

TRABAJAR EN LOS MEDIOS AUTOGESTIVOS DE ARGENTINA: CONDICIONES Y POSIBILIDADES ENTRE 2019 Y 2024

WORKING IN ARGENTINA'S SELF-MANAGED MEDIA: CONDITIONS AND
POSSIBILITIES BETWEEN 2019 AND 2024

TRABALHANDO NA MÍDIA AUTOGERIDA DA ARGENTINA: CONDIÇÕES
E POSSIBILIDADES ENTRE 2019 E 2024

SILVANA CRISTINA IOVANNA CAISSON

■ Mestre em Política e Planejamento Social pela Universidade Nacional de Cuyo e doutorando em Ciências Sociais pela mesma universidade. Bolsista do CONICET, professor e membro da RAICCED.

■ *Magíster en Política y Planificación Social por la Universidad Nacional de Cuyo y doctoranda en Cs. Sociales en la misma casa de estudios. Becaria de CONICET, docente y miembro de la RAICCED.*

■ E-mail: silvanaiovanna@hotmail.com

BIANCA NADINA DE TONI

■ Licenciada e professora universitária em Comunicação Social pela Universidade Nacional de Córdoba (UNC), doutoranda em Ciências da Comunicação na mesma universidade. Bolsista do FONCYT e membro da RAICCED.

■ *Licenciada y Profesora Universitaria en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), doctoranda en Cs. de la Comunicación en la misma casa de estudios. Becaria de FONCYT y miembro de la (RAICCED).*

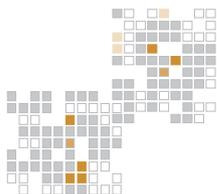
■ E-mail: bianca.de.toni@unc.edu.ar

FELIPE NAVARRO NICOLETTI

■ CONICET e membro da Rede Argentina de Investigadores em Comunicação e Cultura com enfoque em Direitos (RAICCED).

■ *Doctor en Comunicación por la Universidad de La Plata, becario postdoctoral CONICET y miembro de la Red Argentina de Investigadores e Investigadoras en Comunicación y Cultura con Enfoque de Derechos (RAICCED)*

■ E-mail: fnavarro.nicoletti@gmail.com



RESUMEN

Este artículo estudia las condiciones y posibilidades de trabajo en los medios autogestivos de Argentina entre los años 2019 y 2024, a partir de los casos en tres provincias. Para ello se caracteriza al sector, se relevan condiciones laborales y se describe la inserción de profesionales de la comunicación en ellos. Se evalúa que la existencia de políticas públicas destinadas al sector fomenta la creación de trabajo autogestionado aún en un contexto de concentración mediática. A partir de un estudio cualitativo, se da cuenta del crecimiento del trabajo profesional y los desafíos que los medios autogestivos enfrentan en términos laborales.

PALABRAS CLAVE: MEDIOS AUTOGESTIVOS; TRABAJO; POLÍTICAS PÚBLICAS; PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN.

ABSTRACT

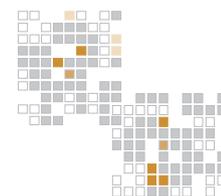
This article studies the conditions and possibilities of work in self-managed media in Argentina between 2019 and 2024, based on cases in three provinces. For this purpose, the sector is characterized, working conditions are surveyed and the insertion of communication professionals in them is described. It is evaluated that the existence of public policies aimed at the sector encourages the creation of self-managed work even in a context of media concentration. Based on a qualitative study, the growth of professional work and the challenges that self-managed media face in terms of labor are described.

KEY WORDS: SELF-MANAGED MEDIA; JOB; PUBLIC POLICIES; COMMUNICATION PROFESSIONALS; PUBLIC POLICIES.

RESUMO

Este artigo estuda as condições e possibilidades de trabalho na mídia autogerida na Argentina entre 2019 e 2024, com base em casos em três províncias. Para isso, o setor é caracterizado, as condições de trabalho são pesquisadas e a inserção dos profissionais de comunicação nelas é descrita. Avalia-se que a existência de políticas públicas voltadas para o setor incentiva a criação de trabalho autogerido, mesmo num contexto de concentração da mídia. Com base em um estudo qualitativo, descreve-se o crescimento do trabalho profissional e os desafios que a mídia autogerida enfrenta em termos de emprego.

PALAVRAS-CHAVE: MÍDIA AUTOGERENCIADA; TRABALHO; POLÍTICAS PÚBLICAS; PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO.



1. Introducción, planteo del problema y fundamentación

Los medios autogestivos se caracterizan por constituir espacios de participación social poniendo en agenda temas y perspectivas que no suelen tener lugar en los medios comerciales ni públicos. Se conforman como entidades sin fines de lucro y proponen una gestión colectiva y comunitaria. Su objetivo final es el ejercicio de derechos ciudadanos. Así, estas radios, televisoras y portales digitales se transforman en actores fundamentales para la diversidad en los sistemas mediáticos. Sin embargo, históricamente, las políticas de comunicación en Argentina promovieron el predominio del modelo mercantil y fomentaron una posición de desventaja para los medios no lucrativos (Becerra y Mastrini, 2017; Segura et al., 2017). Asimismo, enfrentan hoy el crecimiento de grandes plataformas transnacionales que ejercen un poder supranacional en la expresión pública y concentran flujo económico de las comunicaciones (Becerra y Waisbord, 2021).

De este modo, la diversidad y pluralidad infocomunicacional es un asunto de preocupación para el fortalecimiento de los sistemas democráticos. Con relación a esto, se organizan eventos sobre el tema como el Foro Mundial para el Desarrollo de los Medios en 2023, y publicaciones acerca del impacto de los marcos normativos y las políticas públicas para la sostenibilidad de los medios comunitarios de América Latina (OBSERVACOM, 2022). En esta línea, la UNESCO (2008) publicó indicadores de desarrollo mediático a fin de recomendar acciones tanto a los Estados como a la sociedad civil para la construcción sistemas infocomunicacionales más democráticos.

Este trabajo forma parte de tres investigaciones en curso, a partir de las cuales nos proponemos analizar las condiciones y posibilidades de trabajo en los medios de comunicación

autogestivos a partir del estudio de casos en las provincias de Córdoba, Mendoza y San Juan. Trabajamos a partir del siguiente interrogante, ¿Cuáles son las condiciones y posibilidades de trabajo en los medios autogestivos de Argentina entre 2019 y 2024?

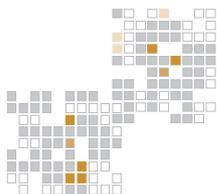
Para ello, nuestro objetivo general es, explicar las condiciones y posibilidades de trabajo en los medios autogestivos de las provincias de Córdoba, Mendoza y San Juan (Argentina) a partir de políticas públicas que los incluya y el sistema mediático, entre los años 2019 y 2024. Ternemos también los objetivos específicos: caracterizar el sector de medios autogestivos de Argentina y de las provincias de Córdoba, Mendoza y San Juan, con relación a las políticas públicas y el sistema mediático entre 2019 y 2024; relevar las condiciones laborales de las y los trabajadores de los medios autogestivos de las provincias indicadas entre los años 2019 y 2024; y describir las posibilidades de trabajo de las y los profesionales de la comunicación en los medios autogestivos de las provincias de Córdoba, Mendoza y San Juan en el período indicado.

Anticipación de sentido

En el presente trabajo anticipamos que un contexto de políticas públicas y de comunicación que tenga como destinatarios a los medios autogestivos, configura condiciones y abre posibilidades de trabajo rentado en ellos. Así, estos medios se volvieron una opción laboral para profesionales de la comunicación en los últimos tiempos. Sin embargo, frente a un contexto político adverso, su dimensión institucional y económica se ve afectada y esos puestos laborales en riesgo.

2. Abordaje teórico y metodológico

Nos proponemos abordar el problema desde tres conceptos centrales: políticas públicas, medios autogestivos y trabajo autogestionado. Siguiendo



los estudios de Oszlak y O'Donnell (1976), las políticas públicas son definidas como el resultado de las relaciones de poder que se establecen entre el Estado, el mercado y la sociedad civil, respecto a un tema o problema. Las disputas entre estos actores en un momento histórico y contexto determinados permiten comprender la acción (o inacción) del Estado y la transformación de un problema en una cuestión que pasa a formar parte de la agenda pública. Esta dinámica y las acciones de interpenetración (Op. cit.) entre las fuerzas de los actores, nos permite comprender la incidencia del sector de medios no lucrativos en las políticas comunicacionales de Argentina en los últimos quince años (Segura, 2018).

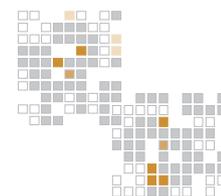
En el ámbito de la comunicación, las políticas públicas refieren al conjunto de decisiones y acciones de gobierno para promover, influir o incidir en sectores de radiodifusión, prensa, redes sociales y otros medios de comunicación. Loreti (2009) menciona que la perspectiva en políticas públicas debe incluir a los derechos humanos, ya que la regulación o no de los medios de comunicación responde directamente a la promoción de la diversidad y el pluralismo. Por ejemplo, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N. 26.522 de 2009 (en adelante Ley SCA) se posiciona como un hito dentro de un marco de políticas de comunicación puesto que considera a la comunicación como un derecho humano fundamental, impulsa mayor apertura de canales de expresión y participación para las comunidades y reconoce a los medios no lucrativos como sujetos de derecho a la comunicación pública (Mata, 2011).

Entre los medios no lucrativos, identificamos a los medios autogestivos de acuerdo con sus formas organizativas. Surgen a partir de las necesidades colectivas y bajo principios políticos orientados al ejercicio del derecho a la comunicación. Asimismo, institucionalizan sus proyectos bajo figuras jurídicas sin fines de

lucro como cooperativas, asociaciones civiles, fundaciones o mutuales (Vinelli, 2013). Sin embargo, Monje y Rivero (2018) advierten la necesidad de discernir en el sector sin fines de lucro aquellos proyectos cuyo funcionamiento se asemeja a una estructura capitalista y patronal, siendo un modelo comercial que ha encontrado formas “de simular su constitución como sin fin de lucro para tener menores costos laborales” (Segura, 2014, p. 76). En este sentido, afirmamos que la figura legal no necesariamente puede dar cuenta de un proyecto político-comunicacional y autogestivo, por lo que, siguiendo a Vinelli (2013), consideramos necesario analizar prácticas a fin de dar cuenta de la autogestión del trabajo.

Uno de los grandes desafíos de estos medios es la sostenibilidad, entendida como “la capacidad para superar -en diferentes dimensiones- los conflictos internos y las dificultades externas” (Segura et al., 2017, p.4). Para su análisis se ponen en consideración cuatro dimensiones que están intrínsecamente relacionadas: económica, social, producción e institucional (Op. cit.). En este artículo nos centraremos en dos: la económica, que atiende a sus modalidades de financiamiento y estrategias de obtención de recursos; y la institucional, que refiere a los modos de organización y trabajo. Consideramos trabajadores a todas aquellas personas que realizan tareas permanentes para la sostenibilidad del medio, reciban o no un aporte económico.

Con relación a ello y sobre trabajo autogestionado, recuperamos las raíces que este concepto engloba a partir de la propuesta política que promovieron experiencias de autoorganización entre obreros y campesinos de finales del siglo XVII y principios del XIX en Europa (Pedulla, 2017). A su vez, nos apoyamos en los aportes que realizó Antonio Gramsci (2009) para quien las organizaciones autogestivas llevan adelante procesos autónomos que tienen como característica la conformación



de un modelo económico basado en relaciones cooperativas, es decir, vínculos de trabajo sin patrones y la propiedad colectiva de los medios de producción. En este sentido, su objetivo central es el sustento colectivo. En términos políticos, afirmaba Gramsci (In: Ciolli, 2009) estos espacios promueven la formación y acción de los sujetos como partícipes activos de la producción y toma de decisiones a través de instancias asamblearias y democráticas.

Sin embargo, no todos los modelos de autoorganización para el trabajo llevan adelante un modelo autogestivo. En este punto, retomamos los estudios de Rodríguez y Ciolli (2011) quienes diferencian los conceptos de emprendedorismo y el de autogestión. Para el primero, afirman que son iniciativas que surgen de los modelos de empresarios capitalistas, son asumidas de manera individual y colaboran con la resolución de necesidades sin cuestionar el orden social establecido. Para el segundo, insisten en que sus propuestas rompen completamente con las relaciones sociales y el modelo de propiedad privada y acumulación capitalista y promueve la formación política liberadora entre sus miembros. Ahora bien, las autoras, advierten que es necesario contar con políticas de Estado que promuevan la autogestión aún en el sistema capitalista.

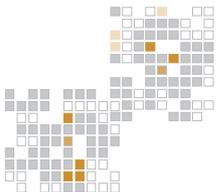
Metodología

A fin de alcanzar los objetivos del presente trabajo, realizamos un estudio cualitativo sobre la base de datos primarios y secundarios. Los datos fueron obtenidos a través de análisis documental, observación simple y observación participante. Los documentos son parte de los datos obtenidos de relevamientos generados para investigaciones previas y en curso de cada uno de los participantes

entre los años 2019 y 2024¹. En cuanto al recorte territorial, estudiamos tres provincias que componen dichas investigaciones a fin de caracterizar parte del sector de medios autogestivos de la Argentina y sus trabajadores. Tomamos así las provincias de Córdoba, perteneciente a la región Centro del país, y San Juan y Mendoza, de la región Cuyo. En ellas relevamos las emisoras (radios y televisoras) sin fines de lucro según lo establecido en el artículo 21 de la Ley SCA, y que se encontraban operativas al momento de realizar las investigaciones. Luego, identificamos aquellas cuyo modelo organizativo y laboral es de carácter autogestivo, según lo definido en el apartado anterior. Para el estudio de estos casos, además, tuvimos en cuenta las versiones online de estas emisoras y, en los casos que había, sus páginas webs donde replican las producciones periodísticas.

El período de estudio abarca los años 2019 a 2024. Esto nos permite analizar un escenario inicial de pandemia por Covid-19 con todas las dificultades de circulación y administración en diversos espacios socioculturales y políticos que esto conlleva; y establecer un trabajo que implique un estado de situación proveniente del gobierno anterior de Mauricio Macri (2016 – 2019), el mandato del gobierno de Alberto Fernández

1 Trabajamos sobre los datos relevados para las investigaciones tituladas “Trabajadoras/es de medios comunitarios, alternativos y populares de Córdoba: entre la mejora de sus condiciones laborales y la sostenibilidad de las emisoras” (Bilbao y De Toni, 2020); “Medios estratégicos para la democratización de la comunicación regional (2009 – 2024): Radio Nacional Bariloche (Río Negro)” (Navarro Nicoletti, en curso, en curso); “Las prácticas autogestivas de los medios audiovisuales comunitarios de Cuyo (2009 - 2023)” (Iovanna Caissón, en curso); y “Las estrategias de sostenibilidad de las radios, televisoras y medios digitales autogestivos de la provincia de Córdoba, antes, durante y después de la pandemia, el aislamiento y el distanciamiento social preventivo y obligatorio” (De Toni, en curso).



(2019 – 2023), con sus diferencias político-administrativas y un espacio de reflexión para el escenario actual del gobierno de La Libertad Avanza, presidida por Javier Milei, iniciado en diciembre de 2023.

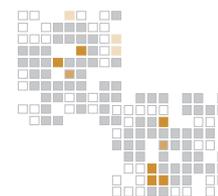
3. Contexto y problema

El sistema infocomunicacional de Argentina, al igual que otros países de América Latina, se caracteriza por la concentración de la propiedad de los medios, la falta de competencia en el mercado y la convergencia mediática, lo que afecta a los sistemas de producción y distribución informativa (Becerra y Mastrini, 2017). Particularmente en nuestro país, la Ley SCA, representó una oportunidad para poner límites a la concentración y reconocer nuevos actores en el campo. No obstante, las diferentes gestiones de gobierno fueron autorizando medidas que fortalecieron a grandes jugadores. Los decretos de necesidad y urgencia (DNU) números 13, 267 y 236 del gobierno de Mauricio Macri, por ejemplo, liberaron los límites a la propiedad y habilitaron la fusión de empresas de telecomunicaciones, por lo que cada vez más servicios son ofertados por menos empresas. Además, se aceleró la influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo de la tarea de las y los profesionales en el ecosistema mediático. De acuerdo a lo investigado por Retegui (2014), la práctica periodística en medios digitales trajo aparejado la transposición del contenido en diferentes soportes (audio, imágenes, video, texto), la aceleración del tiempo informativo y una “altísima rotación del ciclo productivo, difusión en ‘continuum’ e incertidumbre en los ingresos” (Op. cit., p. 25). La autora insiste en que, por las características de los bienes intangibles que las industrias culturales producen (simbólico y económico), el factor creatividad es fundamental para analizar este tipo de trabajos y apunta al modelo neoliberal como intensificador

de la flexibilización y la precarización laboral.

Durante la pandemia por Covid-19, se profundizaron esas condiciones de trabajo de prensa. En Argentina, el DNU 297/2020 promulgó el Aislamiento Preventivo y Obligatorio, exceptuando de esta condición a los servicios de comunicación audiovisual por considerarlos esenciales. Creció así el *home office*, teletrabajo y la figura de los periodistas colaboradores. Esto trajo como consecuencia mayor flexibilización y precarización laboral, ampliando desigualdades de género en los espacios de trabajo (Retegui, 2022). A su vez, si bien el gobierno nacional implementó medidas para evitar despidos (DNU 413/2020) y ofreció a las empresas el Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) para abonar sueldos, el sector privado de las comunicaciones incumplió con sus obligaciones e incluso despidieron parte del personal (Sindicato de Prensa de Buenos Aires, 2020).

En este contexto, los medios autogestivos se constituyeron como alternativa laboral y opción política para muchos profesionales de la comunicación (Op. cit.). Si bien algunos proyectos son preexistentes a la Ley SCA, su surgimiento y multiplicación se vincula estrechamente con las políticas públicas que los fomentaron (Segura et al., 2018). En este sentido, medidas como la implementación de los Fondos de Fomentos Concursables para Medios Audiovisuales sin Fines de Lucro (FOMECA) establecidos por la Ley SCA artículo 97, los subsidios SUMAR de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación, el programa Potenciar Trabajo del Ministerio de Desarrollo Social, el Programa Trabajo Autogestionado del Ministerio de Trabajo, la promoción de las pautas publicitarias provinciales y locales y la apertura de la pauta publicitaria nacional en febrero de 2020 (Resolución 4/2020 de Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación), generaron condiciones inéditas para



la apertura de puestos de trabajo rentado tanto para quienes participaban históricamente de estos medios como para quienes se acercaron en el último tiempo (Segura et al., 2021; Iovanna Caissón, Navarro Nicoletti y Estrella, 2022).

Al respecto, la Ley SCA planteó una serie de desafíos en términos legales, administrativos, contables y de infraestructura para alcanzar “las condiciones de funcionamiento aceptadas” (Vinelli, 2013). Uno de ellos es la creación y regulación del trabajo gestionado por sus propios trabajadores. Esto plantea desafíos vinculados a “evitar la precarización laboral en esos medios en particular y en el sistema mediático en general” (Segura, 2014, p. 76) y avanzar con la cooperativización y sindicalización de sus miembros. Si bien no existe un relevamiento que dé cuenta del total de estos trabajadores, acordamos con Zanelli y Mandakovik (2016) que es central que tanto los sectores de la sociedad civil, como el Estado y los sindicatos trabajen de conjunto para la organización y creación de acuerdos laborales colectivos, salarios dignos y perspectivas a futuro en estos medios.

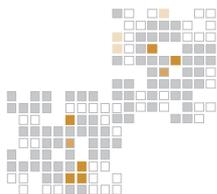
Actualmente, este crecimiento de los medios autogestivos de Argentina se encuentra amenazado. En diciembre de 2023 el gobierno de La Libertad Avanza, caracterizado como parte de la extrema derecha (Semán, 2023), adoptó medidas restrictivas en materia de comunicación que perjudicaron a todo el sector de las comunicaciones, pero más aún a los medios autogestivos. Por un lado, sancionó el decreto 89/2023 por el que suspende por el plazo de un año la pauta oficial, lo que impactó directamente en el financiamiento de todo el sistema de medios y provocó el congelamiento de salarios, mayor flexibilización y el inicio de una serie de despidos no registrada ni siquiera en el contexto de pandemia (Mundo Gremial, 2024). Por otro lado, desfinanció a los medios públicos, suspendió la actividad de la Agencia

Nacional de Noticias TELAM e intervino el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) y suspendió los proyectos FOMECA para medios sin fines de lucro. Respecto a los programas Potenciar Trabajo y Trabajo Autogestionado, el nuevo Ministerio de Capital Humano redujo las carteras presupuestarias y atacó específicamente estos programas (Ferrari, 2024).

4. Análisis de datos

Las provincias de Mendoza, San Juan y Córdoba presentan ciertas particularidades para el estudio de los medios autogestivos en la Argentina. Identificamos tres emisoras surgidas en la década de 1980, principalmente con la vuelta a la democracia. Durante la década de 1990, si bien el sector fue perseguido por el Estado, podemos encontrar 2 radios que nacieron en estas provincias pese al contexto de ilegalidad. Luego, a partir de la movilización social y política que derivó en la crisis sociopolítica y económica del año 2001 en Argentina, identificamos que se puso al aire una radio comunitaria. Más adelante, con el debate y posterior sanción de la Ley SCA, es decir, entre los años 2005 y 2009, surgieron 19 emisoras de radio y televisión. A su vez, en el período 2010-2016 emergieron 18 emisoras más. De este modo, identificamos y trabajamos sobre un total de 43 emisoras no lucrativas cuyo modelo organizacional denominamos autogestivo.

Respecto a su dimensión institucional, de los medios surgidos en Córdoba, 14 se conforman como asociaciones civiles, 8 como cooperativas de trabajo, 1 como mutual y 6 utilizan las personerías jurídicas de otras organizaciones para funcionar. A diferencia de ello, en las provincias de San Juan y San Luis, 13 emisoras son asociaciones civiles y una sola surge como cooperativa; sin embargo, observamos allí que, en los últimos años, 3 emisoras se constituyeron además como cooperativas. El avance hacia la cooperativización de estas emisoras constituye un movimiento



político y organizativo importante en nuestro país con relación al fortalecimiento del trabajo en el sector no lucrativo de la comunicación.

Con relación a ello, relevamos 418 personas que trabajan para la sostenibilidad de los medios autogestivos. De este total, 151 se encuentran en las zonas urbanas y 267 en las localidades periféricas, muchas de ellas consideradas zonas rurales.

El rango de edades de los trabajadores va de 18 a 80 años, siendo la principal franja etaria de los 30 a los 50 años. Respecto a géneros y cupo laboral, en al menos el 50% de los medios, casi la mitad de sus trabajadores son mujeres o personas pertenecientes al colectivo LGTBIQ+. Esta caracterización coincide con lo estudiado por Chaher (2023) a nivel nacional, quien afirma que, “este tipo de organizaciones muestra un compromiso mayor con la democratización de sus estructuras laborales” (p. 151).

Respecto a la dimensión económica, en cuanto a los fondos, éstos se gestionan a partir de publicidades privadas y pautas oficiales (municipales, provinciales y/o nacionales), proyectos como los FOMECA, los programas Potenciar Trabajo o el Trabajo Autogestionado y, en menor medida, suscriptores, club de socios o aportes de la comunidad. Con ello, 34 de las emisoras relevadas destinan fondos para aportes o retiros de algunos de sus trabajadores. Sólo el 30% de ellas logra hacer aportes a todos sus miembros, por lo que el pluriempleo es una característica de estos trabajadores.

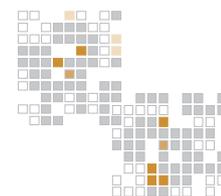
En cuanto a condiciones laborales, de acuerdo con los datos relevados, una gran parte de los trabajadores son monotributistas, es decir, abonan sus propias cargas sociales. Otro dato importante, es que los perfiles que más se remuneran son los vinculados a la operación técnica y producción de contenidos.

Respecto a profesionales de la comunicación, identificamos que en 35 de los medios estudiados se desempeñan trabajadores provenientes de

carreras terciarias o universitarias vinculadas a la comunicación, locución, audiovisual, diseño gráfico, diseño multimedia, cine, periodismo o fotografía. Esto, por ejemplo, en el caso de las provincias cuyanas representa casi el 25% de las personas que participan de esos medios. En Córdoba, en el 86,2% de los medios relevados se registraron profesionales provenientes de diversas carreras de nivel superior trabajando en estos espacios (AUTOR, 2020).

Sobre cuándo comenzaron a trabajar en estos medios los profesionales de la comunicación, si bien los años son variados, podemos identificar períodos vinculados a la sanción de la Ley SCA y la implementación de las políticas públicas descritas anteriormente. Por ejemplo, en Mendoza y San Juan, el 25,8% de los encuestados afirma haberse sumado a los proyectos entre los años 2009 y 2015, otro 25,8% entre los años 2016 y 2019 y un 22,6% después del año 2020, lo que se vincula con el desarrollo de estas emisoras y su posibilidad de oferta laboral.

En cuanto a qué roles ocupan y qué tareas realizan profesionales de la comunicación en los medios autogestivos, podemos decir que diversas y más de una, pero principalmente producción periodística, locución, conducción, operación técnica, redes sociales y diseño multimedia. Asimismo, muchos de estos trabajadores, por lo general mujeres, están a cargo de la gestión administrativa, legal y contable del medio. En el caso de las provincias de Mendoza y San Juan, los profesionales aseguran haber podido implementar los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación, aunque también reconocen estos medios como espacios de formación y autoaprendizaje sobre la gestión cotidiana de una emisora, la elaboración y rendición de proyectos, la búsqueda de financiamiento, el trabajo en grupo, el lugar de la comunicación popular y sobre el derecho a la comunicación y libertad de expresión. Por su parte, en Córdoba, trabajadores



de 14 emisoras dijeron tener experiencias previas en el campo de la comunicación, tanto en medios privado lucrativo como sin fin de lucro, mientras que en 5 emisoras sus trabajadores se iniciaron en el medio sin experiencia previa y fueron ampliando sus conocimientos a través de las capacitaciones que brindan sus espacios, las redes de medios que integran u organismos estatales como la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

5. Reflexiones finales

En el presente artículo abordamos las condiciones y posibilidades de trabajadores en los medios autogestivos de las provincias de Córdoba, San Juan y Mendoza de Argentina, entre los años 2019 y 2024. Como hemos visto, este tipo de medios se constituyen como espacios de formación y trabajo, posibilitando la inserción laboral de profesionales de la comunicación frente al avance de la precarización laboral en el sistema de medios, principalmente en los comerciales, y el vaciamiento de los medios públicos. Además, las emisoras comunitarias ofrecen un espacio de formación, tanto para quienes provienen del campo de la comunicación como para quienes no.

Los 418 trabajadores relevados se encuentran insertos en 43 emisoras que poseen características diversas en cuanto a los periodos políticos en los que surgieron, estructuras legales que adoptaron y las estrategias de sostenibilidad que llevan adelante. Aun así, todos estos medios comparten

ser proyectos políticos comunicacionales gestionados por sus propios trabajadores y con perspectivas de apertura democrática.

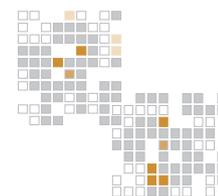
Ahora bien, la inserción de profesionales y el fortalecimiento de sus condiciones laborales se encuentran vinculadas a las políticas de comunicación que favorezcan al sector y promuevan su sostenibilidad, en especial económica. Así, con la sanción de la Ley SCA, pero principalmente durante la gestión de Unión por la Patria (2019-2023), se generaron condiciones inéditas para la consolidación de estos medios como espacios de trabajo. Por ejemplo, la resolución que posibilitó que todos los medios pudiesen acceder a la pauta oficial nacional constituye un momento diferencial en la historia de la disputa por políticas de comunicación para el sector autogestivo. No obstante, esto duró sólo tres años. A partir de las medidas restrictivas llevadas adelante por el gobierno de La Libertad Avanza (desde diciembre del año 2023) en materia de comunicaciones, se produjo un impacto negativo en el campo laboral de la comunicación y el periodismo, tanto en el sector público, comercial como autogestivo. Este escenario plantea grandes desafíos para estas emisoras, sus trabajadores y las comunidades en las que se insertan, puesto que su labor es, en estos contextos de avance de políticas de derecha, fundamental para construir un sistema infocomunicacional plural y democrático.

Referencias

BECERRA, Martín y MASTRINI, Guillermo. La concentración infocomunicacional en América Latina (2000 - 2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes - OBSERVACOM, 2017.

BECERRA, Martín y WAISBORD, Silvio. La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital. *Rev. Desarrollo Económico*, Vol. 60, No. 232, pp. 295-313, mayo 25, 2021. Disponible en: <<https://www.jstor.org/stable/27032773?seq=6>> Acceso en: 10 mar. 2024.

- AUTOR. Trabajadoras/es de medios comunitarios, alternativos y populares de Córdoba: entre la mejora de sus condiciones laborales y la sostenibilidad de las emisoras. 112 f. Tesis (Licenciatura en Comunicación Social) - Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 2020. Disponible en <<https://democratizarcomunicacion.fcc.unc.edu.ar/bianca-carla-tesis-sin-anexo/>> Acceso en: 20 en. 2024.
- CHACHER, Sandra. ¿Medios feministas? In: Villamayor, Claudia y Vinelli, Natalia, Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada. Buenos Aires: Mil Campanas, pp. 151-156, 2023.
- CIOLLI, Vanesa. La autogestión ayer y hoy. Una mirada desde el pensamiento de Antonio Gramsci. Selección de trabajos presentados en el primer encuentro internacional. La economía de los trabajadores: autogestión y distribución de la riqueza. Cooperativa Chilavert, 2009.
- FERRARI, Matías. Adiós al Potenciar Trabajo: el Gobierno profundiza la guerra contra los movimientos sociales. Página 12, Ciudad de Buenos Aires, 28 de febrero. 2024. Versión Online. Disponible en: <<https://www.pagina12.com.ar/716325-adios-al-potenciar-trabajo-el-gobierno-profundiza-la-guerra->> Acceso en: 13 mar. 2024.
- GRAMSCI, Antonio. Antología. Selección, traducción y notas de Manuel Sacristán. Buenos Aires: Siglo XXI, 2009.
- AUTOR. Políticas públicas y de comunicación para medios audiovisuales comunitarios en la Argentina (2020-2021): propuestas, transiciones y cambios. Revista Austral Comunicación, 11(1). Jun. 2022. Disponible en: <<https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1101.cai>> Acceso: 15 en. 2024.
- LORETI, Damián. Prólogo a la segunda edición en Mastrini, Guillermo. (Ed.). Mucho ruido, pocas leyes. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- MATA, María Cristina. Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos. Revista Oficios Terrestres, La Plata, v. 1, n. 26, pp. 1 - 22, ab, 2011. Disponible en: <<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>> Acceso: 12 en. 2024.
- MONJE, Daniela; RIVERO, Ezequiel. Televisión cooperativa y comunitaria: Diagnóstico, análisis y estrategias para el sector no lucrativo en el contexto convergente. Córdoba: Convergencia Cooperativa, 2018.
- MUNDO GREMIAL. SATSAID denuncia «prácticas antisindicales» en América TV tras el despido de 249 trabajadores del gremio. Mundo Gremial. Ciudad de Buenos Aires, mar. 2024. Disponible en: <<https://mundogremial.com/satsaiddenuncia-practicas-antisindicales-en-america-tv-tras-el-despido-de-249-trabajadores-del-gremio/>> Acceso el: 11 mar. 2024.
- OBSERVACOM. Entorno regulatorio y políticas públicas para la sostenibilidad de los medios comunitarios en América Latina. Montevideo, OBSERVACOM, 2022.
- OSZLAK, Oscar y O'DONELL, Guillermo. Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. Documento G.E. CLACSO/N.4. Buenos Aires: Centro de Estudios Estado y Sociedad (CEDES), 1976.
- PEDULLA, Lucas. La autogestión: las revistas culturales como emergente de una nueva praxis. En D. C. Badenes, Editar sin patrón. La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes. La Plata, Club Hem Editores, pp. 33 - 64, 2017.
- RETEGUI, Lorena. Trabajo creativo, TIC y mecanismos de control en los procesos laborales en las industrias culturales. Un estudio de caso en Argentina. Global Media Journal México, 11(22), 2014, pp. 20 - 42. Disponible en: <<https://rio.tamui.edu/gmj/vol11/iss22/3>> Acceso en: 30 en. 2024
- RETEGUI, Lorena. Atravesar la pandemia como periodista, sin ser del star system. Voces en el Fénix. Ciudad de Buenos Aires, jul. 2022. Disponible en: <<https://vocesenelfenix.economicas.uba.ar/atrasarla-pandemia-como-periodista-sin-ser-del-star-system/>> Acceso en: 5 feb. 2024.
- RODRÍGUEZ, María Clara; CIOLLI, Vanesa. Tensiones entre el emprendedorismo y la autogestión: el papel de las políticas públicas y en este recorrido. Revista ORG & DEMO, 2011, pp. 28 - 48. Disponible en: <<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/199992>> Acceso en: 6 feb. 2024.
- SEGURA, María Soledad. Derechos y sustentabilidad en medios no lucrativos. *Umbral / Crónicas de la utopía. Dossier: Economía social y autogestión*, pp. 76 - 77, 2014.
- SEGURA, María Soledad et al. Documento de trabajo. *Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas*. Dimensiones, categorías e indicadores. Equipo Pío Conicet. Mimeo, 2017.



SEGURA, María Soledad. *De la resistencia a la incidencia: Sociedad civil y derecho a la comunicación en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones UNGS Universidad Nacional de General Sarmiento, 2018.

SEGURA, María Soledad et al. *Alternativas. Condiciones y estrategias de las radios y canales sin fines de lucro desde la sanción de la Ley Audiovisual*. Santiago del Estero: EDUNSE Editorial Universitaria, 2021.

SEGURA, María Soledad, et al. La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(9), Editorial Universidad de Compostela, 2018, pp. 8 - 114. Disponible en: <doi:<http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.9.5530>> Acceso en: 7 feb. 2024.

SEMÁN, Pablo (Coord.). *Está entre nosotros. ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la derecha que no vimos venir?* Buenos Aires, Siglo XXI, 2023.

SINDICATO DE PRENSA DE BUENOS AIRES. *Regulaciones y acciones para el sustento del trabajo periodístico en la pandemia*. Investigación a cargo de Agustín Espada y Santiago Marino. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Edición Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba) y Fundación Rosa Luxemburgo, nov. 2020.

UNESCO (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático, Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. París, UNESCO, 2020. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_spa> Acceso en: 10 mar. 2024.

VINELLI, Natalia. De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamiento aceptadas. Las dificultades del encuadramiento de la alternividad dentro de la categoría sin fines de lucro. *Avatares de la comunicación y la cultura*, (6), 2017, pp. 1- 17. Disponible en: <<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/4809>> Acceso en: 10 en. 2024.

ZANELLI, Silvana; MANDAKOVIC, María Ana. Entre la búsqueda de sustentabilidad, salarios dignos y organización sindical. In: SEGURA, María Soledad, *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos: Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba: Editorial de la UNC, pp. 69-76, 2016.

Artigo recebido em 26/03/2024 e aceito em 12/09/2024.

