado, encendiendo televisores, orientando antenas. En muchos casos el problema tenía otro origen, pero eso no importaba, igual se solucionaba.

Por otra parte, tanto en las Asambleas como en el Consejo de Radio, los problemas o necesidades del barrio formaban parte del temario de las reuniones, entendido esto por sus integrantes, como inherente a la lógica de un medio comunitario local. También es cierto que la radio, en tanto tal, no hacía “todo”. El principio rector parece haber sido: Para cada reivindicación, la organización popular adecuada.

Así las obras de infraestructura se encararon desde la Sociedad de Fomento Reconquista y el Consejo Comunitario de José León Suárez, según fuera el alcance territorial de la cuestión. Las problemáticas de género, familia, salud reproductiva, siempre estuvieron en los contenidos de la radio, pero la organización rectora para iniciativas concretas en ese *terreno* fue la Asociación de Mujeres La Colmena. Para la práctica del deporte social se acompañó e impulsó la creación de clubes de barrio. Para las cuestiones como salud y educación públicas, además de las iniciativas propias, se fortaleció y empoderó a las asociaciones cooperadoras. Frente a la grave

crisis económica desatada en 2000-2001, FM Reconquista se asoció con fuerza y dedicación con la cámara comercial e industrial local.

Las prácticas de incidencia territorial de la emisora se alejaron tanto de la tentación de “concentrar todo en la radio”, como de considerarla únicamente como una organización vinculada al *espacio* comunicacional. Por el contrario parece haber sido una visión amplia y abarcativa de su propio rol, pero también respecto a la necesidad de la complementariedad con otras formas de organización, lo que potenció su claro protagonismo en tantos frentes reivindicativos.

La relación con el Estado: En las tres etapas descriptas y analizadas, FM Reconquista siempre se sumó a estrategias y acciones generales junto a las organizaciones del sector (ARCO-FARCO-Coalición), pero a su vez desplegando iniciativas en territorio con el claro objetivo no sólo de comprometer a la audiencia con la causa de la legalización de las radios comunitarias, sino buscando encontrar en las reivindicaciones sociales populares, el fundamento de la necesidad de una nueva legislación en comunicación audiovisual.

Tanto en la Resistencia, como en la Negociación o en la Articulación, buscó *enmarcar* su relación con el Estado, dentro de la más amplia “tensión dialéctica” Estado-Comunidad-Organizaciones del Pueblo, y a su vez, esta en su versión situada, territorial, local y regional.

Las acciones de incidencia en las políticas públicas, tanto las vinculadas al desarrollo local general como a las comunicaciones, estuvieron siempre ligadas. En los testimonios recogidos de una amplia gama de dirigentes sociales locales, de organizaciones vecinales, deportivas, de jubilados y pensionados, religiosas, etc., que hoy componen la Red Comunicacional y Social de FM Reconquista, se puede apreciar que no hay una relación puramente instrumental con la radio, algo así como “es nuestra herramienta de prensa” para difundir actividades y necesidades de nuestras instituciones. Por el contrario todos se reconocen y asumen como “comunicadores/as”, no sólo en referencia a la conducción de sus programas radiales -de hecho algunos de los/las entrevistados/as no cumplen funciones “en el aire”- sino en su tarea de animación comunitaria.

Para estos/as dirigentes la comunicación aparece asumida como un componente fundamental en la vida de sus organizaciones y de los barrios.

Un ejemplo puede graficar lo anterior: los capacitadores de FM Reconquista “tradujeron” el esquema INCRA, un acrónimo que resume en español los criterios de calidad que considera la *British Broadcasting Corporation* -BBC- respecto de un programa de radio o televisión. Estos son: **Inteligibilidad – Corrección – Relevancia - Atracción.**

La nueva versión “criolla” postuló el ENVIDO: el mensaje siempre debe ser **Entendible – Verdadero – Importante - Divertido.** Lo importante es que este esquema no se utilizó sólo en los cursos de radio, sirvió también como insumo para las capacitaciones en organización comunitaria y estrategias de incidencia sobre las políticas públicas del Estado. Por eso, en algunos grupos consultados, cuando referían a fallas en la comunicación en las organizaciones o en los barrios, lo expresaban así: “¡Falta envido!” (“Canto” que redobla la apuesta en el popular juego de naipes “El Truco”).

Ante la pregunta “*Para qué sirve tener una radio comunitaria*”, la respuesta suele ser “*Para que el barrio mejore*”. Cuando se ahonda sobre cuáles son las mejoras que se buscan o se consiguieron, se mencionan logros socio-económicos concretos (la luz, el agua, el asfalto, etc.) e intangibles (estar más unidos, conocernos más entre los distintos sectores de los barrios, entre las instituciones, etc.).

Hay una secuencia lógica y política que liga a los actores: Estado-Radio comunitaria-Comunidad local. Dicho de otro modo: el barrio necesita un desarrollo humano integral y sustentable. Para ello resulta fundamental la existencia del medio comunitario. A su vez, el medio comunitario necesita de una legislación y de políticas públicas en comunicación democráticas, que constituyen su ecosistema de sobrevivencia.

Esta identificación -e incluso subsunción- de los planteos referidos a las PPC, respecto de las políticas públicas más generales, que tienen que ver con las condiciones materiales -tangibles e intangibles- de existencia, resultó fundamental para posibilitar el nivel de incidencia en la transformación de la vida local, alcanzado por la emisora. Utilizamos aquí el concepto “material” tanto para los bienes físicos como simbólicos, en el sentido que tiene el adverbio latino *materialiter*: que pertenece a la completitud del objeto (Ferrater Mora, 1979).

10.2. Sobre las Variables Claves Comunicacionales (VCC)

¿Qué se comunica? De la descripción realizada del modelo comunicacional de FM Reconquista podemos concluir que la emisora siempre contó con una agenda propia de temas noticiables, a los que sumaba algunos de coyuntura provincial, nacional o internacional, en la medida que tuvieran repercusión sobre la vida de los barrios de su área de influencia, y desde esa lógica orientaba su tratamiento editorial.

Toda su variada programación se estructuró siempre en torno a cuestiones o bien de origen estrictamente local, o en referencia a las repercusiones e influencias en la vida de su comunidad de acontecimientos sociales, culturales y políticos más generales o abarcativos.

El énfasis no estuvo puesto tanto en un tratamiento alternativo de la agenda fijada por los medios hegemónicos -aunque también se hiciera en alguna medida- sino en la producción de noticias propias que escapaban al temario dominante. No es una radio que haya dedicado demasiado espacio a la lectura crítica de los medios nacionales sino que se concentró en la función alternativa de “poner micrófono” sobre lo que se silenciaba y “dar aire” a los que no lo tenían.

Otra oferta radiofónica, con otro lenguaje y otra estética, fue el criterio seguido no sólo en los formatos específicamente informativos (la ausencia del típico noticiero horario, por ejemplo) sino en toda la grilla. La musicalización, por caso, se movió siempre entre la delgada línea que separa atender al gusto popular de la zona, con sus variantes generacionales y regionales, sin caer en el simplismo de seguir los *hits* impuestos por los sellos discográficos.

Una agenda propia requirió también de fuentes propias o “especiales”, primarias o secundarias, directas o indirectas, circunstanciales o permanentes (Clauso, 2007). Entendemos que esto fue facilitado por la

composición social del plantel de la radio -vecinos/as y animadores/as comunitarios/as- lo que permitió sumar el aporte de los saberes propios de los y las dirigentes de base a la labor periodística. Utilizamos aquí el término “saber”, en su sentido etimológico: el vocablo griego *sophia* y su equivalente latino *sapientia*, se emparentan con el verbo latino *sapere*: saber, encontrar sabor (www.rae.es y <https://es.glosbe.com/la/es/sapere>). El *baqueano rastreador* tanto como la *partera comadrona* (por usar dos estereotipos de conocedores/as populares) perciben el *sabor* de la realidad en sintonía con el gusto de sus paisanos y paisanas (vecinos/as). A las “fuentes” a las que se puede recurrir en un barrio popular del conurbano, también se las reconoce por su *sabor*.

La noticia, entonces, se busca en la calle, donde se hallan las buenas historias, en los puntos de reunión habituales: la puerta de la escuela, la salida de la iglesia, la cola para pedir turno en los centros de salud, las ferias, los eventos deportivos locales, sobre todo del fútbol infanto-juvenil de los sábados, actividad social que posee fuerte poder de convocatoria de padres y madres, las conversaciones en los centros de jubilados y en los *buffets* de las sociedades de fomento y clubes, las reuniones de esquina de los y las jóvenes, etc.

A partir de ese *rastreo* se instalan temas, se construyen noticias, se interpela al poder político local y a las empresas privadas de servicios públicos, se genera el circuito de retroalimentación con la audiencia. Se consulta a técnicos y se proponen soluciones (no sólo denuncia, también anuncio).

Es común el seguimiento en serie de los temas dentro de un plan de acción coordinado con la red social, a fin de conseguir respuestas y soluciones. Esta práctica periodística resulta muy eficaz para la incidencia. Para McCombs (1972) la técnica consiste en seguir la noticia como en los capítulos de una novela y para Castells (2009) con la reiteración seriada crece la capacidad de instalación de una temática noticiosa, si se la mantiene en un rango alto de ponderación periodística durante un período de tiempo razonable.

La agenda comunicacional parte de las necesidades de desarrollo local detectadas como tales por los y las habitantes de los barrios del área de influencia y se potencia como parte de un conjunto de acciones tácticas, en función del logro de conquistas consideradas como estratégicas por la red social y comunicacional que articula la radio.

¿Quiénes comunican? Ya hemos mencionado el rol de los dirigentes sociales de base locales en la conformación de la programación de FM Reconquista. Y en el punto 7.2 en referencia al modelo comunicacional de la radio, sentenciábamos que esta entiende que “comunicar es hacer” y que en ella “hablan los que hacen”. Asimismo en el punto 7.1 señalamos que en tanto organización la emisora tiene como misión y objetivo la incidencia en el desarrollo local, en su concepción integral y sustentable, como consignamos en la “Introducción” a este trabajo (punto 1).

Del análisis de los archivos audiovisuales que reseñan la larga historia de la radio y de las entrevistas realizadas, surge que han confluído en esta experiencia formas muy diversas de “hacer” y de “decir”. Cada *praxis* suele tener su *elocutio*. Así la misma realidad social de los barrios es abordada,

relatada e interpelada de modos diferentes por pastores evangélicos, curas “villeros”, militantes políticos, docentes, artistas populares, dirigentes vecinales históricos, referentes sectoriales de trabajadores activos, jubilados o desocupados, militantes de la diversidad y los derechos de géneros, jóvenes que se incorporan al protagonismo y la participación, etc.

La radio comunitaria ayudó a reunir esta diversidad fundamentalmente en un “hacer” conjunto, sin desdibujar las diferencias ni la pluralidad de miradas y roles. Estructuras de confluencia como el “Consejo Barrial” durante las inundaciones (1985), luego el “Consejo Comunitario” de José León Suárez y los “Consejos de Escuelas” (1989), posteriormente la conformación de la Red Comunicacional y Social como “red de redes” (2000), ya que en ella confluyeron otras redes como las de comedores o jardines comunitarios de la zona norte, allanaron el terreno y sedimentaron una práctica que permitió la elaboración participativa de objetivos estratégicos de desarrollo local, fijando prioridades de conjunto.

En todo caso la competencia quedaba para los momentos electorales, aunque los militantes de base no solían figurar en las “listas” de los partidos, pero apoyaban a diferentes dirigentes distritales durante las “campañas”. Luego volvían a la convivencia diaria, en la que los “aparatos” políticos se replegaban sobre sus estructuras, retirándose del territorio. Desde luego esta caracterización se condice con las etapas de fuerte “clientelismo” político partidario de los años 80’ y 90’ que estalló junto a la crisis del 2001. Luego vino la lenta reconstrucción del tejido social, pero la radio comunitaria junto con otras organizaciones locales sentaron escuela y el trabajo en red continuó en el nuevo siglo.

Esta dirigencia que actuaba con criterio de alianzas y de asociatividad, se apropió de los micrófonos de FM Reconquista, en un espacio comunicacional de sinergia, no de competencia. Allí no se disputaba el poder local, se lo construía en común. Entendemos que estas prácticas se invisten de lo que Massone llama “marcas de racionalidad” (Massone, 2006) subyacentes, implícitas en el modelo:

Cada teoría opera distintas dimensiones del fenómeno comunicacional, y al hacerlo le imprime su racionalidad, su proyecto. Es posible interpelar situaciones de comunicación, para rastrear estas marcas de racionalidad, que son índices de la concepción teórica que está organizando, articulando la matriz del encuentro. (p. 20)

Apelando a esta matriz de interpretación, identificamos claramente la acción comunicativa desplegada por los y las integrantes de FM Reconquista en lo que la autora llama la “Dimensión sociocultural” que:

- *Corresponde al campo de la comunicación como articulación social. Como fenómeno social de encuentro, de puesta en común de los actores sociales/ colectivos.
- *Da cuenta de la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural.
- *Corresponde al campo de lo fluido.
- *Las teorías que operan en esta dimensión describen a las mediaciones socioculturales como dispositivos articuladores de lógicas.

*Aborda a la comunicación como espacio de construcción de la dinámica social, la cotidianeidad de la construcción de sentido. Con marcas de racionalidad tales como: *Heterogeneidad, multiplicidad, redes, comunicación como articulación de la diversidad social, como proceso complejo, situacional e histórico. (p. 22)

A su vez, la necesidad de incidir señala de por sí algún grado de ausencia de poder, y el logro de una incidencia efectiva en las políticas públicas supone alguna forma de construcción desde el llano de ese poder, político, social y simbólico, en la medida que la reivindicación planteada es asumida como un problema público, que se encontraba al menos en un estado de latencia en la sociedad. Se lo saca a la luz. Se elaboran propuestas. Se sigue la cuestión hasta alcanzar una instancia de solución.

Consideramos que para que una radio comunitaria haya logrado articular procesos como los descritos, fue clave que sus comunicadores y comunicadoras fueran “hacedores/as”, emprendedores/as sociales, con efectivas prácticas de alianzas y sentido estratégico de la comunicación.

¿Cómo se comunica? La búsqueda de un lenguaje propio y a la vez plural signó toda la historia de FM Reconquista. Su programación expresa un fuerte mestizaje cultural, donde prima la síntesis, la fusión más que los compartimentos estancos. Sus protagonistas definen a la emisora como “generalista”, por oposición a “temática”, la diversidad es la norma.

“Seguro con alguna propuesta de nuestra programación te vas a sentir identificado, porque es muy variada. Sin embargo, si sintonizás la radio, esté el programa que esté, enseguida te das cuenta que es Reconquista”, expresa una voluntaria telefonista de varios programas.

Este hilo conductor de identidad es difícil de definir, pero desde luego, como lo indica el testimonio transcripto, presenta características muy identificables:

Un lenguaje coloquial casi familiar (hablan entre vecinos y vecinas), primacía de la música latinoamericana, los mensajes de la audiencia son leídos en vivo o a través del híbrido telefónico se ponen al aire en directo, nunca por medio de una grabación. El o la telefonista atienden todos los llamados, toman nota o indican que alguien quiere salir al aire, son parte indispensable del equipo y de la relación con la audiencia. El origen de los mensajes, los saludos, los temas abordados, en seguida sitúan geográficamente a quien escucha, con un marcado localismo.

La tendencia es a que la conducción de los programas se realice en equipo, aunque a los conductores/as que sobresalen como musicalizadores/as, se los identifica mucho en los barrios y congregan importante cantidad de seguidores en bailantas, peñas y fiestas. En este sentido los gustos musicales de la audiencia tiene sus géneros “fuertes”: son el tropical, melódico latino y chamamecero en todas sus variantes, le siguen el folklore tanto tradicional como de fusión y el *rock and roll* en general. De modo transversal la música festivaailable y la canción romántica popular son las más convocantes.

Pero a diferencia de las radios “bailanteras”, enfocadas en un solo género y vinculadas al negocio de las discográficas y los “boliches”, en FM Reconquista el entretenimiento, la diversión y la fiesta son parte constitutiva y fundamental en la construcción de comunidad organizada. En muchos programas suele haber

una hibridación de música, información y debate no tanto en el tradicional esquema de bloques con “separadores”, típicos en el formato-revista radial, con sus *páginas* (aunque este también es utilizado) sino que se suceden al oído de modo mas imprevisto, sin solución de continuidad, lo que no parece “hacer ruido” en la audiencia, a juzgar por los testimonios.

Volviendo a la matriz de análisis de Massoni (2006), este modelo se aleja del abordaje de la comunicación como “*aparato de reproducción ideológica*”, cuyas marcas de racionalidad serían “*linealidad, segmentación, verticalidad, denunciismo*”, entre otras (p. 21). Por el contrario la construcción comunitaria de sentidos tiene dos momentos privilegiados de interacción dinámica:

a) “En el aire” con el diálogo permanente entre conductores/as y los y las *oyentes-parlantes*, con la mediación activa de telefonistas que forman parte del equipo de producción.

b) En las convocatorias grupales con las asambleas en las que participan todas las personas que integran la radio. Estas no son reuniones meramente informativas, en ellas se debate y se toman decisiones de largo alcance. También las reuniones de trabajo por áreas, roles o programas y los cursos y talleres abiertos al barrio. Finalmente los retiros intensivos para los dirigentes de la red.

Finalmente:

Dijimos que para FM Reconquista “comunicar es hacer”. Su permanente búsqueda de articular modos populares de decir expresa la conciencia de que el lenguaje, lejos de ser neutro, “hace y deshace”. Su incidencia en el desarrollo local durante tantos años confirma una palabra que transforma, al relacionar subjetividades silenciadas, pero con necesidades objetivas compartidas. La puesta en palabras construidas en común se torna un disparador de iniciativas, la radio comunitaria entonces no sólo dice, también hace.
--

¹ Ceamse: Coordinación Ecológica Ambiental Sociedad del Estado fue creada en 1976, durante la última dictadura cívico militar en Argentina. La componen los gobiernos de la provincia y la ciudad autónoma de Buenos Aires. Utiliza el sistema de “rellenos sanitarios” enterrando los residuos.

² Interwp.cepal.org/sisgen/Consultaintegrada.asp?idIndicador=2182

³ El 29 de noviembre de 1976, a las 6, 30 hs. AM, militares del primer cuerpo de ejército ingresaron en la Parroquia Santísimo Redentor y el Colegio San Miguel. Detuvieron a los religiosos Ignacio Racedo Aragón, Bernardo Canal Feijóo (sobrino de su homónimo escritor), Daniel Hlatki y Clemente Pujade. Permanecieron diez días en la jefatura de la Policía Federal y luego fueron liberados, menos el padre Canal Feijóo que fue deportado a Francia. (Testimonio del padre Baqué en el libro *Buscando el Reino*, de Marta Diana, Planeta, p. 45.

⁴ El decreto 22285, en el artículo 28, define como “clandestinas” a las radios no autorizadas, estableciendo que debía procederse a su “*decomiso o incautación parcial o total*”. Fuente: www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm

⁵ En los meses previos a la inauguración de FM Reconquista ocurrieron dos levantamientos de la facción militar conocida como “carapintadas”, el 15 de abril de 1997 (Semana Santa) y el 1 de enero de 1998. Ambos conducidos por el Coronel Aldo Rico. Meses después del inicio de transmisiones sucedió el primer alzamiento del Coronel Mohamed Ali Seineldín, el 1 de diciembre de 1988. Fuente: Hugo Chumbita (1990). *Carapintadas*. Cap. II. Planeta. (Durante la cobertura periodística en el Batallón de Logística 10 de Villa Martelli resulta herida una integrante de la radio).

⁶ Robert McNamara fue ejecutivo de la empresa Ford, Secretario de Defensa de EE. UU entre 1961 y 1968, durante la guerra de Vietnam. Luego presidente del Banco Mundial. Fue un ferviente defensor del control poblacional en los países pobres. Así lo planteó en su discurso ante la Junta de Gobernadores del banco en Washington DC., el 30 de setiembre de 1968. Fuente: *El Trimestre Económico*. Vol. 36, N° 142 (2), abril-junio 1969, pp. 301-310. México: Fondo de Cultura Económica.

⁷ El 23 enero de 1989 el MTP tomó por la fuerza el Regimiento de infantería Mecanizado 3 “General Belgrano. Los combates con el Ejército y las fuerzas policiales se mantuvieron durante dos días. Hubo 25 guerrilleros, 11 militares y 2 policías muertos y 3 guerrilleros desaparecidos. La CIDH condenó en 1997 al Estado argentino por ejecuciones y torturas. Fuente: Página 12, El País, 23 de enero de 1999.

⁸ Luis Alberto Márquez, militante peronista, fue asesinado de dos balazos por policías el 20 de enero de 2001, en la esquina de Avenida 9 de julio y Sarmiento. Tenía 58 años y trabajaba como vendedor de seguros. Ese día en las inmediaciones de la Plaza de Mayo hubo 5 muertos, 227 heridos y 300 detenidos. Los sucesos que terminaron con la renuncia del Presidente De La Rúa dejaron un total de entre 36 y 39 muertos, centenares de heridos y 4.500 detenidos. Fuentes: www.lavaca.org/notas/20-de-diciembre-de-2001-la-batalla-que-nos-parió/ y www.cels.org.ar/19y20eljuicio/el-caso/

⁹ Amable Rosario es Coordinador Académico de Radio Nederland Training Centre-América Latina (RNTC-AL). Es un histórico capacitador de comunicadoras y comunicadores populares y autor de muchos textos utilizados en seminarios y talleres en todo el continente.

¹⁰ El término “Consenso de Washington” fue difundido por el economista británico John Williamson en 1989, referido a medidas económicas neoliberales pensadas para los países deudores, consensuadas por el FMI, el BM y la Reserva Federal, todas instituciones con sede en Washington. Fuente: Observatorio de Multinacionales en América Latina: www.omal.info/slip.php?article4820

¹¹ El presidente Carlos Menem dictó los decretos 1003 al 1005/89 y 2743 al 2746/90 por los cuales indultó a genocidas, responsables de la guerra de Malvinas, de alzamientos “carapintadas”, personas procesadas por delitos comunes y dirigentes guerrilleros. Fueron anulados por la Corte Suprema de Justicia de la Nación los que beneficiaban a autores de delitos considerados de lesa humanidad. Fuente Clarín, el País, 13-7-2007.

¹² De acuerdo al censo poblacional de 1991, el partido de General San Martín contaba con 406.809 habitantes. Al finalizar la década había disminuido levemente la población a 403.107. Los barrios que integran el Área Geográfica Reconquista y lo que genéricamente se conoce como José León Suárez sumaban 122.637 habitantes. Fuentes: www.indec.gov.ar/micro_sitios/webcenso/ y https://es.wikipedia.org/wiki/Partido_de_General_San_Martín

¹³ La ley 24065 estableció el marco regulatorio del sector eléctrico, entró en vigencia el 1-1-92. Las empresas concesionarias (Decreto 1507/92), tomaron posesión de la ex SEGBA el 10-9-92. Estas fueron: Electricité de France (EDF), estatal francesa, Empresa Nacional Hidroeléctrica de Ribagorzana S.A. (ENHER), ASTRA (Argentina), Societé D’Amangement Urbainenet Rural (SAUR), JP Morgan, Empresa Nacional de Electricidad S.A. (ENDESA), estatal española. La concesión fue por 95 años. Después de los primeros 15 años se licitan cada 10 años el 51 % de las acciones.

¹⁴ En 1993 se concreta la privatización de la estatal Obras Sanitarias de la Nación, mediante el decreto 1443/91. Las concesionarias, bajo el nombre de Aguas Argentinas, fueron: Compagnie Generales de Eaux S. A. (Grupo Suez), Aguas de Barcelona (Agbar), Banco Galicia, Sociedad del Plata (Grupo Soldati), Meller S. A. (Fábrica de alfombras ¡! ¿?), Anglian Wate (PLC). La concesión fue por 30 años, pero la empresa fue reestatizada en 2006. Fuente: Sistema Argentino de Información Jurídica: www.saij.gob.ar

¹⁵ El Jubileo o Año Santo es una tradición judeo-cristiana basada en el Antiguo Testamento (Levítico 25, 8) y en el Nuevo Testamento (Lucas, 4, 16-20). Los judíos lo celebraban cada 50 años, duraba un año “sabático”, durante el cual se perdonaban las deudas, se liberaba a los esclavos y se dejaban descansar las tierras de cultivo. El cristianismo lo considera año especial de reconciliación y solidaridad. El del año 2000, fin e inicio de milenio cristiano, fue convocado

por el Papa Juan Pablo II mediante la bula *Incarnationis Mysterium* del 29-11-98.

¹⁶ “La subordinación de los principales partidos políticos a los financistas dejó prácticamente sin alternativas a la población, que creyó ver en todos “los políticos” a sus enemigos... La larga recesión desde 1998 hasta 2001 fue derrumbando las economías regionales, a los pequeños productores, a los comerciantes, a los profesionales, además de a los desocupados. Florecieron los clubes de trueque, y las monedas provinciales devaluadas. El intento final de salvar a los bancos de una corrida bancaria mediante el “corralito”, llevó a un estado de extrema asfixia a la actividad económica, acrecentando el estado de angustia que afectaba a buena parte del país”. Dr. Ricardo ARONSKIND: Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) – Universidad de Buenos Aires (UBA). Fuente: www.unicen.edu.ar/content/las_causas_de_la_crisi_de_2001

¹⁷ En ese año el Secretario de Desarrollo Social de la Nación era Eduardo Amadeo. La presidenta del Consejo Nacional de la Mujer era Virginia Franganillo. El Secretario de Prevención y Asistencia de las Adicciones de la Provincia de Buenos Aires era el Doctor Alberto Yaría. Su directora distrital la Licenciada Susana Di Mauro. El Obispado de San Isidro estaba a cargo de Monseñor Jorge Casaretto y el de San Martín de Monseñor Agustín Radrizzani.

¹⁸ En 1995, con miras a las elecciones del 14 de mayo, el candidato a la reelección como intendente municipal de General San Martín, Antonio Libonati, encargó una medición de audiencia al consultor Julio Aurelio. Reconquista resultó ser la radio FM más escuchada en J: L. Suárez y segunda midiendo todo el distrito. Hay que considerar que la emisora en esa época no cubría todo el territorio del municipio. El propio intendente se lo comunicó a los directivos de la radio. En San Isidro el candidato a Intendente Carlos Hurst, realizó otra medición con sus propios equipos técnicos y Reconquista aparecía como la más escuchada en la localidad de Boulogne Sur Mer (área de influencia).

¹⁹ El gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Antonio Cafiero, en 1988, a través del decreto 4182, autorizó la conformación de Consejos de Escuela -instancia participativa en la toma de decisiones- que podían integrarse con directivos, docentes, padres, alumnos, no docentes, cooperadores escolares y organizaciones sociales, todos elegidos por el voto de sus pares.

²⁰ Marta Inés Minujín es una artista plástica que realiza obras de vanguardia. Sus *happenings* fueron experiencias artísticas que incluyeron provocación, participación e improvisación. Ricardo Carpani (1930-1997) fue un pintor argentino que orientó sus obras hacia temas sociales, las clases populares y la defensa de lo nacional. Junto con otros artistas fundó el movimiento “Espartaco”.

²¹ Clarín 3-1-89. Declaraciones del Secretario de Energía Roberto Echarte en www.youtube.com/watch?v=umXIW=GOxsE

²² En 1994, en México, al comienzo de la presidencia de Ernesto Zedillo, las reservas cayeron en 10.000 millones de dólares y se produjo una devaluación del 135 %. Los inversionistas huyeron hacia el sudeste asiático. En 1997, en Brasil, durante la presidencia de Fernando Cardozo, el déficit de cuenta corriente se situó entre el 3, 9 y 4, 9 %, las tasas de interés activas subieron del 20, 7 al 43, 4 % y se pasó al sistema de “flotación sucia” del dólar, con una devaluación del 9 % en 1997, afectando la balanza comercial argentina. Fuente: El País, 20-7 y 26-11-1997.

²³ El proyecto del COCODE en parte se inspiró en el proyecto RATELVE de Venezuela. En ambos trabajó la profesora Margarita Graziano de la UBA. Con diferencias se basaron en las Políticas de Comunicación llamadas “contenidistas” que incorporaron tres conceptos básicos (no excluyentes): Acceso, participación, servicio público. Fuentes: Ley 26.522, Historia, antecedentes, artículos. AFSCA, 2010. www.queeslapoliticacomunicacional.wordpress.com

²⁴ Por medio del decreto 1154 de abril de 1984, Alfonsín suspendió la aplicación del Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA), hasta que no se modificase la Ley de Radiodifusión. Esto significó, como efecto no deseado... que cualquier ciudadano argentino que deseaba hacer uso de alguna de las frecuencias del espectro radioeléctrico, tenía cerrado todo camino legal para ejercer su derecho a la comunicación. (Com, 2006).

²⁵ La resolución 125/2008 del Ministerio de Economía y Producción estableció retenciones móviles a las exportaciones agropecuarias. Esto desató un conflicto con la patronal del campo que duró 127 días e incluyó huelga de comercialización de granos, cortes de rutas, movilizaciones y desabastecimiento. La resolución fue enviada al Congreso por la Presidenta Cristina Fernández, aprobada en diputados y rechazada en Senadores con el voto de desempate “no positivo” del vicepresidente Julio Cobos. Fuente: Infobae 17-7-12.

²⁶ *Tengo seis honestos sirvientes (me enseñaron todo lo que sé); sus nombres son Qué y Por qué y Cuándo y Cómo y Dónde y Quién*. Rudyard Kipling, Just so Stories, 1902. El 14-4-1865 Lawrence Cobright envió un telegrama a la AP: “El Presidente fue baleado en un teatro esta noche y se cree que está mortalmente herido”. Ver también Quintiliano, *Institutio oratoria*, V, 10. Fuente: Profesora Moraima Guaripa. Universidad Central de Venezuela. ECS. Periodismo I. El relato noticioso. La noticia y sus elementos y otros.

²⁷ El Ente de Reparación Histórica del Conurbano Bonaerense se creó por ley nacional 24.073 el 8-4-1992 y provincial 11.247. Para 1995 llevaba invertidos en obra pública más de un millón y medio de pesos por día. Si bien se creó una comisión bicameral de seguimiento la mayoría de las obras se realizaron por contratación directa. Fuentes: María Erbetta, *La reconversión del estado provincial...* Revista Trabajo y Sociedad, N° 16, Vol. XV, 2011. y López Echagüe, *El Otro*, Norma, p. 194.

²⁸ Consultamos a las directoras de las dos escuelas primarias de Villa Hidalgo (Nrs. 65 y 31). Si bien no aportaron cifras estadísticas, ambas coincidieron en que los niños y las niñas provenientes de la “villa” que cursan en el jardín “La Colmenita”, tienen una excelente preparación que ha contribuido a disminuir de modo evidente el desgranamiento escolar en los primeros dos años.

Bibliografía

- Appella, G., Huarte, C, Vargas, T. (2012) *Análisis situacional desde la comunicación. Diseño del trabajo de campo*. Cuaderno de cátedra N° 6. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.
- Aristóteles (1998). *Metafísica*. Madrid: Gredos.
- Asociación Latinoamericana de Enseñanza Radiofónica (2009). *Manual 2. La noticia popular* (2° Ed.). Quito: Autores.
- Asociación Latinoamericana de Enseñanza Radiofónica (2009 b). *Manual 6. El lenguaje popular* (2° Ed.). Quito: Autores.
- Bajtín, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. México D. F.: Siglo XXI.
- Carballeda, A. J. M. (2002). *La intervención en lo social. Exclusión e integración en los nuevos escenarios sociales*. Buenos Aires: Paidós.

- Carballeda, A. J. M. (2008). *Los cuerpos fragmentados. La intervención en lo social en los escenarios de la exclusión y el desencanto*. Buenos Aires: Paidós.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cavarozzi, M. (1996). “Más allá de las transiciones a la democracia en América Latina” en *El capitalismo político tardío y su crisis en América Latina*. Rosario: Homo Sapiens.
- Clauso, R. (2007). *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Com, S. (2006). Alfonsinismo, contexto político y medios de comunicación. En Mastrini, G. (Ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y política de comunicación en la Argentina (1920- 2004) (2° Ed.)* (pp. 185-210). Buenos Aires: La Crujía.
- Consejo para la Consolidación de la Democracia (1988). *Radiodifusión: Proyecto y dictamen del Consejo para la Consolidación de la Democracia*. Buenos Aires: Eudeba.
- Ferrater Mora, J. (1979). *Diccionario de Filosofía* (Tomo II, pp. 1275-1276). Madrid: Alianza Editorial.
- Ford, A. (2001). *Navegaciones (2° reimpresión)*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Freire, A. (2015). *Argentina emprendedora*. Buenos Aires: Aguilar.
- García Leiva, M. T. (2002). *Radiodifusión, contradicción y control (1999-2001)*, versión reducida de tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (mimeo).
- García Linera, A. (2006). Democracia liberal versus democracia comunitaria. En Walsh, Catherine, Mignolo, W., García Linera, A., *Interculturalidad descolonización del Estado y del conocimiento*. Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Graziano, M. (2001). *Guía teórica: 1ª Parte*. Buenos Aires: Mimeo. Material de la materia Políticas y Planificación de la Comunicación, Cátedra del Profesor Guillermo Mastrini, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires.
- Gramsci, A. (1972). *Notas sobre Maquiavelo*. Buenos Aires: Ed. Nueva Visión.
- Guinsburg, L. (2004). El interés público. *Encrucijadas. Revista de la Universidad de Buenos Aires*, 9, p. 28.
- Henderson, B. D. (1973). *The Experience Curve-Reviewed. IV. The Growth Share Matrix of the Product Portfolio*. Boston: Boston Consulting Group.
- Jauretche, A. (1967). *El medio pelo en la sociedad argentina (Apuntes para una sociología nacional)*. (4° Ed.). Buenos Aires: A. Peña Lillo, editor.

- Kejval, L. (2009). *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares*. Buenos Aires: Prometeo.
- Lewin, K. (1947). *Field Theory in Social Science*. Nueva York: Harper.
- Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Martini, S. (2015). *La construcción de la agenda de los medios. Efecto agenda setting en los medios argentinos en el período 2003/2015*. En www.vocesenelfenix.com, N° 49, pp. 96-105.
- Massoni, S. (2006). La comunicación en los planes estratégicos urbanos: el imperialismo de lo simbólico y la mirada euclidiana sobre el mundo. *Estrategias*, Año II N° 3, FISEC, en: www.fisec-estrategias.com.ar
- Massoni, S. (2007). *Estrategias: Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens.
- Massoni, S. (2011). *Comunicación estratégica: Comunicación para la innovación*. Rosario: Homo Sapiens ediciones.
- Massoni, S. (2013, Enero 23). Comunicación y sociocultura. *Página 12*, p. 12.
- Mastrini, G.; Becerra, M. (2006). *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo.
- Mata, M. (1994), *Nociones para pensar la comunicación y la cultura Masiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Matus, C. (2007 a). *Teoría del juego social*. Remedios de Escalada (Argentina): Universidad Nacional de La Plata.
- Matus, C. (2007 b). *Método Altadir de Planificación Popular*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- McBride, S. y otros (1993). *Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. (2° Ed. Abreviada) (3° Reimpresión). México: Fondo de Cultura Económica.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The Agenda – Setting Functions of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.
- Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (2007). FM Reconquista, una experiencia de comunicación popular como herramienta de organización. En Ministerio de Desarrollo social de la Nación, *Procesos en construcción. Experiencias y reflexiones desde lo social* (pp. 85-95). Buenos Aires: UNLP.

- Neme, E. y Bermúdez, R. (2013). Espacios transdisciplinarios transitados por la Literatura. En Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (Comp.), *Estudios del Discurso en América Latina. Homenaje a Anamaría Harvey* (pp. 707-727). Bogotá: Comp.
- Organización de Estados Americanos. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (1993). *Directorio de Organismos de Cooperación Internacional Técnica y Financiera. Sección 5*. San José de Costa Rica: Autor.
- Peirce, C. S. (1931-1958) Volumen 2. En C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks (Eds.), *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Peirce, C. (1895). En el álgebra de la lógica: Una contribución a la filosofía de la notación. *American Journal of Mathematics*, 7, 180-190.
- Piaget, J. (1969). *Biología y conocimiento. Ensayo sobre las relaciones orgánicas y los procesos cognitivos*. Madrid: Siglo XX.
- Platón (1988). Teeteto. En *Diálogos V, 166d – 167a*, pp. 225-227. Madrid: Gredos.
- Prieto Castillo, D. (2004), *La comunicación en la educación* (2° Ed.). Buenos Aires: La Crujía.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (1990). *Desarrollo Humano. Informe 1990*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Raby, D. (2006). El liderazgo carismático en los movimientos populares y revolucionarios. *Cuadernos del Cendes*, 23 (62), 61-74.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rossi, D. (2005). La Radiodifusión entre 1990-1995: Exacerbación del modelo privado-comercial. En Mastrini, G. (Ed.). *Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en Argentina (1920-2004)* (pp. 235-255). Buenos Aires: La Crujía.
- Soriano, C. (2005). *¿Por qué fracasan la Pymes?* Disponible en <http://www.gestiopolis.com/por-que-fracasan-las-pymes/>
- Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales (2009). *El sentido de las técnicas en el diagnóstico dinámico desde la Comunicación*. Documento de cátedra. Sitio WEB de la Facultad de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata: <http://es.scribd.com/doc/16010361/El-Sentido-de-Las-Técnicas>
- Ulanovsky, C., Merkin, M., Panno, J. J., Tijman, G. (2009). *Días de radio II (1969-1995)* (2° Ed.). Buenos Aires: Emecé.
- Uranga, W. (2007). *Mirar desde la comunicación*. Disponible en http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/mira_2007.pdf

- Uranga, W. (2008). *Prospectiva estratégica desde la comunicación*. Mimeo. La Plata.
- Uranga, W. (2012). *Perspectiva comunicacional*. Sitio WEB del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales de la Facultad de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de La Plata:
<http://www.tallerdeprocesos.blogspot.com/p/materiales.html>.
- Van Dijk, T. (1980). Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso. *Semiosis*, 5, pp. 37-53.
- Varela, F. (1996). *Conocer*. Barcelona: Gedisa.
- Vargas, T. y Zapata, N. (2010). *Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*. Buenos Aires: San Pablo.
- Verón, E. (1985). El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En VV. AA, *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. (pp. 203-229). París: IREP.
- Verón, E. y Sigal, S. (1986). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Legasa.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Villamayor, C. (2007). La Dimensión Político Cultural en la sostenibilidad de las Radios Comunitarias. *Questión*, N° 15. Universidad Nacional de La Plata.
- Villamayor, C. y Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Buenos Aires: FES/AMARC.
- Vinelli, N. (2012). *Comunicación y televisión popular*. Buenos Aires: Cooperativa Gráfica El Río Suena.
- Voloshinov, V. (1992). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza.
- Warren, C. (1979). *Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia*. Barcelona: ATE.

ANEXO

Entrevistas realizadas durante la investigación:

Militantes y colaboradores de FM Reconquista

- *Margarita Palacio
- *Rafael González
- *Adolfo Iriarte
- *Elvira Peralta
- *Bruno Romero
- *Miguel Quintero
- *Alejandro Palomo
- *Carlos González
- *Fabián Sánchez
- *Adrián Almada
- *Gerardo Farías

Funcionarios públicos

- *Antonio Libonatti (Ex Intendente Municipal de General San Martín)
- *Carlos Brown (Diputado Nacional. Ex Intendente Municipal de General San Martín).
- *Ricardo Ivoskus (Ex Intendente Municipal de General San Martín).
- *Roberto Salar (Delegado Municipal de Villa Ballester. Ex concejal y Ex Secretario de Gobierno del Municipio de General San Martín).
- *Magdalena Terrero (Directora General de Economía Popular de la Municipalidad de General San Martín).
- *Eduardo Alonso (Secretario de Desarrollo Social de la Municipalidad de San Isidro).
- *Eduardo Amadeo (Diputado Nacional. Ex Secretario de Desarrollo Social. Ex Secretario de Drogadependencia y Lucha contra el Narcotráfico- SEDRONAR).
- *Virginia Franganillo (Ex Presidenta del Consejo Nacional de la Mujer).
- *Martín García (Ex Director Nacional de Radio y Televisión).
- *Luis Lázzaro (Ex Gerente General de la Agencia Oficial de Noticias TELAM. Ex Coordinador General de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual –AFSCA).

Anunciantes

- *Ingeniero Osvaldo Colimodeo (Ex Gerente de Edenor S. A. – Distrito San Martín).
- *Eduardo Cacciamani (Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Profesionales de José León Suárez - CACIP).
- *Alejandro Grimaldi (Tesorero de la CACIP).
- *Jorge Anadón (Comerciante de J. L. Suárez).
- *José Tallarico (Profesional de J. L. Suárez).

Instituciones Donantes

- *Mercedes Jones (Ex Directora de Avina- Bs. As. – Universidad de San Andrés).
- *Patricia Kistenmacher (Ex ejecutiva de Avina).
- *Magdalena Terrero (Presidenta de la Fundación Vivienda y Comunidad).

Dirigentes sociales locales

- *Luis Castanharo (Club Social, Cultural y Deportivo “Eugenio Necochea”).
- *Graciela Aramberri (Club Social y Deportivo “Suárez”).
- *Amalia Zalazar (Comedor infantil “El Pequeño Juan”).
- *Sofía Gorosito (Centro Preventivo Local de Adicciones).
- *Aldo Ganín (Sociedad de Fomento Honor y Patria).
- *Victor Pizarro (Comisión Pro Centro de Salud, Guardería y Escuela de Oficios “Eugenio Necochea”).
- *Honorina Palomo (Jardín Materno Infantil Comunitario “Santa Ana”).
- *Rosa Oliva (Asociación Cooperadora Escuela N° 31).
- *Esteban Pogonza (Centros Juveniles de José León Suárez).
- *Elena Álvarez (Sindicato de Amas de Casa de la República Argentina).

Religiosos

- *Monseñor Jorge Cassareto (Ex Obispo de San Isidro).
- *Monseñor Aníbal Filippini (Párroco de la Parroquia Santa María del Camino. Ex Director de Caritas. Diócesis de San Isidro).
- *Padre Raúl Gabrielli (Curas en Opción por los Pobres).
- *Hna. Lidia Wallas (Laica consagrada en Opción por los Pobres).
- *RP Jorge Peisotto (Orden de los Franciscanos Menores. Ex Párroco de la Parroquia Inmaculada Concepción de José León Suárez. Diócesis de San Martín).
- *Pastor Omar Llama (Iglesia Evangélica “Puerta del Cielo”).
- *Telmo Meirone (Congregación de los Hermanos de La Salle. Ex Director del Centro de Comunicación Educativa “La Crujía”).

Capacitadores y profesionales colaboradores voluntarios

- *Rafael Arrastía (Locutor Nacional ISER).
- *Marcelo Cena (Periodista).
- *María Isabel Gatti (Lic. En Ciencias de la Comunicación. UBA).
- *Rodolfo Livingston (Arquitecto).
- *Juan Peralta (Médico Psiquiatra).

Fuentes periodísticas consultadas

- *Semanario Huella (Municipios de General San Martín y Tres de Febrero).
- *Mensuario Noticias de la Zona Norte.
- *Claves para un mundo mejor (Canal 7).
- *Revista Ciudad Nueva (Versiones en español e italiano).
- *Revista Renaciendo (Publicaciones históricas en José León Suárez y Boulogne Sur Mer. Partidos de General San Martín y San Isidro).
- *Informativo FARCO.
- *Portal Net-One.



FM Reconquista en 1988. En una pieza de la casilla que habitaba la familia González (miembros fundadores de la radio) se encontraba el estudio y el equipo transmisor. La torre de transmisión originaria tenía una altura de 30 metros y portaba una antena omnidireccional. Sobre estos terrenos se construyeron planta, estudios y centro juvenil.



Año 2015. Plantel de FM Reconquista. Atrás la construcción que alberga el estudio de radio y la sala de operación técnica. A la izquierda parte del Centro de Capacitación y Juvenil, en el lugar donde antes se alzaba la vieja casilla de madera original.



Primer verano de FM Reconquista. Teresa Parodi cantó y grabó la señal de radio.



Universidad de San Martín. El rector convocó a FM Reconquista y a la Asociación “La Colmena” a entregar el diploma de Doctor *Honoris Causa* al Juez Baltasar Garzón.



Los ojos de Reconquista

EDICIONES



Los **OJOS** de Reconquista

EDICIONES





"Los Ojos de Reconquista" por Editorial Asociación de Mujeres La Colmena se encuentra bajo una Licencia Creative Commons. Usted es libre de: compartir, copiar, distribuir, ejecutar, comunicar públicamente la obra y hacer obras derivadas bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Compartir bajo la Misma Licencia — Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta.

Realizado por el Taller de Medios Audiovisuales del Grupo de Jóvenes de la Radio Comunitaria FM Reconquista, Asociación Civil de Mujeres La Colmena. Con la colaboración del Taller de Canto, Taller de Dibujo, Taller de Percusión y Taller de Guitarra del Grupo de Jóvenes de la Radio Comunitaria FM Reconquista, Asociación Civil de Mujeres La Colmena y equipo de coordinadores.

Profesor y coordinación fotográfica: Jorge G. Álvarez

Diseño de tapa e interiores: Constanza Zunino

2012, Editorial Asociación de Mujeres La Colmena.
Mitre 284 - José León Suárez, Buenos Aires, Argentina.
<http://www.fmreconquista.org.ar>
Queda hecho el depósito que previene la Ley 11.723.

Palacio, Margarita Maria Cristina
Los ojos de Reconquista. - 1a ed. - General San Martín : Asociación de Mujeres la Colmena, 2012.
E-Book.

ISBN 978-987-27822-1-4

1. Arte Fotográfico. I. Título
CDD 770

Fecha de catalogación: 08/02/2012

Prólogo

Desde sus comienzos, el ser humano quiso reproducir la imagen de lo que ve. Fue la copia de la imagen la primera escritura: el jeroglífico. La historia de la humanidad tiene lo testimonial reflejado en imagen y palabra. Desde las manos pintadas en las cavernas hasta las fotografías tomadas por el teléfono celular.

Pero no se trata de apuntar con la lente, sino de ver o agregar lo creativo. Y VIENE LA SUMA: OJO+LENTE+IMAGEN+CEREBRO=ARTE

Eso es lo que vas a encontrar en este libro de ARTE FOTOGRÁFICO.

La tristeza de una guitarra enjaulada escuchando la música de su compañera libre. Pero fue rescatada por el tañir libertario de los tambores y un mural enseña que el arte de la comunicación es colectivo. Como ésta, tú radio: RECONQUISTA.

Hugo Enrique Salerno

Poeta

La imagen es lo que queda

En un mundo donde nada permanece. Dónde lo efímero, lo volátil, la velocidad en que transcurre la escena de la vida, se vuelve moneda corriente. La imagen es lo que queda.

Este libro es el resultado del trabajo conjunto, durante varios meses, de jóvenes en su rol de alumnos del taller de fotografía y de su profesor Jorge G. Alvarez; por iniciativa del Centro Juvenil de La Radio Comunitaria FM Reconquista.

Lo fotografiado pudo haber sido capturas de un instante sobre múltiples temas. Sin embargo, se puso foco en todas las actividades que realiza este Centro Juvenil.

Talleres de percusión, Canto, Dibujo, Artística digital, guitarra, Cine debate y recreativo, programas de radio, festejos de cumpleaños colectivos y comunitarios, recitales, paseos y campamentos.

Por esto, este libro, esta muestra, se vuelve relevante porque testimonia el andar de todas las acciones que llevaron adelante estos jóvenes al correr de un año de intensas vivencias.

Las imágenes, que vemos en el libro, fueron hechas asimilando la idea de que la realidad no se agota en la fotografía. Tiene que ver con la percepción individual del fotógrafo al elegir el momento de “congelar la imagen”. Y le ofrece al lector una sinfonía interdependiente que suma todas las miradas del Grupo Juvenil en una armonía interesante que invita al recorrido de profundas experiencias vividas a lo largo del 2011.

Quizás también haya algo personal en eso, porque necesariamente implica ver imágenes de otros, conocerlas y hacerlas un poco propias.

Este proceso de apropiación es el que puede convertir el trabajo en obra, porque puede provocar en nosotros infinitos desarrollos. Y nos abre un abanico de disfrute sensorial, conceptual e histórico que alumbrará nuestros propios mundos.

Histórico, porque este producto cultural, artístico, es sin dudas, testigo calificado del pensar, sentir, soñar de un grupo de jóvenes de Villa Hidalgo, José León Suarez, Partido de General San Martín.

En cuanto a La Asociación La Colmena, madre de todas las iniciativas, no nos queda más que agradecer a estos jóvenes, a su profesor y a los coordinadores del Centro Juvenil de Radio FM Reconquista, esta maravillosa obra que es un regalo para nuestros ojos y nuestra alma y que nos muestra y crea una nueva realidad, un nuevo mundo, a través de sus fotos.

Margarita Palacio

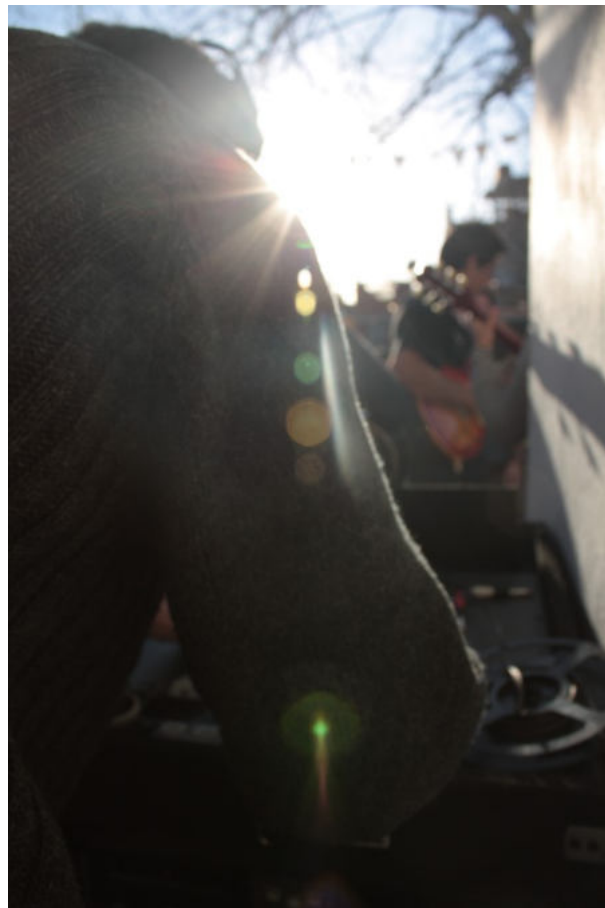
*Directora General de programas y proyectos
de La Asociación de Mujeres La Colmena*



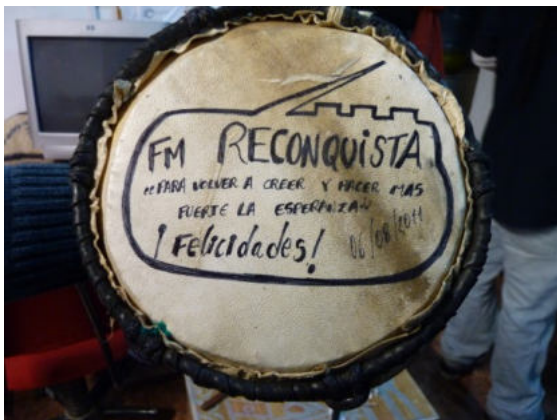
Los talleres de FM Reconquista.



Grabando! Taller de Sonido en el ensamble. Junio 2011.



Ensamble general, todos los talleres en actividad conjunta.



Visita y ensamble de percusión en Moreno. Fiesta por los 15 años del Colectivo Cultural “El Culebrón Timbal”. Agosto 2011.



Cine Goumont "Revolución. El cruce de los Andes". Actividad programada en torno al Taller de artes Audiovisuales.



Muralismo en el área “Rancho Joven” de la Asociación La Colmena.



Taller de Dibujo y Pintura.



Grabando para el proyecto discográfico del ensamble musical.



Sesiones del Taller de Guitarra.



Explorando perspectivas. Taller de Fotografía.



Atardecer en el río Luján. Salida recreativa al delta del Tigre. Julio 2011.



Ensamble completo. Canto, guitarra y percusión + sonido, video y fotografía.



Ojos.



Momentos previos a la presentación. Festival del día de la Radiodifusión. Agosto 2011.



Ojos II.



Percusión al aire libre, sesiones de bajo y piano detalle.



Terminando el mural en el área “Rancho Joven”.



Arte y comunicación. Cámara reflex - Antena de FM Reconquista.



Esperando. Guitarras de los Talleres de Arte de la Asociación La Colmena.



Sesiones de grabación del Taller de Guitarra para el proyecto discográfico de ensamble musical.



Sesiones de grabación del Taller de Percusión para el proyecto discográfico de ensamble musical.



Fogón. Retiro de trabajo institucional Asociación La Colmena. Centro Kairos de Pacheco. Septiembre 2011.



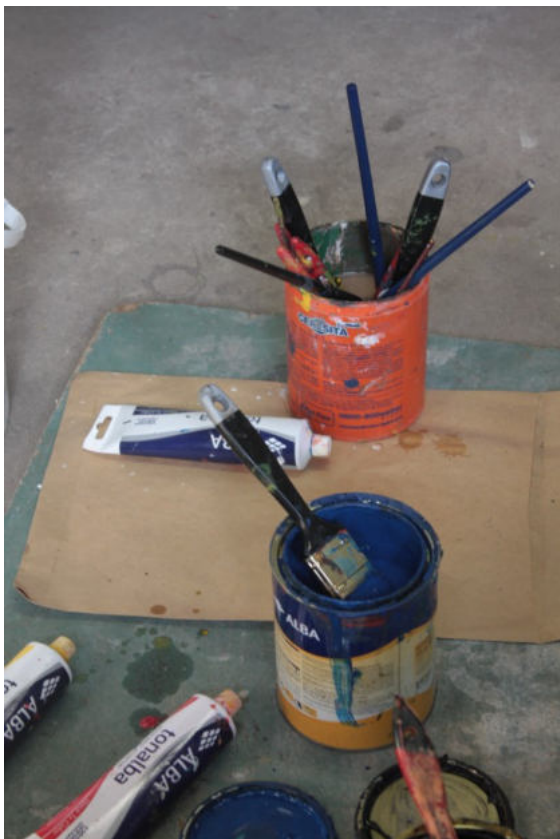
Bajo el sol. Cruce del FFCC Belgrano con el camino del Buen Ayre. Gral. San Martín, Bs.As., Argentina



El barrio Villa Hidalgo, José León Suárez, Gral. San Martín, Bs. As., Argentina.



Recreo sonoro. Salida al delta de Tigre. Julio 2011.



Pintura, video y percusión.



Viajando por el delta. Salida al delta de Tigre. Julio 2011.



Retiro de trabajo institucional Asociación La Colmena. Centro Kairos de Pacheco. Septiembre 2011.



Momentos de diversión.



Bajo el árbol.



Radio del Museo Radiofónico "Reconquista" y ensayos al aire libre.



El día a día en los talleres de FM Reconquista.



Arte visual en el ensamble.



Instantáneas del barrio Villa Hidalgo, José León Suárez, Gral. San Martín, Bs. As., Argentina.



Contrastes.



Sesiones de grabación del Taller de Canto para el proyecto discográfico de ensamble musical.



El Taller de Percusión en movimiento.



Cierre de los talleres 2011.



Sonido, ensayo y Festival del día de la Radiodifusión. Agosto 2011.



Volver a empezar. Muralismo en el área “Rancho Joven”.



Playa Bristol, Mar del Plata. Viaje recreativo de verano. Chapadmalal 2012.

