

2º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. Universidad Nacional Villa María, Villa María, Córdoba, 2020.

Comunicación alternativa y comunitaria en Chubut: La experiencia de Radio Sudaca Fm Comunitaria.

Salguero, Eugenia Cecilia y Salvatierra, Celina.

Cita:

Salguero, Eugenia Cecilia y Salvatierra, Celina (2020). *Comunicación alternativa y comunitaria en Chubut: La experiencia de Radio Sudaca Fm Comunitaria*. 2º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. Universidad Nacional Villa María, Villa María, Córdoba.

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/segundo.congreso.latinoamericano.de.comunicacion.de.la.unvm/131>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/enOb/Bgo>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Comunicación alternativa y comunitaria en Chubut: La experiencia de Radio Sudaca Fm Comunitaria.

Eje 6 | 1. Necesidades organizacionales y respuestas integradas de la comunicación.

Co-autoras: Salguero, Eugenia Cecilia (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco). Cod. Postal 9100. Trelew, Chubut. Contacto: ceciliasalguero11@gmail.com

Salvatierra, Celina (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco). Cod. Postal 9002. Comodoro Rivadavia, Chubut. Contacto: celinanlsalvatierra@gmail.com.

RESUMEN

En el marco de este trabajo analizamos la investigación realizada en Radio Sudaca Fm Comunitaria de la ciudad de Trelew, Chubut, desde sus momentos iniciales (2017) y hasta el primer año y medio de funcionamiento. En la radio comunitaria y alternativa confluyeron distintos actores de la sociedad civil organizada que son protagonistas de distintas luchas que atraviesan el territorio local y regional. Mediante un abordaje que tuvo aportes de la etnografía y de la comunicación organizacional se indagó en tres ejes que fueron ordenadores del análisis, considerando los objetivos fundacionales y su actualización, la estructura organizacional interna y los productos comunicacionales resultantes. Creemos que Radio Sudaca permite visibilizar otras miradas mediante una agenda mediática propia y con coberturas radiofónicas que la definieron en su consolidación. Precisamente, sus productos comunicacionales se constituyen como un elemento medular para amplificar múltiples voces y proponer otros mensajes de la alternatividad en el territorio patagónico.

Palabras clave: comunicación alternativa – radio comunitaria – productos comunicacionales.

Presentación

Orígenes y confluencia de actores sociales

A pesar de que Radio Sudaca, radio comunitaria de Trelew (Chubut-Patagonia central), tiene fecha fundacional en 2017, la idea de generar una radio de esas características se gestó desde antes, a partir del accionar de una asociación civil de carácter público y sin fines de lucro denominada “Palabra Abierta”, que fue integrando a su proyecto a distintos actores sociales a lo largo de distintas etapas.

Este proceso de gestación se remonta a 2011, cuando un taller sobre comunicación comunitaria reunió a referentes de la revista alternativa “Sudacas”, integrantes del programa *Protagonistas* de la FM *Pop*, además de docentes y trabajadorxs de medios de comunicación. Así se encontraron con Valeria Belozercovsky y Daniel Tornero, disertantes y referentes de FM *Alas* de El Bolsón (Río Negro) quienes contaron con el apoyo de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Sede Trelew).

A partir de ese momento, lxs actores mencionados comenzaron a articular el trabajo que venían realizando y motivaron la conformación del colectivo comunicacional “Palabra Abierta” (CCPA), que estuvo integrado por unas 10 personas. El CCPA tenía el propósito de visibilizar mediante acciones comunicativas las realidades de lxs vecinxs y organizaciones de la sociedad civil. Ejemplo de este accionar fueron las coberturas mediáticas de las actividades del movimiento antiminero de Chubut.

A partir de la apertura de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Sede Trelew), en el año 2014, algunxs estudiantes y docentes empezaron trabajar en conjunto al CCPA. Este vínculo entre el colectivo y la universidad derivó en la conformación de la Cátedra Abierta de Comunicación Comunitaria (CACC). El propósito de la cátedra fue contar las historias y experiencias de vida de lxs vecinxs teniendo una clara llegada a los barrios de Trelew. En consecuencia sus integrantes produjeron notas, micros radiales, spots y talleres junto a lxs jóvenes de los barrios. Estos productos comunicacionales luego se pusieron al aire a través

del programa *Protagonistas*, el cual contenía una agenda con temáticas que no se encontraban en otros medios de la ciudad. Dicho temario estaba compuesto por tópicos tales como: pueblos originarios, luchas socioambientales, diversidad y género, luchas obreras, estudiantiles, entre otros. Asimismo intervenían referentes de luchas en el territorio, como es el caso de Matías Valenzuela, integrante del pueblo mapuche y de la Cátedra Abierta de Pueblos Originarios de la universidad local; Belén Branchi y Pablo Lada de la Unión de Asambleas Ciudadanas por el “No a la Mina”.

Un último momento relevante para observar la multiplicidad de actores sociales (individuales y colectivos) que confluyeron en el proyecto comunicacional, fue un segundo taller de comunicación comunitaria que se realizó en el año 2016, en el mismo lugar y con lxs mismxs exponentes que el anterior. Allí se reunieron quienes venían trabajando juntxs y desde diferentes espacios, y otrxs nuevxs interesadxs que se sumaron porque se sintieron atraídxs por su dinámica y propósitos. Tal es el caso de la docente y comunicadora Belén Horizny, y del abogado Matías Crespo. Precisamente, el resultado de aquella jornada fue el fortalecimiento del trabajo que desarrollaban mancomunadamente los espacios colectivos mencionados, y la continuidad de actividades propuestas inicialmente por la cátedra, como los talleres de producción radial en los barrios Moreira III y Planta de Gas.

Otro gran logro del taller fue la constitución del grupo que finalmente llevó adelante Radio Sudaca. A partir de ese momento lxs diferentes sujetos comenzaron a pensarse como parte de un mismo colectivo y a coincidir en ideas políticas y valores, identificando la necesidad de generar un medio de comunicación comunitario en el que hubiese participación y expresión ciudadana.

Contexto social, político y comunicacional

Hasta el momento de redacción del trabajo la ciudad de Trelew, Chubut, contaba con 106.662 habitantes. A diferencia de Comodoro Rivadavia, ciudad más poblada de la provincia que basó su economía en la exploración petrolera, Trelew tuvo como eje principal la producción fabril, habiendo sido de manera previa un centro articulador de comercio de la colonia galesa entre los años 1884 y 1886.

La manufactura textil fue el rubro que más se destacó en lo que respecta a la economía local y que propició el surgimiento de los primeros movimientos de trabajadorxs, aunque a partir de 1985 comenzó su declive y la caída de la producción se aceleró durante la década del '90, dejando de ser el motor económico de la ciudad a principios de 2001. Por tal motivo, el comercio y el empleo estatal se constituyeron como las actividades económicas más importantes.

Dada la evidente caída del Parque Industrial por la falta de políticas públicas que alentaran su reactivación, se acrecentaron los conflictos laborales y obreros. Fábricas históricas, como el caso de Propulsora Patagónica o Sedamil S.A.C.I, redujeron bruscamente su personal, comunicaron la cesación de pagos y despidieron empleados.

Esta ciudad patagónica donde se conformó la emisora se caracterizó también por los altos índices de desempleo. En 2018, Trelew contaba con la mayor tasa de desocupación de la Argentina¹. Con un 12,5%, superaba las cifras registradas en aglomerados más grandes, como el Gran Buenos Aires y Córdoba. Sumado a esto, desde 2017, la situación provincial se agudizó por una crisis económica, social, política e institucional, que afectó negativamente a distintos sectores ampliando los márgenes de pobreza.

Con Mariano Arcioni a cargo de la gobernación, la situación de endeudamiento externo y déficit fiscal profundizó la deuda social que habían iniciado sus antecesores políticos, dado que el referente del partido "*Chubut somos todos*" decidió achicar el gasto público y el presupuesto para educación y salud. Estas políticas de ajuste, se alinearon con las implementadas desde el año 2015 por la gestión nacional de Mauricio Macri. Desde entonces y hasta el momento de escritura de este texto, continuaban los retrasos -de meses- en el pago (escalonado) de salarios estatales. Junto a lo anterior, continuó el desfinanciamiento del sistema público de salud, que se vio saturado por la emergencia sanitaria de 2020.

A partir de su momento fundacional, Radio Sudaca se hizo eco de los procesos de lucha de los diferentes actores sociales que vieron vulnerados sus derechos laborales,

¹ Según la medición registrada en junio de 2018 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) sobre el mercado de trabajo.

sociales y políticos durante los últimos años. No sólo abrió sus micrófonos a estos temas, sino que se solidarizó con lxs protagonistas damnificadxs de diversas formas: acercando alimentos a familias, brindando elementos para sostener las tomas en las fábricas, realizando radios abiertas para permitir la expresión de cada unx de lxs trabajadorxs en los sitios de conflicto, entre otras acciones.

Esta apertura a la comunidad contrastó con otras propuestas comunicacionales locales y provinciales. El sistema de medios en Trelew está compuesto por dos diarios en formato gráfico, diario *Jornada* y *El Chubut*, con sus respectivas cabeceras digitales; servicios locales y nacionales de televisión paga e Internet, como *Trelew Tv*, y aproximadamente cuarenta y siete radios de frecuencia modulada y dos de amplitud modulada: *Radio 3 Cadena Patagonia AM 780* y *L.U 20 Radio Chubut AM 580*².

En líneas generales y a partir de las entrevistas realizadas a referentes de estos medios mencionados, se evidenció que en su mayoría son gestionados de manera privada y comercial por grupos empresariales o empresas familiares.

Al tratarse de empresas periodísticas con fines de lucro, su objetivo principal es la obtención de ganancias a partir de la venta de publicidad y publicidad oficial, ofreciendo proyectos que conjugan producción informativa, periodística y de entretenimiento.

Los contenidos abordados desde estos medios están vinculados a sucesos locales, los cuales son narrados mediante un uso prioritario de fuentes oficiales (institucionales, políticas y empresariales) lo que contribuye a una visión bastante uniforme de los acontecimientos y escasa pluralidad de voces³.

En relación con este sistema de medios, la comunicación comunitaria se asocia a una práctica periodística más democrática y transformadora, dado que recupera valores como el del diálogo y el de la construcción colectiva con oyentes, generando participación en la producción de los contenidos.

² En nuestra investigación describimos detalladamente los proyectos comunicacionales mencionados, puntualizando aspectos de su estructura organizativa, posicionamientos editoriales y propósitos político-culturales, como también aspectos de su programación y agenda temática.

³ En la tesis (aún inédita) se puntualizan más aspectos de la cobertura de diferentes temáticas por parte de los medios privados de la ciudad.

Por estas acciones, Radio Sudaca marcó un antes y un después en la ciudad sumándose así a otras experiencias singulares de la comunicación comunitaria y alternativa en la región como FM *Alas 89.1* de El Bolsón (Río Negro), que cuenta con 33 años al aire, y la radio mapuche *Petu Mogueleñ* de El Maitén (Chubut).

Algunas referencias teórico-metodológicas

La investigación cualitativa denominada “Radio Sudaca Fm Comunitaria: una experiencia radial alternativa en Patagonia y sus transformaciones” propuso dar cuenta del proceso de conformación de la radio a partir de tres ejes claramente diferenciados.

Estos apuntaron a relevar la transformación de los objetivos fundacionales en la práctica cotidiana, a reconocer y hacer seguimiento de la estructura organizacional de la emisora y a documentar y analizar los productos comunicacionales resultantes, entendiéndolos como una propuesta política y de transformación del territorio y de la cultura en la región. El seguimiento a estos aspectos se efectuó a través de la técnica de observación participante, a lo que se sumaron categorías de análisis de comunicación organizacional y de la comunicación alternativa latinoamericana.

En este marco, se efectuaron cuatro entrevistas en profundidad iniciales (semi-estructuradas) a referentes del proyecto que colaboraron con la investigación. Esto se complementó con jornadas de trabajo en la radio y el registro de sus actividades durante todo el período abordado. En paralelo, se recopilaron documentos fundacionales, memorias y resoluciones de reuniones del colectivo Sudaca.

Por último, se analizaron detalles de la producción y las temáticas de los productos comunicacionales, considerando, además de la programación radial, otras manifestaciones tales como: notas editoriales disponibles en la página web (www.radiosudaca.org), coberturas radiofónicas, talleres de producción radial, charlas institucionales, cartelera interna, vías de comunicación virtuales, espacios formales e informales de trabajo, entre otras.

Los objetivos iniciales fueron aquellos representativos de las ideas, valores, misión de la radio y del imaginario que lxs integrantes construyeron sobre la sociedad y la comunicación. Siguiendo a Villamayor y Lamas (1998) estos objetivos son los que marcan en definitiva el perfil político-cultural de la práctica radiofónica.

Uranga (2016) piensa a la comunicación como un proceso de construcción de sentidos en el que intervienen diversos actores individuales o colectivos, participantes de un proceso que va generando modos comunes de entender y entenderse dentro de una determinada sociedad y cultura. También, siguiendo a Kaplún (2012), consideramos que la comunicación se trata de producción de vínculos y sentidos.

Definimos como estructura de la organización al sistema interrelacionado de roles y a la definición de funciones y responsabilidades (Schlemenson, 1988, p.40), y a los productos comunicacionales como objetos culturales en múltiples soportes, formatos y lenguajes, -pensados estratégica y colectivamente- a partir de los objetivos de la práctica radial y organizacional.

En este trabajo también haremos referencia al concepto de comunicación alternativa, y partiendo de Simpson Grimberg (1984) entendemos que la categoría que define la alternatividad resulta cambiante porque que asume nuevas dimensiones a partir de las prácticas políticas concretas en territorio. A la vez, conserva su carácter liberador y alternativo ante los poderes político, económico y cultural que proponen discursos homogeneizantes.

Por último, consideramos que la radio comunitaria es un hecho cultural y parte de un enfoque de comunicación sociocultural, siendo además “constructora de sentido sociopolítico capaz de generar comunidades culturales diversas y no sólo las marcadas por una geografía particular”, (Villamayor, 2007, p. 134).

Objetivos fundacionales de la radio comunitaria en Trelew

En términos cronológicos, la experiencia contó desde el inicio con objetivos formales, que estaban escritos en un acta fundacional de marzo de 2017. Como todo

objetivo, tenían un componente ideológico-político que reflejó la filosofía del colectivo. No obstante, de manera posterior también identificamos propósitos de la práctica, los cuales estuvieron más asociados a la realización de acciones comunicacionales y conjuntas.

Uno de esos objetivos que estaban escritos inicialmente en el documento mencionado, respondía a las vacancias reconocidas por distintos actores sociales en relación al acontecer social y cultural y proponía organizar “actividades sociales, culturales y educativas, en la necesidad de una inserción en la comunidad, sumando a esto el trabajo en red con otras asociaciones similares, adhiriendo además a Federaciones y Asociaciones del estamento nacional e internacional”⁴.

Luego, los objetivos de la práctica se reconocieron a partir de la indagación en las diferentes acciones y productos comunicacionales realizados por lxs integrantes, tales como las radios abiertas, líneas argumentativas en la programación y expresiones en redes sociales. Además, una segunda herramienta útil para dicho relevamiento fueron las entrevistas en profundidad, tal como veremos con el siguiente ejemplo:

El objetivo principal era tener un medio de comunicación capaz de representar a todas las voces con una diversidad de temáticas que tenían que ser conocidas. Además de eso, que la sociedad, el vecino o la vecina tenga la posibilidad de escuchar noticias que sean contadas en voces de lxs protagonistas locales. Es decir, que entiendan que está en ellxs la capacidad de generar información y contenido (Entrevista a una referente en 2018)⁵.

Los objetivos más representativos del proyecto apuntaron entonces a “reivindicar y difundir las luchas del campo popular, por el territorio y un ambiente libre de contaminación, diversidad y género, la niñez, la cultura contrahegemónica, la estudiantil” a través de una agenda mediática y acciones en el territorio. Asimismo, democratizar la palabra y la información “contrarrestando el poder de los medios locales a partir de una

⁴ Objetivos del acta fundacional de marzo de 2017.

⁵ Los textos completos de las entrevistas conforman uno de los anexos del trabajo aún inédito.

comunicación barrial y descentralizada”⁶. Es destacable que los objetivos iniciales no fueron meras formulaciones en el momento de fundación de la radio, sino que conservaban su vigencia al menos hasta el cierre de esta investigación, un año y medio después.

Resultó estratégico pensar a los productos comunicacionales como materiales que sirvieron para identificar propósitos y objetivos prácticos del colectivo. Un ejemplo en donde se pudo ver el ideario de la organización fue en la página web, en la pestaña institucional denominada “Quiénes Somos”. Pero también, pudimos pensarlos a partir de las demás acciones comunicativas, tales como: charlas en escuelas barriales de la ciudad donde se presentó la emisora, los spots publicitarios que elaboraron, radios abiertas, entre otras manifestaciones públicas colectivas.

Así damos cuenta de que en los primeros meses de la práctica los objetivos del colectivo se relacionaban a lo administrativo (tuvieron un acta como soporte, documento que ayudó a conseguir un lugar dónde funcionar y el equipamiento técnico) y a lo filosófico-organizacional para definir el perfil mediático de la emisora. Luego, estos objetivos se tradujeron en acciones y en hechos comunicacionales concretos: se conformó una nueva agenda a partir de apertura a distintos sectores y vecinxs de la comunidad.

Después de cumplido el año de funcionamiento observamos que surgieron otros propósitos relacionados a la gestión organizacional, que pusieron en evidencia factores de comunicación interna que antes no habían sido pensados colectivamente, tales como el fortalecimiento de los vínculos y la capacitación en diferentes temáticas de interés (pueblos originarios o diversidad y perspectiva de género). Estas acciones educativas y comunicacionales son necesidades de la práctica que también surgieron a partir de debates y del alejamiento de algunxs integrantes. A estas acciones se sumaron otras que representaron una instancia más concreta de la gestión organizacional, porque es allí donde se puso a prueba la capacidad de hacer del grupo. Para poder ordenarlas, las clasificamos en diferentes tipos: acciones comunicacionales, organizacionales, despliegue territorial y económicas.

⁶ Objetivos recabados del análisis de las entrevistas y del relevamiento de folletos y spots institucionales, redes sociales y página web.

Por lo expuesto, se identificó el imaginario inicial expresado en el acta fundacional como también los objetivos que surgieron de manera posterior y que se constituyeron como plan de acción concreto en materia de comunicación comunitaria y alternativa. Destacamos que los propósitos compartidos surgieron a raíz de múltiples debates que se dieron en el interior del colectivo durante el período estudiado.

Modos de integración y estructura de la radio

Comenzamos por reconocer la estructura y sumamos otras dimensiones organizacionales, tales como el modo de gobierno, condiciones laborales, identidad y cultura de la organización.

El colectivo definió un modo de gobierno horizontal y participativo que se puso de manifiesto con claridad en las reuniones quincenales organizativas a las que asistieron lxs integrantes de la radio. También logramos identificar posiciones y tareas que estaban formalizadas y explicitadas en los documentos que dieron sustento a la Asociación Civil, figura legal que dio mayor formalidad y que potenciaba el vínculo con el Estado. En ese contexto, hubo roles con jerarquía atribuida a través de cargos específicos. No obstante, lo que quedó expresado en esa ocasión no fue la estructura que prevaleció durante la práctica colectiva posterior ni la que sus integrantes deseaban establecer. Por el contrario, a medida que hubo mayor participación, las funciones en la radio se fueron asumiendo de manera espontánea y acorde a lo que cada integrante sintió que podía aportar al proyecto comunicacional. Junto a esto, la adjudicación de roles de producción radiofónica fue indispensable para cubrir tareas y poder estar “al aire”.

Con el correr de la práctica, se evidenció una necesidad interna del colectivo de reordenar las tareas asignadas y esto motivó la implementación de comisiones. Independientemente de ellas, la mayoría de lxs integrantes asumieron responsabilidades diversas en virtud de las necesidades y urgencias que se manifestaron cotidianamente. De allí que destacamos que los roles que prevalecieron no se ajustaron a tareas preestablecidas o inamovibles, sino que fueron y continuaron siendo flexibles y dinámicas.

En relación a los vínculos, tal como detallamos inicialmente, lxs integrantes se conocían desde antes de la conformación de Radio Sudaca porque coincidían en diferentes espacios de lucha colectiva. Esa afinidad política permitió que no fuese difícil llamarse “compañerxs”, siendo este el tipo de vínculo más significativo para lxs participantes al interior del medio de comunicación y de la organización.

En las reuniones quincenales, se trabajó generalmente un componente informativo relacionado a las acciones y decisiones que tomó cada comisión de trabajo (financiamiento, página web y programación). Pero incluso en estos encuentros se produjeron ajustes y negociaciones sobre ideas relacionadas al proyecto radial. Lo mismo ocurrió con los debates y diálogos en torno al perfil político-cultural de la radio. Precisamente, en lo que hace a su cultura compartida e identidad, el aprendizaje puesto en común resultó una instancia imprescindible para el autoconocimiento. También la tarea cotidiana compartida de manera presencial demandó equilibrio y cooperación entre los roles y funciones y a la vez, posibilitó el reconocimiento entre lxs integrantes, quienes construyeron sus propios modos de relación.

(...) no necesitamos de agentes externos para ser autosuficientes, sino que queremos tener la capacidad de aprender en colectivo gracias a que cada unx aporta sus saberes para que el resto aprenda y lo pueda hacer igual (Entrevista a una referente en 2018)⁷.

Así la puesta en común de saberes colaboró con la conformación de un perfil identitario y político específico. Ese perfil, comunitario y alternativo, se expresó mediante la planificación y puesta en marcha de una programación que tuvo coberturas radiofónicas, notas editoriales, enlatados y retransmisiones, programas de producción colectiva, talleres de producción radiofónica y charlas informativas y educativas en escuelas de la ciudad.

⁷Los textos completos de las entrevistas conforman uno de los anexos del trabajo aún inédito.

La propuesta comunicacional

La programación de la radio cuenta con programas y segmentos que se emiten tanto en formato diario (de lunes a viernes) como semanal (una vez por semana). Ambos tipos tienen una duración que oscila entre una y dos horas.

La producción diaria de lxs integrantes del colectivo “Saltando muros” puede oírse de 9 a 11; a la que se suma “Cuando el río suena” que comienza a las 18 y dura dos horas. Estos son los espacios que, en el período analizado, reflejaron mayor participación e intercambio con los diferentes públicos y se constituyeron como articuladores de objetivos concretos al sumar las voces de trabajadorxs, vecinxs, estudiantes, organizaciones sociales y sindicales, agrupaciones feministas, pueblos originarios, entre otros sectores.

La mayoría de los programas en vivo (un total de 11 en el lapso investigado) fueron producidos por miembrxs de Sudaca. Estas propuestas abordaron temáticas que caracterizaron la agenda del medio tales como “Diversitas – Universos Diversos” que trató la actualidad y las luchas del colectivo LGBTIQ+; “Puelche”, sobre la cultura y cosmovisión del pueblo mapuche o “El grito de la tierra”, propuesta socioambiental donde se refleja la lucha antiminera que caracteriza a la provincia de Chubut.

El contenido complementario fue “enlatado” y se conformó con programas de organizaciones sociales y colectivos de comunicación comunitaria, como también por retransmisiones de contenido de otras radios comunitarias de la región y del país. A la vez, hubo espacios de programación rentada que dio lugar al programa “Nada personal”, cuyo conductor abordó el deporte desde una perspectiva social y barrial.

Para pensar al lenguaje radial y sus transformaciones, identificamos el estilo inclusivo⁸ como parte de la propuesta del programa “Diversitas- Universos Diversos”, porque aborda la actualidad del colectivo LGBTIQ+. No obstante, fue transversal a la mayor parte del contenido de la programación y de otras radios comunitarias dado que responde a los valores, ideas políticas–ideológicas con las cuales lxs integrantes se sienten representadxs.

⁸ Siguiendo referencias de investigaciones del área de sociolingüística, identificamos que se trata de un estilo inclusivo, y no de un nuevo lenguaje.

La adhesión al estilo inclusivo representó una alternativa a los modos dominantes de hacer radio que, desde la palabra, dividen a las personas según sean varones o mujeres, excluyendo e invisibilizando a aquellas que no se sienten representadas con el binarismo de género. Por tal motivo, lxs integrantes de Sudaca promueven el uso de la “e” cotidianamente (en programas editoriales o temáticos y semanales) o utilizan términos como “la población” y “ciudadanía” para comunicar de manera más inclusiva, participativa y no discriminatoria ni sexista.

La música tiene un rol claro en la programación ya que expresa la visión de mundo del colectivo y contribuye a crear climas emocionales a partir de descripciones de lugares, acontecimientos sociales e históricos. Puntualmente la música alternativa y emergente es la que más se comparte con lxs oyentes porque contiene mensajes que están en línea con los valores de la organización y con los de lxs radioparticipantes.

Por mencionar un ejemplo, al inicio de “Saltando muros” la nota editorial siempre refiere a problemáticas sociales y es acompañada por una canción que ilustra el texto. Este último, también es un recurso que complementa los spots institucionales que sirven a su vez para situar a lxs oyentes y recordarles qué radio es la que están escuchando. Tal es el caso de aquellos spots en donde se expresan siglas, la frecuencia radial y donde se conjugan las voces de radioparticipantes.

Respecto a productos comunicacionales internos intragrupal, relevamos vías de comunicación digital (Google Drive y grupos de Whats App) y cartelera interna como pizarras, carteles y folletos que se encuentran en los espacios compartidos y que tienen como finalidad brindar información y suscitar aprendizajes relacionados a la identidad y la cultura compartida. Suman los encuentros en movilizaciones sociales, los que se concretan en el estudio de la radio, y los cumpleaños, asados, mateadas, entre otros que también se constituyen como espacios de puesta en común y de aprendizaje.

Consideraciones finales

Hasta aquí podemos señalar que los objetivos de la radio comunitaria y alternativa que se relacionaron con la ciudadanía fueron los que más se cumplieron. En virtud de ellos, el colectivo desarrolló acciones y generó productos comunicacionales acordes, que implicaron que la radio fuera itinerante mediante radios abiertas, cobertura de conflictos sociales, eventos culturales o talleres de producción radial. De esta manera los propósitos iniciales se reflejaron en la programación, a través de propuestas específicas que habilitaron otras voces como las de colectivas feministas, pueblos originarios, organizaciones sociales, entre otros actores sociales.

Con la práctica fueron surgiendo nuevos objetivos y acciones relacionadas. Consideramos que una revisión de los objetivos propuestos inicialmente y una reflexión acerca de la importancia que tienen las otras dimensiones del proyecto tales como la organizacional interna y económica, ayudaría aún más al fortalecimiento de la radio.

En el período estudiado se cristalizó también una estructura formal de roles y funciones, pero emergió otra informal y cotidiana que fue un tanto más caótica pero significativa para lxs integrantes ya que cada unx supo que podía elegir qué tarea cumplir según sus gustos y posibilidades. Esa estructura se institucionalizó mediante un nuevo ordenamiento del trabajo en comisiones (para el mantenimiento de la página web, financiamiento y programación), pero esto no modificó el carácter flexible y dinámico de los grupos internos ya que cada unx asumió varias tareas, independientemente de la comisión de la que fue parte, y se habilitaron aprendizajes para el reemplazo de funciones cada vez que hizo falta.

Los objetivos se tradujeron en acciones internas y productos comunicacionales integrales (internos y externos ya mencionados), elaborados a partir de la estructura existente. Estos productos y sus sentidos fueron propuestos como hechos culturales transformadores a partir de la participación de la comunidad. También, la estructura y sus características puntuales posibilitaron coberturas tales como: la “Cumbre Minera” que se desarrolló en Telsen, en la meseta chubutense, durante febrero de 2018; el 33° Encuentro

Nacional de Mujeres realizado en Trelew en el mes de octubre de 2018 y el conflicto de lxs trabajadorxs estatales (abril y julio del mismo año).

Radio Sudaca se autodefinió comunitaria habiendo logrado una comunicación desde los barrios y desde lxs vecinxs, pero también se llamó a sí misma alternativa porque su práctica apuntó a llenar la ausencia de otras voces distintas a las promovidas por los medios comerciales-privados de la ciudad de Trelew.

La radio aportó al ámbito de lo público una agenda temática diferenciadora, con intereses propios (acordes a sus objetivos). Sumó coberturas mediáticas relevantes a nivel local en momentos de álgida movilización social, producto de la crisis política y económica que se evidenció en el país y la provincia de Chubut durante el período estudiado. Un ejemplo lo constituye el conflicto que mantuvieron/mantienen lxs trabajadorxs estatales con el Gobierno provincial. Sin embargo, el tratamiento de la información desde la óptica de los sectores de trabajadorxs, los tiempos de cobertura, las fuentes utilizadas y el compromiso político explícito marcaron la diferencia. De esta forma, encontramos que pueden haber nuevos aportes a esta investigación a partir de un abordaje comparativo de agendas en relación con medios oficiales y tradicionales de Trelew, o haciendo hincapié en el tratamiento de temas específicos tales como los que tienen abordaje con perspectiva de género o los relacionados al cuidado ambiental, por ejemplo.

Por último, la situación de aislamiento a causa de la pandemia mundial de Covid-19 obligó a modificar las dinámicas organizacionales e impactó en la programación. De esta manera, el colectivo tuvo que explorar nuevos formatos y soportes digitales, como la creación de podcast, transmisiones y ciclos de charlas vía streaming y actualización de página web para dar continuidad a la labor comunicacional y seguir manteniendo el vínculo con sus públicos. En virtud de esta experiencia que aceleró los procesos de digitalización de la radio, quedó abierta la posibilidad de continuar explorando otras formas y productos radiofónicos, planificando esta acción en función de los recursos técnicos disponibles y la predisposición y voluntad de lxs integrantes del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Kaplún, G. (2012) “Lo emergente y resistente en la comunicación organizacional”. En Diálogos de la Comunicación N° 83. Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Uruguay.

Lamas, E. y Villamayor, C. (1998). Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. Quito: AMARC/FES.

Schlemenson, A (1991) “Análisis organizacional y empresa unipersonal. Crisis y conflicto en contextos turbulentos”. 1era Ed. (pp. 38 – 47). Buenos Aires: Editorial Paidós.

Simpson Grinberg, M. (1989) “Comunicación alternativa: Tendencias de la investigación en América Latina y Comunicación alternativa: Dimensiones, límites, posibilidades”. En Comunicación Alternativa y Cambio Social. México: Premia Editora.

Uranga, W. (2016) “Conocer, transformar, comunicar”. 1era. Ed. Patria Grande Ciudad Autónoma de Buenos Aires.