



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Godinez Galay, Francisco Juan

La artística institucional como espacio de expresión de la dimensión política en una radio comunitaria. El caso de FM La Tribu (2001-2009)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Godinez Galay, F. (2025). *La artística institucional como espacio de expresión de la dimensión política en una radio comunitaria. El caso de FM La Tribu (2001-2009). (Tesis de posgrado). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/5262>*

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

La artística institucional como espacio de expresión de la dimensión política en una radio comunitaria. El caso de FM La Tribu (2001-2009)

TESIS DE MAESTRÍA

Francisco Juan Godinez Galay

franupma@gmail.com

Resumen

La presente investigación analiza la artística institucional producida por la radio comunitaria La Tribu entre los años 2001 y 2009, en relación a la dimensión política de la emisora, de modo de identificar qué nivel de correspondencia existía en este caso entre aquello que la organización piensa del mundo y lo que logra enunciar en sus contenidos sonoros.

Así, se estudia en profundidad la forma de trabajo y gestión de una radio comunitaria en torno a cómo se corresponden su dimensión política, y su artística institucional como parte de su dimensión comunicacional. Y ello en relación al contexto económico, político y comunicacional.

Para esto, se caracteriza la dimensión política de La Tribu como organización, detallando la historia de la emisora, se definen los entornos general y específico en que se desenvuelve, para determinar contextualmente en qué cree, qué piensa y qué visión de mundo tiene La Tribu. Para ello se elaboran 14 marcos conceptuales y 16 causas de intervención que definen la dimensión política de la organización.

Luego se caracteriza el corpus sonoro empleado en la investigación: 317 piezas sonoras identificadas como artísticas institucionales del período 2001-2009. Se hace un primer abordaje que permite clasificar las piezas sonoras y extraer las temáticas que abordan. También se define el método de producción de estas piezas.

Finalmente, se hace el trabajo de análisis de correspondencias entre la dimensión política de La Tribu y la artística institucional para observar si hay coherencia entre lo que la emisora piensa y lo que logra emitir al aire. Allí se hace un especial énfasis en cómo esa artística institucional dialoga con los entornos y cuánto la organización logra verter allí de su pensamiento sobre la política, la economía y los medios.

La artística institucional como espacio de expresión de la dimensión política en una radio comunitaria.

El caso de FM La Tribu (2001-2009)

Trabajo final de Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión

Aspirante: Francisco Godinez Galay

Director. Santiago Marino

Codirectora: Inés Binder

Lugar de Realización: UNQ, Buenos Aires

octubre 2023

Agradecimientos

A Santiago Marino e Inés Binder por sus orientaciones para elaborar esta investigación. A mi papá por el aguante y fabricarme tiempo para escribir esto. A FM La Tribu y sus miembros históricos por brindarme todo lo necesario para entender esta historia.

Índice

Introducción.....	7
Capítulo 1. Marco teórico.....	11
1.1. Una mirada desde la economía política de la comunicación.....	11
1.1.1. La industria cultural.....	15
1.1.2. Las industrias culturales.....	16
1.1.3. La radio.....	20
1.2. La radio comunitaria en América Latina.....	23
1.2.1. Algunas características hacia una definición.....	28
1.2.2. Las dimensiones de la gestión y la sostenibilidad de la radio comunitaria.....	40
1.3. La artística institucional de la radio.....	45
Capítulo 2. Marco metodológico.....	52
2.1. Problema, objetivos y justificación.....	52
2.1.1. Problema.....	52
2.1.2. Preguntas y objetivos.....	54
2.1.3. Justificación.....	55
2.1.4. Motivaciones.....	57
2.2. Tipo de estudio y técnicas.....	58
2.2.1. Estudio de caso exploratorio.....	58
2.2.2. Justificación de elección del caso.....	60
2.2.3. Justificación del recorte temporal.....	64
2.2.4. Corpus y recorte.....	64
2.2.5. Entrevistas semiestructuradas.....	69
2.2.6. Técnicas de análisis.....	71

2.3. Fases de la investigación.....	73
2.4. Estado de la cuestión.....	74
Capítulo 3. La dimensión política de La Tribu.....	81
3.1. La Tribu.....	82
3.2. Entornos.....	89
3.2.1. Entorno general.....	90
3.2.2. Entorno específico.....	105
3.2.3. La Tribu y los entornos.....	108
3.3. Las dimensiones de la gestión y los elementos inasibles.....	110
3.3.1. Dimensión política de la gestión.....	112
3.3.2. Dimensión política de La Tribu propiamente dicha.....	115
3.3.4. Marcos conceptuales.....	121
3.3.5. Causas de intervención.....	149
3.3.6. Análisis de marcos.....	155
3.3.7. El rol de La Tribu.....	161
3.3.8. La organización y lo prefigurativo.....	162
Capítulo 4. La artística institucional en La Tribu.....	168
4.1. Dimensión comunicacional de la gestión de la radio comunitaria.....	169
4.2. Antecedentes del corpus sonoro:	
la artística institucional de La Tribu 1989-2000.....	171
4.3. La artística institucional de La Tribu 2001-2009.....	175
4.3.1. Sagas generales.....	176
4.3.2. Sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento.....	193
4.3.3. Informativas, declarativas y de opinión.....	200
4.3.4. Identificación de temas y referencias.....	205

4.4. El método de creación de la artística: el Modelo C-I-C.....	212
Capítulo 5. Intersección y correspondencias.....	226
5.1. Vinculaciones entre dimensiones de la gestión.....	227
5.1.1. Vinculaciones entre las dimensiones política y comunicacional.....	228
5.2. Relaciones entre la dimensión política de La Tribu y su artística	230
5.2.1. Niveles de análisis.....	232
5.3. Primer nivel de análisis: del corpus sonoro a los marcos conceptuales.....	233
5.4. Segundo nivel de análisis: las sagas y la dimensión política.....	236
5.4.1. Sagas generales.....	237
5.4.2. Sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento.....	242
5.5. Tercer nivel de análisis: de la dimensión política al corpus sonoro.....	246
5.5.1. Marcos conceptuales.....	247
5.5.2. Causas de intervención.....	286
5.6. Cuarto nivel de análisis: los entornos en la artística de La Tribu.....	312
Capítulo 6. Conclusiones.....	321
6.1. Dimensión política de La Tribu.....	322
6.2. La artística institucional de La Tribu (2001-2009).....	325
6.3. Correspondencia entre la artística institucional y la dimensión política en La Tribu (2001-2009).....	328
6.4. Hallazgos e ideas para futuras investigaciones.....	333
6.4.1. El valor de lo inasible.....	333
6.4.2. El valor de documentar la práctica de las radios comunitarias.....	334
6.4.3. La importancia de observar las relaciones entre dimensiones.....	334
6.4.4. Correspondencia entre la artística institucional y la dimensión política.....	335
6.4.5. El rol del feminismo.....	335

6.4.6. Los múltiples roles de la artística institucional.....	336
6.4.7. Piezas mixtas declarativas/de opinión.....	338
6.4.8. El Modelo C-I-C.....	339
6.4.9. Los distintos niveles de análisis.....	339
6.4.10. Ideas para futuras investigaciones.....	340
Bibliografía.....	342
Anexos.....	362
1. Documentos institucionales.....	362
2. Documentos internos de trabajo.....	363
3. Tabla de entrevistas.....	366
4. Corpus sonoro.....	367

Índice de tablas

Tabla 1: Evolución de la pobreza en AMBA.....	96
Tabla 2: El análisis de marcos, un modelo empírico.	124
Tabla 3: Marcos conceptuales de La Tribu.	156
Tabla 4: Causas de intervención de La Tribu.	159
Tabla 5: Temas identificados en el corpus sonoro.	207
Tabla 6: Referencias contextuales.	209
Tabla 7: Representaciones de los marcos conceptuales en el corpus sonoro.	
Primer nivel de análisis.....	234
Tabla 8: Análisis interpretativo de sagas y marcos conceptuales.....	243

Introducción

Estudiar las industrias culturales y más específicamente los medios de comunicación, implica estudiar no solo el mercado de la información, los aspectos comerciales de la producción, distribución y funcionamiento de empresas; o lo que en este escenario hacen los medios estatales, que funcionando con fondos públicos deben cumplir un rol social. Estudiar el escenario infocomunicacional implica atender también al tercer sector de la comunicación, el denominado ampliamente como comunitario.

Los medios comunitarios ofrecen una mirada diferente sobre la comunicación, y un importante rol en el escenario de los medios. Ofrecen una perspectiva diferente sobre la gestión, el trabajo, la producción de contenidos, incluso sobre las relaciones personales entre sus integrantes. Es fundamental estudiar este sector porque formando parte del escenario general de las industrias culturales, discuten algunos de sus postulados, los que el mercado intenta imponer como únicos posibles.

El sector comunitario de los medios de comunicación cree en la comunicación como un derecho antes que como una mercancía. Esto da lugar a una serie de diferencias respecto del ámbito comercial, porque se privilegia la función social por sobre el lucro, y eso sin duda afecta las formas de producción, las relaciones de trabajo, los modos de gestión del día a día. Por otra parte, se diferencian de los medios públicos, para quienes la comunicación también se entiende como un derecho, pero se gestiona de modo diferente. Los medios comunitarios tienen el desafío de la independencia, la autogestión, las dificultades de financiamiento, que muchas veces se traducen en fragilidad en la sostenibilidad económica, y por ende en la sostenibilidad integral de los proyectos. Esa posición y la forma de atravesar los problemas, también condicionan el accionar cotidiano de estos proyectos.

Los medios comunitarios son fundamentales para asegurar la salud de un sistema de medios que se quiera realmente democrático, porque allí están las comunidades gestionando sus propios medios de comunicación con sus miradas, sus voces, sus ideas, su fuerza de trabajo. La autonomía respecto del poder económico y del poder político los posiciona en un lugar de confianza e independencia relevantes a la hora de pensar que no da lo mismo que los medios comunitarios

existan o no. Y esto va más allá del rating y la cantidad de audiencia que estos medios tengan, concepciones que tienen que ver con una mirada mercantil sobre la comunicación y que se aleja de la experiencia y roles de este sector. Conocer estas experiencias y comprender su forma de trabajo, por lo tanto, es imprescindible para conocer integralmente a las llamadas industrias culturales, o el escenario de la cultura y la comunicación de una sociedad. La existencia y formas de trabajo de los medios comunitarios se hacen relevantes para la economía política de la comunicación por cuanto estudia las relaciones de poder en los medios de comunicación y los intereses políticos y económicos.

El de los medios comunitarios es un subsector variopinto, diverso, porque cada experiencia expresa una necesidad, es consecuencia de una comunidad con ciertos intereses, y están gestionados por organizaciones y grupos de personas de distinto tipo, en lugares diversos. Por todo esto, es relevante estudiar en profundidad los distintos casos, tanto para documentar el rico recorrido de este subsector, como para comprender algunas especificidades y trazar correspondencias y continuidades entre distintos casos, que permitan seguir definiendo y entendiendo al subsector como un conjunto dentro de las industrias culturales.

Por ello, en la presente investigación se eligió estudiar la forma de gestión de una radio comunitaria de la ciudad de Buenos Aires. No se trata de cualquier radio, sino de La Tribu, una experiencia señera en el ámbito de la radio comunitaria y alternativa argentina y latinoamericana, con más de treinta años de trayectoria ininterrumpida, y que además ha hecho un trabajo innovador desde lo político, desde lo estético y desde las formas de sostenibilidad, que ha influenciado a otras experiencias en la región.

El abordaje que se hace sobre el trabajo de La Tribu es específico: para aportar en el conocimiento de los mecanismos que las radios comunitarias tienen para gestionarse y sostenerse en el día a día, y conocer con mayor profundidad sus características, se eligió hacer eje en cómo se relacionan su dimensión política y su dimensión comunicacional. Es decir, conocer y comprender qué piensa La Tribu, qué ideas sostienen su existencia, con qué enfoques y cuáles son sus objetivos políticos y perfil ideológico, y averiguar si esa visión de mundo y esos valores, aparecen claramente en los contenidos producidos por la emisora para ser emanados por su antena. Así, se indaga si aquello para lo cual existe La Tribu, lo logra plasmar en sus contenidos, y en ese caso, cómo lo hace. Esto resulta relevante para constatar si los objetivos sociales, políticos, culturales que estas

experiencias defienden, logran ser parte de la programación radiofónica y entonces aportar a la diversidad y pluralismo de voces, temas y enfoques que un sistema de medios democrático reclama. Para ello se analiza la artística institucional, conjunto de piezas sonoras que funcionan como voz del colectivo. El período elegido es el de los años 2001-2009 y se buscan allí las correspondencias de este corpus sonoro con el pensamiento político de La Tribu.

Para esto, en el primer capítulo se define el marco teórico de la presente investigación, que parte desde la economía política de la comunicación y los estudios latinoamericanos sobre radio comunitaria, con aportes de otros marcos. Allí, se hace un recorrido que incluye definir qué es una radio comunitaria, cuáles son sus características, qué se entiende por dimensiones de la gestión y la sostenibilidad de la radio comunitaria, y qué es la artística institucional.

En el segundo capítulo se aborda el marco metodológico. Allí se presentan objetivo, problema, preguntas de investigación y justificación, como así las características generales de la investigación, que se trata de un estudio de caso exploratorio. Asimismo se definen algunas técnicas empleadas, se caracteriza al caso de estudio y se incluye un estado de la cuestión que recupera lo ya investigado en la materia específica y en abordajes relacionados.

El tercer capítulo caracteriza la dimensión política de La Tribu como organización. Para ello se detalla la historia de la emisora, se definen los entornos general y específico en que se desenvuelve, para determinar contextualmente en qué cree, qué piensa y qué visión de mundo tiene La Tribu. Para ello se elaboran 14 marcos conceptuales y 16 causas de intervención que definen la dimensión política de la organización.

El cuarto capítulo está dedicado a caracterizar el corpus sonoro empleado en la investigación: 317 piezas sonoras identificadas como artísticas institucionales del período 2001-2009. Se hace un primer abordaje que permite clasificar las piezas sonoras y extraer las temáticas que abordan. También se define el método de producción de estas piezas.

Finalmente, en el quinto capítulo se hace el trabajo de análisis de correspondencias entre la dimensión política de La Tribu elaborada en el capítulo 3 y la artística institucional descrita en el capítulo 4 para observar si hay coherencia entre lo que la emisora piensa y lo que logra emitir al aire. Allí se hace un especial énfasis en cómo esa artística institucional dialoga con los entornos y

cuánto la organización logra verter allí de su pensamiento sobre la política, la economía y los medios.

Entendiendo a la gestión del subsector de la radio comunitaria desde diferentes dimensiones como la económica, la política y la comunicacional, es menester observar la integralidad de estas dimensiones en el trabajo cotidiano, y por ende, entender cómo se relacionan, cuáles son sus correspondencias y sus desfases. En lo que concierne a esta investigación, concretamente si lo que piensa la organización, lo logra expresar en sus contenidos.

Desde aquí, el aporte de esta investigación es conocer un caso paradigmático como el de La Tribu desde este aspecto puntual para seguir conociendo en profundidad al subsector de la radio comunitaria en el contexto de las industrias culturales, contexto sobre el que además La Tribu discute e intenta incidir.

El marco general desde el cual se da esta propuesta, más allá de los estudios latinoamericanos sobre radio comunitaria, es el de la economía política de la comunicación, porque permite entender a los medios como organizaciones con intereses, que interactúan en los entornos económico, político y comunicacional que las influye y sobre los que también quieren incidir.

Estudiar la forma en que trabajan los medios sin relacionarlos con su contexto, y estudiar el escenario infocomunicacional sin valorar al subsector comunitario, es construir un conocimiento incompleto. Vaya la presente investigación como un aporte para seguir construyendo un conocimiento integral sobre lo que nos rodea en materia de comunicación y cultura.

Capítulo 1. Marco teórico

En el presente capítulo se detallan los marcos desde los cuales esta investigación se despliega. Por un lado, la economía política de la comunicación brinda la noción de que el desarrollo de los medios de comunicación está condicionado por el contexto económico y político. También se reconoce la utilidad de aportes desde la teoría crítica y la teoría de la dependencia. Y por otro lado, los estudios latinoamericanos sobre radio comunitaria brindan un marco específico y un anclaje fundamental para el presente abordaje.

Asimismo, se definen de mayor a menor algunos conceptos que resultan claves para situar los temas de esta investigación. Por eso esta tesis se posiciona a partir de ciertas perspectivas de lo que son las industrias culturales, la radio, la radio comunitaria y/o alternativa, las dimensiones de la gestión y la sostenibilidad de la radio comunitaria. También se señala qué se entiende por artística institucional.

1.1. Una mirada desde la economía política de la comunicación

La presente investigación parte desde la propuesta de la economía política de la comunicación (EPC), que estudia las relaciones entre lo económico y lo político y su influencia sobre la comunicación, sobre todo en cómo se estructuran y operan los sistemas de medios de comunicación. Parte del reconocimiento de que los medios de comunicación son “productos producidos por las industrias capitalistas” (Murdock, 1974, en Wasko, 2006) y a partir de allí los estudia críticamente. La estructura económica del escenario infocomunicacional, la conducta de los agentes intervinientes, la concentración, la convergencia, y los intereses comerciales, no se desvinculan de las razones, efectos e influencias políticas, por cuanto de lo que se habla, en definitiva, es de poder:

En sentido estricto, la economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que constituyen mutuamente la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación. Esta formulación tiene un cierto valor práctico porque llama la

atención sobre cómo opera el negocio de las comunicaciones. (Mosco, 2009a, p. 2)¹

Dentro de ese marco, es posible estudiar no solo lo que hace el gran mercado y los medios de comunicación con fines de lucro, sino también observar las resistencias que desde la sociedad civil se ejercen hacia los medios dominantes, incluso en indefectible convivencia dentro del mismo escenario y también denunciando los mecanismos de desigualdad. Este énfasis en la resistencia, marcado por Mosco (2009a) como posibilidad en los estudios desde la economía política de la comunicación, interesa particularmente porque permite observar experiencias alternativas de comunicación que denuncian el aspecto mercantil de las corporaciones mediáticas y reclaman su lugar en el escenario infocomunicacional como actor con características y necesidades diferentes:

El énfasis en la resistencia se generaliza cada vez más en la investigación de la economía política contemporánea, marcando un cambio desde el punto de vista centrado en el capital, las corporaciones dominantes y las élites, hacia alternativas que se basan en la investigación feminista y sobre el trabajo. Esto marca un cambio en la tendencia que ha sido un sello distintivo de la economía política desde el principio: centrarse en la concentración de los medios y en la erosión de la diversidad de contenido (Bagdikian, 1992; Green, 1973; Herman and Chomsky, 2002). (p. 113)²

Es decir que el estudio de los medios de comunicación incluye el estudio de experiencias que forman parte del mismo escenario pero que no comparten algunos de los postulados dominantes del mercado o que incluso los discuten y resisten, ofreciendo prácticas alternativas como opción: “es la

1 Traducción propia. Original: “In the narrow sense, political economy is the study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources, including communication resources. This formulation has a certain practical value because it calls attention to how the communication business operates.”

2 Traducción propia. Original: “The emphasis on resistance is increasingly generalized in research on the contemporary political economy, marking a shift in the central standpoint from a focus on capital, dominant corporations, and elites to alternatives that draw from feminist and labor research. This marks a departure from a trend that has been a hallmark of political economy from the start: focus on media concentration and on the erosion of content diversity (Bagdikian, 1992; Green, 1973; Herman and Chomsky, 2002)”

identificación de las contradicciones lo que permite que el análisis de la Economía Política proporcione estrategias para la intervención, la resistencia y el cambio” (Wasko, 2006, p. 98).

En este sentido, lo que sucede en el escenario infocomunicacional no se agota en lo que hace el mercado, ni se explica solo desde lo comercial, sino que también es menester observar lo que proponen voces que desde la sociedad civil se plantean en disidencia con las perspectivas hegemónicas impuestas por los grandes actores mediáticos y sus intereses. El diagnóstico de la economía política de la comunicación es compartido por experiencias que intentan prácticas alternativas como una solución a esos problemas y desigualdades identificados. Entre esas voces disidentes aparecerán experiencias diversas, más o menos originales, más o menos opuestas a los discursos establecidos, más alejadas o más cercanas al gran mercado, más o menos radicales. Hay poder dominante y resistencias. El marco que provee la EPC para estudiar el desarrollo de los medios es amplio e interdisciplinario:

Las amplias líneas de interés de los economistas políticos en la comunicación contemporáneos se pueden clasificar en los siguientes enfoques: las luchas de emancipación social, a través del papel del Estado como formulador de políticas públicas; la concentración de las industrias culturales y la oligopolización de mercados, basados en la relación entre los medios y el espacio público; la dinámica de valorización; y el rol, organización y desplazamiento del trabajo, cuestiones que, aunque poco trabajadas, están en el corazón de la interdisciplina. (Kalikoske, 2016, p. 338)³

El presente análisis se posiciona desde el interés sobre las experiencias de resistencia a los sistemas de poder mediático hegemónico (Mosco, 2009b), entendiendo un perfil de la EPC en el que “la economía política interroga, critica y provee alternativas a cómo el poder y la propiedad de los recursos de información y comunicación están distribuidos fomentando un cambio social para una ciudadanía democrática” (Shade, 2014, p. 224)⁴. Interesa indagar qué hacen algunas experiencias para proponer alternativas a lo que el poder hegemónico construye.

3 Traducción propia. Original: “As amplas vias de interesse dos economistas políticos da comunicação contemporâneos podem ser classificadas nas seguintes abordagens: as lutas de emancipação social, através do papel do Estado enquanto formulador de políticas públicas; a concentração das indústrias culturais e a oligopolização dos mercados, a partir da relação da mídia com o espaço público; as dinâmicas de valorização; e o papel, organização e deslocamentos do trabalho, questões que, embora pouco trabalhadas, encontram-se no âmago da própria interdisciplina”

Mosco (2008) destaca al activismo mediático como una tendencia importante de la economía política de la comunicación. Señala también (Mosco, 2009a) que en la economía política de la comunicación se ha tendido a hacer énfasis en las instituciones (mercado y gobierno), por lo cual propone atender a los procesos y relaciones sociales (Martínez-Fernández y Martínez-Nicolás, 2020). Al analizar las estructuras sociales como un elemento indispensable de los abordajes de la economía política de la comunicación (junto con la mercantilización y la espacialización), Mosco (2009a) tiene en cuenta el papel de los movimientos sociales y cómo desarrollan medios propios y formas alternativas de expresión con las que participar en la arena pública y ofrecer sus formas de ver el mundo.

Coincide Zallo (2011) al señalar que el pensamiento crítico que se busca “no puede ser independiente de un pensamiento integral anclado en los potenciales sujetos del cambio como son los movimientos de trabajadores, los movimientos sociales, nacionalitarios, alterglobalistas (Peter Waterman 2006) y de ciudadanía integral” (p. 155). La EPC estudia una realidad dominante en la cual los medios son corporaciones comerciales con intereses económicos y políticos. Los medios de comunicación comunitarios y alternativos tienen el mismo diagnóstico e impulsan alternativas basadas en la comunicación como un derecho. Por eso es pertinente abordar un estudio sobre radio comunitaria con el marco general de la economía política de la comunicación.

Respecto de abordar a la comunicación popular y alternativa desde la economía política de la comunicación, Sardinha Lopes (2012) estima que “[l]a EPC, al posibilitar un análisis esmerado de las intersecciones entre las comunicaciones, la cultura, la economía y la política, puede, de esta forma, desempeñar un importante papel analítico en la construcción de un nuevo mundo, popular y democrático” (p. 104) que es precisamente la apuesta que hacen centenas de experiencias de comunicación sin fines de lucro.

La economía política de la comunicación es el marco que permitirá abordar el caso de una radio comunitaria, sus formas de trabajo y gestión, su capacidad de sostenibilidad e incidencia, la puesta en juego de sus visiones de mundo, en el contexto de convivir en el escenario infocomunicacional y de las industrias culturales, y desde el reconocimiento del interés que lo económico y lo político tienen sobre el desarrollo de los medios, sus perspectivas, sus líneas editoriales, su sostenibilidad, sus formas de funcionamiento y producción y la capacidad o no de

4 Traducción propia. Original: “Political economy interrogates, critiques, and provides alternatives to how power and ownership of information and communication resources are allocated, encouraging dynamic social change for democratic citizenship.”

resistir las perspectivas dominantes. Pero con énfasis en la convicción de que “se torna urgente incorporar al programa de la EPCC un compromiso social que atienda el anhelo emancipador de los movimientos sociales” (Martínez-Fernández y Martínez-Nicolás, 2020, p. 1490). Una economía política de la comunicación capaz de conocer y comprender experiencias sin fines de lucro, comunitarias, alternativas y explicarlas en el marco del escenario infocomunicacional, deberá ser capaz de entender que hay un mercado que condiciona e influye, que intenta imponer reglas, que marca el entorno de desarrollo, y también que hay aspectos económicos y financieros en la cotidianidad de los medios comunitarios, pero que su devenir no siempre se ajusta a ser explicado mediante nociones como las de *negocio*, *consumo* o *ganancia*. Son objeto de estudio de la EPC justamente, porque existe allí una disputa que es política y económica.

La economía política de la comunicación estudia las industrias culturales. Esta categoría reconoce una tradición que se remonta a la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, cuyos intelectuales se interesaron por lo que denominaron *industria cultural*, concepto que se fue ampliando para poder abordar fenómenos disímiles y que hoy se refiere por su plural, el de *industrias culturales*.

1.1.1. La industria cultural

Los investigadores de la Escuela de Frankfurt se interesaron por estudiar lo que denominaron *industria cultural* y dieron el puntapié inicial que indicó que algo había cambiado con la producción masiva y en serie de cultura como mercancía. Con el término hacían referencia a una “maquinaria” (Adorno, 1967) económica montada en torno a la producción, distribución y comercialización de bienes culturales. Es que con el correr del siglo XX, la producción en serie de productos culturales y su explotación comercial lograron una escala inédita hasta el momento. El análisis de los teóricos de Frankfurt se concentra en denunciar la serialización, la mecanización de la producción cultural, la estandarización de la producción industrial de la cultura, la cuantificación, el beneficio económico como lógica orientadora, en un contexto de desarrollo del capitalismo y ascenso de autoritarismos, y con el objetivo último se propender hacia una emancipación humana (Briceño Linares, 2010). La industria cultural preocupa a los de Frankfurt por constituir un sistema tendiente a la uniformidad; por la mercantilización y cosificación de la cultura (Entel, Lenarduzzi y Gerzovich, 1999).

Para la Escuela de Frankfurt, la cultura se vuelve industria cuando la mercantilización de sus productos aparece como el objetivo primero, alertando de algún modo sobre el peligro de subsumir

bienes simbólicos únicamente a las reglas del mercado: “Los productos del espíritu en el estilo de la industria cultural ya no son *también* mercancías, sino que lo son integralmente” (Adorno, 1967, p. 2). Allí aparece inscripta, a su vez, una ilusión de democratización de la cultura, puesto que la industria ofrece una aparente libertad de elección a los individuos (Entel, Lenarduzzi y Gerzovich, 1999) pero en el marco de un menú limitado de bienes estandarizados, donde el que tiene más poder es el que es económicamente más fuerte (Entel, Lenarduzzi y Gerzovich, 1999).

1.1.2. Las industrias culturales

Pero a partir de los años 60, el concepto de industria cultural se empieza a ampliar hacia su plural: *industrias culturales* (Becerra y Rodríguez Miranda, 2019). Asimismo, comienza a integrar en su definición no solo la original mirada crítica que traía inscripto el concepto frankfurtiano, sino también una perspectiva que resulta útil para abordar el crecimiento de la producción en comunicación y cultura:

Desde entonces, y de forma creciente, la noción de industrias culturales se enunciará en plural y remite a la emergencia de un sector cada vez más importante en la estructuración de la economía (el sector de la información, de la comunicación y la cultura), a la configuración de un campo de saberes específicamente dedicados al tema, tanto a la connotación negativa focalizada en el proceso de producción masiva de la cultura, como también a una perspectiva positiva que subraya el potencial democratizador de la generalización de la cultura como bienes y servicios de amplio acceso. (Becerra y Rodríguez Miranda, 2019, p. 6)

Referirse al término en plural, *industrias culturales*, permite ampliar los horizontes analíticos y reconocer que cada industria cultural tiene sus características específicas. Mattelart y Piemme (1982) lo señalan por el absurdo: “Hoy, sabemos perfectamente que no se puede confundir el jazz con las series de televisión” (p. 65). Asimismo, no solo permite estudiar sectores en específico destacando sus diferencias, sino que permite reconocer la existencia del conflicto: no se está frente a una sola cosa; salir de la univocidad admite un fenómeno complejo. Los autores señalan que en las industrias culturales están presentes las relaciones de poder, que hay un centro y una periferia, y como tal, se habilita la presencia de experiencias menores en escala, en audiencia, en capacidad económica, o alternativas en lo temático, en los enfoques o en las formas de producción:

Las industrias culturales forman parte de un sistema, son un sistema y en el interior de él algunas ocupan el centro y otras la periferia (...) (C)iertos vectores y ciertas industrias culturales son hegemónicos, e imponen a los demás su legalidad propia. (Mattelart y Piemme, 1982, p. 75).

La clave aquí es saber que cada sector de estas industrias culturales tiene sus características, su desarrollo, sus formas de producción y distribución. Es insoslayable, a su vez, que existen experiencias sin fines de lucro, que aunque forman parte del mismo ecosistema, discuten con la concepción mercantil preponderante de la comunicación y la cultura para ofrecer una mirada que las revaloriza como derecho. Interesa realizar un acercamiento a ese campo para comprenderlo.

Las industrias culturales se convierten así en el objeto de estudio de la economía política de la comunicación (EPC), que se preocupa por analizar las relaciones e influencias de la economía y la política sobre el campo de la comunicación y la cultura, reconociendo que el poder y la riqueza influyen a los medios de comunicación y el sistema de entretenimiento (Mosco, 2006) que a su vez son claves en la reproducción ideológica en el contexto del capitalismo (Garnham, 1997).

Las industrias culturales pueden definirse como:

Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social. (Zallo, 1988, p. 26)

La caracterización de las industrias culturales será útil como punto de partida para abordar el presente objeto de estudio, y a su vez, para someterla a escrutinio del mismo caso de estudio, por cuanto es posible que algunos de sus elementos como los de mercado, consumo, capital, no alcancen para definir lo que es y lo que hace una radio comunitaria, a pesar de compartir el mismo escenario con los medios comerciales. Si la comunicación y la cultura se han convertido en industria de mercancías, hay experiencias que ofrecen una alternativa a esta forma de entenderlas conviviendo en el mismo espectro radioeléctrico. Siguiendo a Mosco (2009a), en la economía política de la comunicación no debe reducirse el análisis a un esencialismo:

Esta perspectiva significa que la realidad está establecida o constituida por muchas fuentes y no puede reducirse al esencialismo económico (por ejemplo, que solo el dinero impulsa a los medios de comunicación) o cultural (por ejemplo, que los valores de las personas impulsan los medios de comunicación). El enfoque también trae al primer plano los conceptos de cambio social, procesos sociales y relaciones sociales, aunque esto signifique reevaluar el énfasis que la economía política ha tradicionalmente colocado en instituciones sociales, como las empresas de medios (p. 1)⁵

En ese sentido, las caracterizaciones de las industrias culturales ubicarán el presente estudio al mismo tiempo que funcionarán como insumo tanto para las entrevistas como para el análisis del corpus para indagar también si esas definiciones alcanzan a una radio comunitaria para definirse en sí misma y en relación al escenario de los medios de comunicación.

Siguiendo el razonamiento de Zallo (1988), la serialización no es la característica que agota la definición de industrias culturales ni es “un criterio definitorio de toda producción cultural” (p. 26). En este punto, las industrias culturales se definen por que exista “alguna clase de acceso social sobre la vía de la reproducción material (edición), la recepción múltiple (emisiones), la recepción individualizada (acceso a stocks informáticos), o la comunicación a un colectivo (videoproducción y publicidad a pedido [...])” (p. 26).

Ahora bien, acordando con Martín-Barbero (2008) para quien “no se puede reducir la industria al mercado” (p. 10), se comprende que dentro de las industrias culturales existan experiencias que no tienen al lucro como principal objetivo y que son capaces, incluso, de discutir y oponer resistencia a las nociones que intentan plantear como universales las reglas que impone el mercado (incluso el concepto mismo de industria).

En este sentido, la industria cultural necesita ser pensada de nuevo, particularmente en América Latina, donde empieza a haber una industria de los independientes en música, en teatro y en cine. Esta nueva industria cultural no

5 Traducción propia. Original: “...this perspective means that reality is established or constituted by many sources and cannot be reduced to the essentialism of either economics (e.g. money alone drives the media) or culture (e.g. people’s values drive the media). The approach also brings to the forefront the concepts of social change, social processes, and social relations, even if that means re-evaluating the emphasis that political economy has traditionally placed on social institutions, like media businesses”.

puede decirse que sea un mero producto del mercado, aunque tiene que ver con él, porque no lo es; tiene muchas y fuertes contradicciones con el mercado (Martín-Barbero, 2008, p. 10).

Por su parte, Yúdice (2002) también reconoce la importancia de las experiencias de menor escala o de base social y cultural, y la necesidad de atenderlas en el marco de las industrias culturales, que no solo se constituyen de conglomerados.

Los productos de estas industrias parten de prototipos, se reproducen de forma masiva, requieren relaciones laborales especiales, tienen una alta renovación y su carácter estandarizado convive con el valor de la creatividad para producirlos (Bustamante, 2009). Además, “la oferta es previa y puede crear la demanda” (Becerra y Mastrini, 2017, p. 27). El trabajo en torno a los productos también es clave, puesto que hay procesos, especialización, búsqueda de niveles de calidad, mejoramiento posibilitado por desarrollos tecnológicos. Asimismo, se trata de bienes diferentes al resto de los bienes industriales, tanto por su forma de ser producidos como por su papel simbólico en la sociedad (Zallo, 1988). Además en ellos interviene el ejercicio de derechos: “la producción de las industrias culturales es una incesante elaboración de símbolos, saberes, ideas, identidades” (Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación, 2010, p. 11).

Del concepto de *industria cultural* de los intelectuales de Frankfurt sirve tomar la denuncia de los rasgos estandarizantes del capitalismo sobre la cultura, y que -en palabras de Zallo (1988)- constituye un buen punto de partida. El concepto de *industrias culturales* en plural permite abordar de forma más profunda cada campo. Estas industrias culturales, entonces, están conformadas por diversos sectores como las editoriales, los medios gráficos periódicos, la música, el cine, la radio y la televisión (Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación, 2010). Becerra y Mastrini (2005) las señalan como “prensa, libros, televisión abierta y de pago, radio y fonogramas” (p. 11). Ahora bien, se hará hincapié en algunas específicas que pueden ser agrupadas por lo que se conoce como medios masivos de comunicación (Becerra, 2015, p. 12). Estos son la prensa, la televisión y la radio. Dentro de ellos, se abordará la radio y más específicamente el subsector de la radio comunitaria.

Es importante señalar, por otra parte, que es posible que en el uso de alguna literatura o expresión aparezca el concepto de *industrias infocomunicacionales*. Esta categoría es útil con fines analíticos para hacer referencia a diversos sectores e industrias que por tener cada vez mayor

interacción entre ellos, conforman un campo ampliado: las industrias culturales ya mencionadas, más la Internet y las telecomunicaciones (Becerra y Mastrini, 2005; Becerra y Mastrini, 2011). De la mano de la convergencia posibilitada por los avances tecnológicos y las transformaciones en los usos y apropiaciones que habilita, el alcance de los conceptos se va ampliando y las categorías flexibilizando, desdibujándose o relativizándose los límites entre las actividades (Becerra y Mastrini, 2009). De esa manera, se podrá hablar de industrias culturales; industrias de la cultura, la comunicación y la información (Becerra y Mastrini, 2005); medios de comunicación; o industrias infocomunicacionales (Becerra y Mastrini, 2011), según la necesidad y según a qué sectores de los mencionados se incluya. En el presente caso, la radio aparece haciendo parte de todas esas formas de agrupar una realidad convergente en la que se producen y circulan contenidos de comunicación y cultura.

1.1.3. La radio

Zallo (1988) divide a las industrias culturales en continuas y discontinuas, dependiendo de si la producción y publicación de sus productos es constante y regular o esporádica. Las discontinuas incluyen a las industrias cinematográfica, editorial y discográfica. Las continuas son la prensa, la televisión y la radio. El autor describe al audiovisual continuo (radio y televisión) como de difusión única y recepción múltiple. Allí se combinan la emisión de contenidos que se desarrollan en vivo, junto con contenidos pregrabados; el consumo de masas, con la especialización y segmentación de públicos (Zallo, 1988). Se estructuran en una programación que “no tiene sólo la función de fijar los públicos, sino también de estructurar la producción y la división de tareas” (Zallo, 1988, p. 130). El producto del audiovisual continuo es “un servicio inmaterial que adopta la forma de programa continuo -emitido o teledifundido- unidireccional, efímero, de contenido variado, de obsolescencia inmediata y apto a una recepción múltiple en la medida de la extensión del parque de aparatos.” (Zallo, 1988, p. 131). Dentro de esta clasificación se ubica la radio.

A los fines de esta investigación, se puede definir a la radio como un medio de comunicación de difusión continua que forma parte de las industrias culturales y cuyos productos son intangibles y se basan en la materia sonora. El producto es resultado de un trabajo creativo, es perecedero (sobre todo en cuanto a la emisión hertziana), y tiene costos altos de generación (Villamayor y Marino, 2011), es decir la instalación del medio, pero bajos de producción y reproducción. El lenguaje en el que están contruidos sus contenidos se basa en cuatro elementos: la voz, la música, los sonidos y los silencios. Tecnológicamente ha ido variando y agregando posibilidades con el correr de su

historia: así, la radio ha sido y es AM, FM, onda corta, y hoy, con la convergencia con el territorio digital, radio online y podcast, entre otras (Cebrián Herreros, 2008; Ballesteros López y Martínez Matías [coords.], 2019).

Entre algunas de sus características en cuanto a la apropiación por parte de la audiencia, están la cercanía, la confianza, la fidelidad, la intimidad que propone la escucha (Godínez Galay, 2011a). También la ubicuidad y la efimereidad (hoy relativizada gracias al podcast) (Ballesteros López y Martínez Matías [coords.], 2019). La radio no requiere conocimientos ni grandes inversiones para ser consumida. La relativa sencillez y los bajos costos en la producción y emisión de contenidos, ha posibilitado una proliferación de experiencias, acrecentando la variedad de oferta disponible (Godínez Galay, 2011a). Pero la radio no es solo una tecnología, sino que también es un conjunto de prácticas o “fenómenos” (Fernández, 2008, p. 15) que la hacen existir y que ella misma habilita.

Interesa aquí fundamentalmente por sus ventajas en cuanto a la potencialidad democratizadora que sus características y recorrido histórico han hecho posibles dentro de las industrias culturales regionales y nacionales:

La radio es, como medio y como soporte de la industria cultural, un sector potencialmente igualitario, tanto en lo que hace a la producción como al consumo. 9 de cada 10 argentinos poseen y utilizan al menos un aparato de radio (...) No requieren de una inversión tan costosa como el sector audiovisual, ni de elementos activos de distribución como la industria editorial o la prensa gráfica. Es posible organizar su producción desde un ámbito restringido y asociativo, y su producto posee amplias posibilidades de ser recibido mediante equipos de un costo accesible para la mayoría de la población. En tal sentido, la radio demuestra que, por un lado, ha construido históricamente un lenguaje de carácter intimista, ligado a la vida cotidiana y, por otro, que sus posibilidades de producción, acceso y participación para gestores, artistas y públicos son también mucho más accesibles que en otros espacios culturales. (Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación, 2010, p. 149).

Hay un punto de partida insoslayable que coloca a la televisión abierta y a la radio como medios de relevancia en una región desigual y con problemas de acceso a bienes y servicios, en la que el consumo de bienes culturales de pago como libros, discos y asistencia al cine, son menos

generalizados (Becerra y Mastrini, 2005). Entonces, la radio, al ser un medio de acceso gratuito y constante, adquiere -junto con la televisión abierta- un lugar protagónico para las condiciones de América Latina.

Asimismo, la diversidad posible en el sector radiofónico respecto de otras industrias culturales, también colocan a la radio en un lugar que a priori posibilita mayor pluralismo y diversidad de oferta:

La industria radiofónica (...) es la industria cultural económicamente más débil y la que presenta la menor concentración de la propiedad. Es la radio el sector que más diversidad de operadores acredita. La radio también es, complementariamente, la industria más masiva (en promedio existe más de un aparato receptor de radio por hogar latinoamericano), su acceso es gratuito, su consumo permite optar entre la energía eléctrica de red y las baterías, y, comparativamente, es el medio más barato. (Becerra y Mastrini, 2004, p. 4).

Si bien la radio en América Latina se desarrolló fuertemente marcada por el modelo privado comercial heredado del modelo norteamericano (Becerra y Mastrini, 2011), hay que decir que la radio no es comercial *per se*, y que incluso "desde mediados de la década de 1920, ya existían en Estados Unidos iniciativas de radio sin fines de lucro" (Binder y García Gago, 2020, p. 32). Asimismo, en América Latina han emergido a fuerza de creatividad experiencias variopintas, de diverso tipo y con desiguales resultados, constituyendo una verdadera "ensalada radiofónica" (Girard, 2002) que incluye experiencias comunitarias, alternativas, indígenas, insurgentes, eclesiales, estatales, universitarias, además de las comerciales.

La radio, entonces, posee una doble característica que en la región es un importante punto de partida: del lado de la audiencia, acceso masivo, barato, sencillo y constante. Del lado de la producción, diversidad y cantidad de emisoras, menor concentración, mayor oferta de contenidos, facilidad y relativos bajos costos en la producción de contenidos.

En Argentina la radio también ha sido clave para llegar con contenidos de comunicación y cultura a amplios sectores de la población. Las características tecnológicas del medio supusieron una penetración territorial y transversal social como la de ningún otro (Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación, 2010).

La radio ha sido clave en el desarrollo de los medios comunitarios y alternativos porque algunas de sus características facilitan a las organizaciones sociales aspirar a gestionar un medio propio de pretensiones masivas pero con costos posibles:

¿Qué características tiene la radio?

- Inmediatez y masividad: puedo llegar a mucha gente en poco tiempo.
- Permite dejar volar la imaginación de la gente.
- Permite hacer otras cosas mientras la escuchamos.
- Permite llegar a más personas, y a gente que no sepa leer y escribir.
- No es un medio costoso para instalarla, con muy poco podemos hacer radio.

(Colectivo La Tribu y Colectivo FM Alas, 2007, p. 7)

La inmediatez y fugacidad del medio también son características clave (AMARC-ALC e Interconexiones, 2006). Por otra parte, en comparación a otros tipos de medio (al menos antes de la Internet), la radio es el que ha posibilitado un mayor nivel de interacción realizadores-audiencia o institución-comunidad, siendo para los proyectos comunitarios un terreno de mayor posibilidad para la concreción de un medio de comunicación más que de información, es decir, donde sea más posible el ejercicio del derecho a la comunicación (Godínez Galay, 2011a), o la comunicación bidireccional (Delorme, 2002).

Por último, se reconoce que “[l]a radio es una empresa de productos y servicios. Producimos bienes culturales (programas) a través de nuestra programación, pero generamos servicios de diverso tipo mediante todas nuestras actividades” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 63). En el caso de la radio comunitaria, esos productos y servicios, que en muchos aspectos son del mismo tipo que los de la radio comercial y estatal, están atravesados por otras condiciones económicas y la perspectiva política desde la cual se producen es la de priorizar a la comunicación como derecho por sobre la idea de mercancía.

1.2. La radio comunitaria en América Latina

En la presente investigación, el punto de partida es entender a la radio comunitaria como parte del ecosistema infocomunicacional por cuanto “su accionar, además de elementos simbólicos y socioculturales, tiene condicionantes económicos: se trata de un accionar con ingredientes políticos

(en el sentido amplio de la palabra) y al mismo tiempo industriales y de servicios” (Villamayor y Marino, 2011, p. 12). Comparten espectro con el resto de los tipos de prestador, intervienen en el escenario mediático, compiten por una audiencia finita, tienen un sistema productivo, administración, estatutos y roles, ofrecen bienes y servicios, manejan dinero para producirlos y para sostener el proyecto y a sus miembros. Se diferenciarán de los otros dos grandes actores -el comercial y el estatal- en los temas y enfoques desarrollados, en las formas de gestión y en los objetivos que persiguen.

Esta investigación se posiciona también en el marco de los estudios de radio comunitaria en América Latina realizados a partir del desarrollo de las primeras experiencias en el subcontinente desde los años 40 del siglo XX. Por esto, no solo es necesario relevar caracterizaciones de lo que se entiende como radio comunitaria, sino que las mismas respondan a la historia y tradiciones latinoamericanas, por cuanto sus derroteros específicos se vinculan mejor con una forma de ver el mundo y habitarlo en la que el presente caso de estudio debe ser inscripto.

El interés en la radio comunitaria desde la perspectiva latinoamericana se explica no solo porque el estudio de caso se ubica en ese escenario geográfico, sino por la importancia de esta región y del soporte radiofónico para las experiencias de comunicación participativa, como lo señala Gumucio Dagron (2001): “América Latina lleva la delantera en cuanto a la cantidad y calidad de las experiencias de comunicación participativa, y la radio ha sido entre todos los medios el más importante para el desarrollo y los cambios sociales” (p. 5).

Aquí serán útiles algunos conceptos de la teoría de la dependencia (Muraro, 1987), para comprender a la región latinoamericana y la emergencia de experiencias de comunicación comunitarias, al margen o en explícita discusión con el gran mercado, concentrado, transnacional, originado en los países centrales. Estas experiencias pueden entenderse de dos maneras: como una reacción a lo dominante, y como la expresión de una necesidad comunicacional, más allá de enfrentarse o no a esa visión dominante. Una visión confrontativa y otra propositiva. Sin embargo, se entiende que ambas formas de reacción son consecuencia de un sistema de medios inmerso en la dinámica económica del capitalismo (Peppino Barale, 1998), aquella que se releva desde la economía política de la comunicación, en la que grandes corporaciones transnacionales logran dominar el mercado e imponer sus visiones de mundo por la vía de la concentración económica.

Es en este punto donde aparece la preocupación por “la influencia directa de las transnacionales sobre los medios a través de las inversiones publicitarias o de su colusión con

grupos económicos locales” (Muraro, 1987, p. 84). Si bien no se comparte aquí la idea automática de manipulación desde los medios hacia las audiencias que la teoría de la dependencia propone, sí se considera que la estructura de centro-periferia, el basamento mercantil en la producción comunicacional y la participación de grandes empresas transnacionales, permite complementar la mirada de la economía política de la comunicación para entender la realidad particular de la región latinoamericana como contexto para la emergencia de experiencias de comunicación alternativas y comunitarias que reaccionan al escenario mediático concentrado y mercantil y que entienden a la comunicación como un derecho y lo ejercen. Por ende, sin agotar allí la discusión, lo cierto es que “los efectos de una realidad económica (...) en la cual están inmersos los países en vías de desarrollo a partir de la posguerra, caracterizada por la acelerada penetración y los efectos remodeladores de sus estructuras sociales, políticas y, también, culturales” (Muraro, 1987, p. 86) es parte del contexto que permite ubicar la emergencia y desarrollo de las diferentes experiencias de radio comunitaria latinoamericana. Hay un poder dominante, relaciones de subordinación, barreras económicas de acceso, derechos políticos de frágil ejercicio y por ende, la emergencia de una necesidad comunicacional ciudadana.

La radio comunitaria en América Latina se define en relación a las industrias culturales como parte de ellas y como respuesta ciudadana a las desigualdades de las que las propias industrias culturales son parte. El poder que en el escenario infocomunicacional de América Latina ha tenido la empresa comercial, explica la emergencia de experiencias que intentaran proponer alternativas a lo que estos poderes proyectan (Mosco, 2009b).

Por lo anterior, es fundamental como punto de partida esta noción de Villamayor y Marino (2011):

Los medios populares con lo que no acuerdan es con una manera de construir la industria cultural basada en el negocio de la oferta y la demanda de intereses económicos y políticos de los grupos concentrados. Esta es la lectura de todos y cada uno de los medios comunitarios y populares de América Latina. Cada uno lo expresa a su manera, pero un viaje por todos ellos permitirá identificar que esta afirmación es parte de la realidad de sus objetivos político culturales. (p. 8)

En América Latina hay una larga tradición de estudio de la radio comunitaria como un actor fundamental del escenario mediático en la región. Muchos de esos esfuerzos giran en torno a

comprender la diversidad de experiencias y a sistematizar caracterizaciones del sector. Antes de comenzar con las caracterizaciones, es menester marcar algunas ideas fuerza al respecto:

1. No hay definiciones unívocas sino aproximaciones que surgen de observar las desigualdades y el recorrido de experiencias concretas y que se van constatando, en menor o mayor grado, en cada caso o conjunto de casos en particular. La definición de lo que es una radio comunitaria no está cerrada, es flexible. Dice Kejval (2009): “Uno de los grandes problemas con los que nos encontramos, entonces, es la ausencia de una definición consensuada” (p. 9). También dice Kejval (2018) que esa falencia no debe ser una limitación sino justamente un rasgo propio de un campo (sobre todo si se toma el nivel regional) extenso y variado, lo cual asegura la riqueza de historias y experiencias: no hay una estandarización de lo que debe ser y hacer una radio comunitaria, porque las características y necesidades de cada comunidad son diferentes. Esto no impide, por otro lado, trazar características generales que dan una identidad común a este grupo variopinto de emisoras.

2. El término radio comunitaria en sí funciona como una generalización, un concepto paraguas dentro del cual pueden ubicarse experiencias de diversa índole, incluso algunas de ellas contradictorias entre sí en algunos puntos, pero que comparten postulados y características generales que les permiten identificarse como parte del mismo grupo.

Aquí se hablará entonces de términos *abarcativos* y *específicos*. Es necesario aclarar que algunos términos se usan, entonces, para hacer referencia al todo. *Radio comunitaria* es el más difundido, pero también se utilizan *radio alternativa*, *radio popular*, y el trinomio *radio comunitaria, alternativa y popular*. En menor medida, *radio ciudadana* (López Vigil, 2004b), *radio social* (Godinez Galay, 2011b), *radio participativa* (Collin, 1983; Gumucio Dagron, 2001) *radios de nuevo tipo* (Lamas y Lewin, 1995). Son todos términos generales que sirven para ubicar al amplio campo al que se hace referencia, más allá de sus diferencias y especificidades internas: “comunitarias, alternativas y populares son los tres adjetivos que las radios emergentes utilizaron con más frecuencia para nombrarse a sí mismas desde su surgimiento hasta la actualidad, a veces privilegiando uno de estos calificativos, otras utilizándolos indistintamente” (Kejval, 2009, p. 6). Son los términos que permiten ver a la gran cantidad de experiencias dispersas como un campo en sí mismo con una relevancia que impone entenderlo para aportar al estudio de las industrias culturales.

Si se hace foco en los términos específicos, se puede diferenciar a las radios comunitarias de las alternativas y las populares. Lo comunitario, lo alternativo y lo popular tienen diferencias que Rodríguez Marino y Navarro Nicoletti (2018) han estudiado. Entre sus conclusiones se destaca que:

Los tres conceptos analizados dan cuenta de diversas perspectivas de análisis que responden al entrecruzamiento entre los tres tipos de comunicación. Si bien en el campo de la comunicación popular hemos encontrado un bagaje intelectual más nutrido, la comunicación alternativa está marcada por un momento histórico en el que el paradigma dominante estaba vinculado a pensar la dualidad entre hegemónico y subalterno; mientras que las concepciones comunitarias remiten a experiencias específicas y a una dimensión del análisis más situado en lo local. (p. 61)

Sin embargo, a los fines de esta investigación se optará por caracterizar al amplio sector abarcativo de estas experiencias y a nombrarlo mediante la nomenclatura general de *radio comunitaria*. O como los autores antes citados señalan de palabras de María Cristina Mata, “la noción de ‘comunicación comunitaria’ viene a sustituir a la de ‘comunicación popular’ y la de ‘comunicación alternativa’” (Rodríguez Marino y Navarro Nicoletti, 2018, p. 58).

Lo comunitario, entendido en sentido abarcativo, también será flexible, contextual. Un término que agrupa y que es llenado de contenido con la práctica misma de las emisoras, ancladas en un lugar y un tiempo, lo cual será indagado por esta investigación.

Por otra parte, se puede decir que hay dos grandes visiones en el amplio campo de la comunicación alternativa y comunitaria, y por ende en la radio, vertientes que pueden ser llamadas *confrontativa* (medios que buscan enfrentar los discursos dominantes, desmentir a los medios masivos; más asociado a lo alternativo) y *propositiva* (medios que buscan construir una agenda propia basada en necesidades de la comunidad y mediante la participación; más asociado a lo comunitario). La posición de esta investigación es que ambas visiones suelen convivir en las experiencias de radio sin fines de lucro: a veces confrontan los contenidos masivos y a veces construyen sus propios contenidos; pero hacen ambas cosas. Esta quizás sea una explicación de por qué muchas experiencias se autoidentifican al mismo tiempo como comunitarias y alternativas.

Otras denominaciones específicas son más claras y responden a tipos de experiencias delimitables a un momento, lugar, actor o uso, como las radios sindicales (y dentro de ellas, las

mineras), campesinas, indígenas, colifatas (empleadas para salud mental), o las llamadas *radios de intervención* (Godinez Galay, 2015), que existen para un fin determinado (insurgentes, abiertas, propaladoras).

No es intención de este trabajo ser exhaustivo con las diferentes denominaciones, sino ubicar el objeto de estudio, comprender a qué se hace referencia con el término radio comunitaria, alternativa y popular (o simplemente comunitaria) en su función abarcativa.

3. La pertinencia de utilizar el término de radio comunitaria tiene también un asidero regional porque la intención es estudiar al caso de La Tribu como exponente de un subsector clave de las industrias culturales de Argentina y América Latina. Y es ese anclaje geográfico-cultural el que brinda el concepto. Porque en Europa, por ejemplo, se podrá encontrar a las radios asociativas (López Vigil, 2004a) que si bien pueden entenderse como sinónimos, arrastran una historia y una cultura que es diferente a la que aquí será estudiada. El concepto de radio comunitaria se elige, entonces, porque responde a la tradición de investigación y práctica regional, lo que resulta pertinente para abordar el caso de estudio. En este sentido, América Latina “es la región del mundo en desarrollo en que ese medio es paradigmáticamente herramienta clave para la lucha por la democratización de la comunicación y de la sociedad” (Beltrán, 2010, p. 15) y “[e]ste modo de nombrarse habla de un tipo de emisoras sin antecedentes en nuestro país y de su identificación con un conjunto de prácticas y reflexiones con años de historia en otras regiones de América Latina” (Kejval, 2018, p. 16).

Asimismo, las radios comunitarias, alternativas y populares surgen con fuerza en Argentina con la apertura democrática de 1983. Para ese entonces, algunas experiencias de este tipo ya tenían más de treinta años de recorrido en el resto de la región. Por lo tanto, se entiende a las experiencias argentinas como deudoras de todo ese recorrido previo e inscriptas en esa tradición, como así los estudios sobre ellas.

1.2.1. Algunas características hacia una definición

Las radios comunitarias son proyectos de comunicación radiofónica que no tienen fines de lucro y que son llevados adelante por la ciudadanía por motivaciones políticas, culturales, sociales o educativas y para ejercer por mano propia el derecho a la expresión y la comunicación.

Las radios y televisoras comunitarias son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionados por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso, ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales. (AMARC-ALC, 2010, p. 51)

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina contempla por primera vez al subsector comunitario de los medios, ofreciendo una definición amplia que retoma la de AMARC-ALC y funciona como buen punto de partida:

Emisoras comunitarias: Son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida. (Ley 26.522, art. 4)

La aparición de una definición y un reconocimiento de este actor en la legislación argentina, brinda un nuevo elemento para aportar a la construcción conceptual del subsector. Es una definición que proviniendo de los debates teóricos y los recorridos concretos en Argentina y en la región, establece un parámetro de consenso como nuevo punto de partida para comprender y sobre todo, considerar a este actor como una parte fundamental del escenario infocomunicacional, con características y derechos propios. Para el caso argentino, donde se inscribe el presente caso de estudio, es importante porque permite enmarcar las discusiones no solo desde lo académico y lo territorial, sino también desde lo normativo. Se trata de un subsector reconocido y de relevancia que ya no es posible ignorar.

Adicionalmente, si bien esta norma es sancionada sobre el final del período de análisis, conceptualmente es significativa porque es el hito que cierra el período elegido para hacer el recorte temporal de la investigación.

A continuación se revisan algunas características de este subsector a los fines de desmenuzar su identidad y ubicar el amplio campo en el que se inscribe el caso de estudio.

Sin fines de lucro

Las comunitarias son emisoras cuya principal función no es generar ganancias económicas; esto quiere decir que no hay una ganancia que queda en las arcas de alguna persona, sino que los fondos que se buscan son para garantizar el funcionamiento del proyecto, y se reinvierten completamente en él (López Vigil, 2004a). Se trata de “la radiodifusión libre de avaricia mercantil y ajena al ánimo propagandístico manipulador, así como envuelta en la educación cívica, por diálogo y participación, para contribuir a desarrollar una sociedad próspera pero justa” (Beltrán, 2010, p. 12). No tener fines de lucro diferencia a estas emisoras de las comerciales. Pero necesitan obtener ingresos económicos cotidianamente para sostener sus actividades, y con ello ir al encuentro del mercado. La diferencia es que no hay un excedente, una ganancia que quede en manos de un accionista, sino que los fondos que se obtienen se reinvierten en el proyecto, es decir, se utilizan para darle continuidad al mismo. Esta perspectiva ofrece una mirada diferente a la dominante en las industrias infocomunicacionales.

Objetivos transformadores

Para López Vigil (2004a) “el desafío de todas estas emisoras es similar: mejorar el mundo en el que vivimos” (p. 533). Para ello, sus compromisos son “contribuir al desarrollo, (...) ampliar la democracia, (...) defender los Derechos Humanos, (...) proteger la diversidad cultural” (López Vigil (2004a, pp. 548-554).

Dice Malbrán (2010) que “lo que identifica a una radio comunitaria, no es su forma de financiamiento; ni su potencia o frecuencia; el formato de los programas o la ubicación, tamaño o decoración de sus estudios, sino sus objetivos y el carácter social de la misma” (p. 186) para luego señalar que “los pueblos de América se las han arreglado para crear medios que no sólo sean contestatarios al sistema, sino que cumplan esas importantes tareas de servicio público, ignoradas generalmente por los medios comerciales” (p. 197). Precisamente haciendo uso del término *radio alternativa*, Pulleiro (2012) las define de una forma que aquí se nombra como abarcativa y que perfectamente cabe para la presente caracterización: “surgen y actúan vinculadas a las necesidades comunicacionales de los sectores populares y son medios de comunicación con objetivos que los

trascienden, en el sentido de tener como horizonte el cambio social y la construcción de sociedades justas y democráticas” (p. 14).

Para Pepino Barale (1999) lo que las define son sus objetivos sociales, entre los cuales el fundamental es la democratización de las comunicaciones. AMARC-ALC (2006) las define como “proyectos transformadores que toman la palabra como herramienta, como estrategia política” (p. 4). La transformación es algo presente en muchas aproximaciones. Para Kejval (2009), “una radio es comunitaria, popular o alternativa cuando tiene en su horizonte la resistencia o transformación de los procesos económicos, sociales, culturales y comunicacionales hegemónicos” (pp. 11-12). En el caso argentino, también es significativa la pertenencia previa de quienes impulsan las radios comunitarias a espacios de militancia y organizaciones sociales (Kejval, 2009). Es decir, que en muchos casos las radios comunitarias son herramientas elegidas por organizaciones preexistentes, o por grupos de personas con recorridos militantes, para trabajar en pos de esos objetivos transformadores por los que han militado de otros modos. Por eso la propia autora también define a las radios comunitarias como “espacios de expresión, participación, proyección y formación de la subjetividad política de jóvenes” (Kejval, 2009, p. 45). Es esa dimensión política -en términos de lo que se verá más adelante- gran parte de la definición de este tipo de medios.

Asimismo, esa transformación se debe proponer y disponer en lo público, porque se logra interpelando a la comunidad (en sus roles de productora y de audiencia), y por lo tanto tiene un aspecto necesariamente provocador, que debe remecer lo establecido: “Las radios comunitarias deben ‘inconformar’ a la ciudadanía con la idea del pensamiento único e irreversible, con un mundo que se nos presenta como resultado de un ‘orden natural’ cuando, en realidad, es el resultado de un profundo desorden social” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 172).

Son emisoras que, nacidas no por un objetivo de lucro, tienen en la función social su principal interés. Esto puede adoptar diversas formas según cada proyecto en particular: “son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 169).

Agenda de Derechos Humanos

Desprendido de lo anterior, las radios comunitarias son las que ponen al aire, y por lo tanto, en la arena pública, causas, temáticas y enfoques que pueden no formar parte de la agenda de los medios comerciales. Y sus preocupaciones suelen girar en torno al fortalecimiento de los Derechos

Humanos en un amplio espectro. Los horizontes de las radios comunitarias incluyen dar micrófono a voces relegadas, dar espacio a reivindicaciones desplazadas, y siempre aportar a la profundización de los derechos: derechos de la mujer y las diversidades, cuidado del medio ambiente, derechos de migrantes, pueblos originarios, afrodescendientes, derechos de trabajadores y trabajadoras, reivindicación del arte independiente, no discriminación, lucha contra la xenofobia, lucha contra el autoritarismo, entre otros.

Sus finalidades se relacionan directamente con las de la comunidad a la cual sirven y representan. Entre otras, serán la promoción del desarrollo social, de los derechos humanos, de la diversidad cultural y lingüística, de la pluralidad de informaciones y opiniones, de los valores democráticos, de la satisfacción de las necesidades de comunicación social, de la convivencia pacífica y del fortalecimiento de las identidades culturales y sociales (AMARC-ALC, 2010, p. 51).

La difusión y ejercicio concreto de los Derechos Humanos va de la mano con la noción de construcción de ciudadanía que estas emisoras impulsan: “Las radios comunitarias y ciudadanas hacen propia la lucha por los derechos humanos” (Villamayor y Lamas, 1998, pp. 170-171).

Derechos de comunicación

En estas emisoras se pueden ejercer diversos derechos relacionados a la comunicación, porque se entiende que fortalecer el ejercicio de estos derechos, habilita el fortalecimiento de la amplia gama de Derechos Humanos y de la democracia: “En la base de sus objetivos está la democratización de las comunicaciones, porque de esta manera se contribuye a la democratización de la sociedad” (Villamayor y Lamas, 1998, pp. 169-170). Tal es así que es parte fundamental de su definición: “Los medios comunitarios deben su razón de ser a satisfacer las necesidades de comunicación y habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de los integrantes de sus comunidades, sean éstas territoriales, etnolingüísticas o de intereses” (AMARC-ALC, 2010, p. 51).

Es a través de estas emisoras que muchas personas que no tienen acceso a los medios comerciales o estatales de comunicación, pueden ejercer su libertad de expresión en la arena pública. Y esto tiene un rol social insoslayable, no solo por cuanto la diversidad y el pluralismo que propone esta posibilidad enriquece el debate público, sino por el rol de autorrealización que tiene la

palabra pública: las radios comunitarias son la posibilidad de que personas que no necesariamente tienen estudios de comunicación o periodismo, puedan hablar ante un micrófono, y por lo tanto *ser* en el espacio público a través del ejercicio de la palabra; construye actores que se demuestran a sí mismos que tienen algo para decir y que eso puede ser escuchado por un *otro*.

Pero también son espacio donde la comunicación entendida como un diálogo, como un intercambio, y como un derecho, tiene más lugar que en otros tipos de medios (Chaparro, 2010). Los medios comunitarios habilitan un mayor ejercicio de la comunicación en tanto es más posible para sus audiencias acudir a ellos para opinar o participar, en tanto es la propia comunidad la que está alternadamente en posición de escucha y en posición de enunciación a través del micrófono, y sobre todo porque son estos medios los que funcionan como centros sociales, como puntos de encuentro más que ningún otro tipo de medio. Es en la radio comunitaria donde las posiciones rígidas de emisor y receptor que proponen las industrias infocomunicacionales tradicionales comerciales pueden desdibujarse, relativizarse:

Las radios comunitarias son espacios de intercambio donde no se petrifican las relaciones. Donde el vínculo entre emisor y receptor no es lineal ni rígido. Donde el lugar del emisor no es la guarida del poder. Donde el lenguaje y los códigos no son uniformes. En las radios comunitarias los oyentes son interlocutores. La práctica comunicacional es política porque expresa modos de comprender el mundo, y de transformarlo (AMARC-ALC e Interconexiones, 2006, p. 59).

La radio, al ser un soporte más difundido que el de la televisión comunitaria, y al tener esa raigambre física que no tiene una agencia de noticias o página web, funciona con este rol por excelencia: “El ejercicio del derecho a la comunicación es -o debería ser- el eje de la identidad de las radios comunitarias” (Gumucio Dagron, 2010, p. 27). En estos medios la comunidad ejerce la comunicación de forma directa, porque participa en ellos, propaga allí su palabra y se ocupa de la gestión y puesta en marcha del medio y sus programas (RNMA, 2011).

De lo que se trata es de los derechos de comunicación, porque se entiende como condición para ejercer la amplia gama de derechos. Así lo establece la Carta de Radios Comunitarias y Ciudadanas de AMARC:

Radios comunitarias, ciudadanas, asociativas, populares, educativas, libres, participativas, rurales, interactivas, alternativas, alterativas... en cada época y lugar se han caracterizado con distintos nombres, mostrando así la diversidad y riqueza del movimiento. Pero el desafío ha sido el mismo: democratizar la palabra para democratizar la sociedad. (AMARC, 1998)

Disputa de sentido

Si algo permite diferenciar en algún punto a los conceptos de comunitario y alternativo en los medios, es que quizás son diferentes grados en la forma en que se pretende disputar el sentido contra lo que proponen los medios comerciales y concentrados. Mientras los medios comunitarios discuten con las concepciones mercantiles proponiendo una agenda diferente, integradora, con participación social, diversidad de voces y fortalecimiento de derechos, los medios alternativos se posicionan desde una estrategia más confrontativa con los medios hegemónicos de comunicación, con un rol de contrainformación (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004) y denuncia, que alerta sobre los mecanismos que utiliza el poder para imponer como sentido común sus perspectivas ideológicas a través de los medios de comunicación que forman parte de ese mismo poder: “¿Alternativa a qué? Primera respuesta: a la comunicación dominante en América Latina” (Prieto Castillo, 1991, p. 11); “un discurso mediático alternativo no se define por ningún rasgo propio sino por su funcionamiento discursivo contrahegemónico en la trama del sistema de medios hegemónicos” (Ramos, 2013, p. 30).

Ahora bien, más allá de estas diferencias que pueden encontrarse, lo cierto es que en todas las definiciones del amplio campo de la radio comunitaria, alternativa y popular, entonces, hay algún grado de disputa de sentido a los medios tradicionales, masivos, comerciales, hegemónicos o como se quiera denominar; una disputa que busca “restar fuerza al discurso institucional” (Malbrán, 2010, p. 182). Algunas emisoras admiten ambas identidades a la hora de definirse. Lo que esto está señalando es, por un lado, que en el uso abarcativo que se hace de los términos, éstos pueden ser intercambiables: lo que importa es ubicarse dentro de ese amplio campo que se diferencia del comercial y el estatal. Y por otro, que ambas estrategias pueden convivir dentro de un mismo caso y es eso lo que también define al subsector: su capacidad de enfrentar y cuestionar los discursos imperantes y la forma en que el mercado de medios se desarrolla, a la vez que impulsar y desarrollar una agenda propia que dé lugar a temas diferentes y a una comunidad que no es tenida en cuenta como enunciativa. Se trata de dos caras o dos estrategias de una misma forma de

entender el rol social y político y que se traduce en contenidos sonoros concretos: en algún momento una emisora puede hacer un contenido sonoro que discuta directamente con un medio concentrado o con el gobierno (algo que podría asociarse a lo alternativo), mientras que en otro puede dar un espacio en la grilla de su programación a la asociación de jubilados del barrio (algo que podría asociarse a lo comunitario). En ambos casos se disputa el sentido y los discursos dominantes. Todo depende de la perspectiva conceptual desde la cual se analice. Esta investigación elige hacerlo desde una que integre ambas consideraciones posibles.

Tamaño y alcance

Lo que hace comunitaria a una radio comunitaria no es su tamaño o alcance geográfico. Una radio comunitaria puede ser local y de baja potencia, o de alcance nacional: “Las radios comunitarias se desarrollan de igual manera en una gran capital o en un caserío marginal. (...) Hay, pues, que redimensionar el concepto y entenderlo más como *intereses comunes* que como límites geográficos” (López Vigil, 2004a, p. 533).

Al respecto, la Red Nacional de Medios Alternativos presentó en 2011 a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual su definición de medio comunitario, donde se incluye que “deberá entenderse comunidad no como un radio geográfico o jurisdiccional sino como una comunidad, sea territorial, de intereses o identitaria, con lazos comunes históricos, sociales, económicos, culturales y/o organizativos” (RNMA, 2011).

Propiedad

Las radios comunitarias están gestionadas por la ciudadanía con diferentes formas de organización. Las más usuales son la de asociación civil o cooperativa, pero también pueden ser fundaciones, mutuales y grupos de personas. En coincidencia con López Vigil (2004a), “ninguna forma de propiedad debe descalificarse a priori” (p. 538), es decir que una emisora de propiedad comercial o estatal puede tener objetivos comunitarios y cumplir ese rol social. Sin embargo, a los fines de esta investigación, sí resulta útil circunscribirse a las emisoras que son gestionadas por la ciudadanía de forma directa a través de sus propias formas de organizarse, sin tratarse de empresas con fines lucrativos o entidades estatales, por una sencilla razón: interesa estudiar cómo una emisora con métodos de gestión y sostenibilidad propios del sector comunitario, elabora y expresa en piezas sonoras objetivos políticos elaborados de forma colectiva con la esperanza de que eso sea un camino de aporte a la siempre dinámica construcción de la definición del subsector. Aquí se

entenderá que una radio comunitaria es definida también por la propiedad comunitaria del medio. O en palabras de Luis Ramiro Beltrán (2010) las radios comunitarias son “del pueblo, por el pueblo y para el pueblo” (p. 14).

La cuestión de la propiedad se vuelve fundamental por cuanto condiciona el trabajo. Para UNESCO (2008), “los medios comunitarios suponen independencia, por ser propiedad de las comunidades que los operan” (p. 25).

Apropiación y participación social

Desprendido de lo anterior, López Vigil (2004a) agrega el concepto de apropiación para entender qué son las radios comunitarias: “Más que la propiedad, me parece importante la *apropiación* que hace o no la audiencia de una determinada emisora” (p. 539). Para Girard (2002), “su rasgo más característico [de las radios comunitarias] consiste en comprometerse con la participación comunitaria a todos los niveles” (p. 2). La comunidad se apropia de la radio no solo en tanto audiencia, sino en tanto factor de gestión y puesta al aire de la propia emisora: son miembros de la comunidad quienes montan y dan desarrollo cotidiano al proyecto; son pares quienes realizan los programas que salen al aire. Por esto, las radios comunitarias también se definen como espacios posibles para que personas que no necesariamente forman parte del *star system* de las industrias culturales, puedan producir y emitir contenidos radiofónicos y participar del ecosistema de los medios de comunicación, con o sin conocimientos profesionales. Y ese aspecto las hace profundamente democráticas:

El nivel de estudio y la experiencia en el ámbito del trabajo nunca ha sido un requisito para la participación en una radio comunitaria. Por el contrario, las emisoras se nutrieron de diversas experiencias y trayectorias para la definición y construcción de sus proyectos político-culturales. Al mismo tiempo, las mismas emisoras han procurado generar sus propios espacios y oportunidades para profundizar la formación de sus integrantes, de acuerdo a las necesidades que los proyectos han ido planteando. (Kejval, 2009, p. 46)

En este sentido, las radios comunitarias son aquellas que son consideradas como propias por parte de su audiencia (comunidad), y en donde además esa comunidad puede participar activamente en su construcción y desarrollo (Gumucio Dargon y Herrera Miller, 2010).

AMARC-ALC e Interconexiones (2006) agregan profundidad tanto sobre qué se entiende por participación, como por su característica definitoria para la radio comunitaria:

La concepción de participación en las radios comunitarias está ligada a la idea de libre acceso a los medios de comunicación. (...) En esta línea, muchas radios comunitarias abren sus micrófonos a producciones radiales realizadas por hombres, mujeres, niñas, organizaciones, partidos políticos, campesinos, artistas, de modo que la cabina se transforma prácticamente en un foro público. (p. 58)

Intermediación

Son emisoras que “están al servicio de la *sociedad civil*” (López Vigil, 2004a, p. 545). Por lo tanto, funcionan como un centro de referencia, un faro, un núcleo social. Esto les permite ejercer un rol de intermediación (López Vigil, 2004b): entre soluciones y problemas, entre emisores y receptores de un mensaje, entre la sociedad civil y el Estado: “También encendemos la radio para resolver los problemas” (López Vigil, 2004b, p. 196).

Formas de gestión y organización

Los análisis de las formas de la gestión de las radios comunitarias serán abordados en detalle en apartados siguientes, porque de allí emana la intención de explorar las formas en que esa gestión se expresa en un caso particular. Aquí se dirá que es parte de lo que se puede definir como radio comunitaria el hecho de que son fundadas, impulsadas, llevadas adelante y gestionadas en el día a día por organizaciones de diverso tipo cuyo trabajo cotidiano en el desarrollo de la radio se hace de forma colectiva, con diversos grados de horizontalidad o participación en las decisiones. Esta característica es clave porque se distancia de otros tipos de prestadores en el que hay cargos y jerarquías estrictos en el funcionamiento interno y en la toma de decisiones que pueden obturar el desarrollo creativo de la emisora y sus integrantes, a la vez que contener rasgos autoritarios o con niveles menores de participación igualitaria entre quienes hacen el medio en el día a día. En la radio comunitaria, además, hay una implicación afectiva por parte de los y las participantes, por una “mística” interna que generan los proyectos (Villamayor y Lamas, 1998).

De este modo, la forma en que las radios comunitarias se organizan internamente para el trabajo, muchas de ellas mediante la metodología de asambleas, reuniones o diferentes instancias colectivas de toma de decisiones, como así también el reparto de tareas de todo tipo (mas allá de

que haya especializaciones dentro de cada equipo) es parte esencial de la definición de la radio comunitaria y, como se verá, es parte esencial de cómo concibe la gestión el caso de estudio. Muchos postulados políticos de igualdad y antiautoritarios se expresan en la forma en que el propio medio trabaja, y podría tener una correlación con la forma en que la organización produce los contenidos sonoros que más la representan: en este caso, la artística institucional.

Trabajo en red

Las radios comunitarias suelen tender lazos con otras organizaciones sociales, pero también entre emisoras. Desprendido de una concepción de construcción colectiva presente tanto en lo organizacional interno como en la agenda de temas y objetivos que estas emisoras tienen, también es parte central de su definición el trabajo en red que desarrollan, entendido como “el intercambio, producción y emisión de información con otras emisoras igualmente comunitarias y ciudadanas” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 177).

Son emisoras que se encuentran y dialogan permanentemente entre sí, intercambian experiencias, métodos de trabajo e ideas. Así, en Argentina, se nuclean en diversas redes como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) o la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), entre otras.

Fuentes de financiamiento

En una previa investigación (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017), se indagó sobre las formas en que distintas radios comunitarias de Argentina conseguían fondos para sostener económicamente el proyecto y los administraban. Al trazar regularidades entre los casos, la conclusión fue que una de las características que podía agregarse al campo de la radio comunitaria es que suelen utilizar fuentes de financiamiento múltiples y diversas; esto es, que se financian de muchas fuentes pequeñas más que de algunas grandes, y que esas fuentes son de diverso tipo (no solo publicidad comercial y estatal, sino alquiler de espacios, eventos culturales, fiestas, rifas, merchandising, alquiler de estudio, cursos de capacitación, proyectos de cooperación internacional, etcétera). Esta característica ya había aparecido en Iglesias (2015) y se constató luego para el caso de las radios comunitarias de Ecuador en Cianci, Dávila y Godinez Galay (2017).

Con basamento en todos estos aportes, aquí se entenderá a las radios comunitarias como emisoras radiofónicas sin fines de lucro (pero que necesitan y obtienen recursos para funcionar), gestionadas por organizaciones de la sociedad civil con mayor o menor grado de institucionalidad y cuya gestión social las diferencia de los otros dos grandes sectores como son el comercial y el estatal. El actor que gestiona a estos medios está indefectiblemente relacionado con los objetivos que en general tienen estos medios y las formas de alcanzarlos. Por eso también forma parte de lo que se entiende como radio comunitaria el hecho de que tengan modos de gestión horizontales y participativos, donde la comunidad se hace parte de estos medios. Los temas y enfoques son diferentes a los de los medios hegemónicos, con objetivos de transformación y servicio social, y en torno a una comunidad de intereses que muchas veces también coincide con un asiento territorial o comunidad geográfica inmediata, pero que no se limita a ello.

Este tipo de radios se preocupan especialmente por la apropiación del medio por parte de la comunidad, por abrir los micrófonos a aquellos vedados para la gran industria. En ese sentido, este subsector, si bien forma parte de las industrias culturales, lleva impregnado en su diseño y forma de trabajar una crítica -como la de los teóricos de Frankfurt- a los estándares que propone el mercado para abordar la comunicación y la cultura, cumpliendo una función de máxima necesidad para un sistema de medios democrático: alertar sobre el hecho de que comunicación y cultura no son solo bienes de consumo, sino que se trata de derechos que pueden y deben ser ejercidos por toda la comunidad. Las radios comunitarias evidencian al máximo el doble carácter de los bienes culturales: son productos que intervienen en un mercado, pero sus contenidos implican derechos, valores, símbolos. Las radios comunitarias conforman un espacio ambiguo: son parte de las industrias culturales pero son capaces de discutir con algunos de sus postulados y exceder las definiciones que las industrias culturales ofrecen en su seno. Son una periferia que existe dentro, si cabe la analogía.

Las radios comunitarias existen por un objetivo transformador en amplio sentido (desde criticar lo establecido hasta proponer nuevos abordajes, desde transformar la vida de una persona hasta ser agente de cambio a gran escala), y no como medio para obtener ganancias. Se trata entonces de medios de comunicación críticos, en el sentido frankfurtiano del término; aquellos encargados de “señalar que lo que existe no es lo único posible, ni por descontado lo mejor” (Sotelo, 1989, p. 13).

1.2.2. Las dimensiones de la gestión y la sostenibilidad de la radio comunitaria

Ahora bien, en la presente investigación se entiende que para conocer al subsector de la radio comunitaria con énfasis en su forma de trabajo y su relación con el contexto, es menester estudiar la intersección entre las diversas dimensiones de la gestión.

El problema de la sostenibilidad de estos medios entendida como lo que les permite perdurar en buenas condiciones, ha sido acuciante por cuanto económicamente son los que en inferioridad de condiciones han estado respecto de otros como los comerciales y los estatales y han tenido que desarrollarse en entornos políticos y jurídicos hostiles o frágiles. Esa inferioridad de condiciones económicas es causada por múltiples factores como falta de legislaciones que amparen y fortalezcan al subsector, falta de acceso transparente y regular a la pauta publicitaria del Estado, menor llegada a los grandes anunciantes, problemas de alcance como consecuencia de carencias tecnológicas, tabúes propios de las organizaciones, etc. Sin embargo, puede decirse que el económico no es el único factor de sostenibilidad en los proyectos comunitarios, alternativos y populares. Una radio comunitaria se hace sostenible cuando logra gestionar el proyecto a partir de todas sus dimensiones. Y, asimismo, comprender sus interacciones.

Interesa particularmente estudiar las vinculaciones entre las dimensiones, y puntualmente entre la expresión comunicacional y la visión política, por cuanto es necesario posicionar los análisis en una perspectiva que reconozca la producción de contenidos en vinculación al contexto: en este caso, ese contexto está construido por las características del lugar y la época en que determinado proyecto comunicacional se inscribe. Para ello se utilizará como referencia la clasificación de Caro González, F. (2007) y de De Mateo, R., Bergés, L., Sabater, M. (2009) sobre los entornos en los que se mueve una organización de comunicación. Los autores los dividen en entorno general y específico. El general está compuesto por factores económicos, factores políticos, factores sociales y culturales, factores tecnológicos. Caro González (2007) agrega a ellos los factores legales y los factores ecológicos. El entorno específico es concretamente el estado de situación en el escenario infocomunicacional, en este caso en Argentina entre 2001 y 2009, recorte temporal de la presente investigación.

La gestión

En palabras del Colectivo La Tribu y el Colectivo FM Alas (2007), “la gestión es una construcción. Es el proceso que vive un colectivo cuando decide transformar sus objetivos en una realidad” (p. 11). Para Villamayor y Lamas (1998), gestión es “un proceso de trabajo y organización en el que se coordinan diferentes miradas, perspectivas y esfuerzos, para avanzar eficazmente hacia objetivos asumidos institucionalmente” (p. 13). Es decir, el trabajo cotidiano que permite sostener un medio, el conjunto de procesos mediante los cuales un medio de comunicación, en este caso una radio comunitaria, se hace perdurable en el tiempo, sostenible, pero además logra desarrollar sus objetivos. La gestión de una radio comunitaria no es cualquier gestión, porque lleva impregnada una visión de mundo diferente a la que tiene el mercado, pero a la vez está condicionada por ese contexto económico y político, y porque “es un proceso de construcción colectiva desde las identidades, las experiencias y habilidades de quienes allí participan” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 16). Por eso, se construye de modo contrapuesto o diferente a la gestión de la empresa comercial (Villamayor y Lamas, 1998). Se define aquí a la gestión como “un proceso político, organizativo, comunicacional y económico, administrativo, jurídico, tecnológico, social, cultural que llevan adelante un grupo organizado” (Villamayor y Marino, 2011, p. 17).

Pero la gestión es la articulación de algunas dimensiones (Colectivo La Tribu y Colectivo FM Alas, 2007). Diversos autores se han encargado de elaborar diferentes clasificaciones y definiciones de esas dimensiones para comprender la gestión y sostenibilidad integral de una radio comunitaria. Algunas formas de clasificarlas son las siguientes.

Dimensiones de la gestión de una radio comunitaria

Para Villamayor y Lamas (1998) la gestión de la radio comunitaria se articula desde tres perspectivas: política-cultural (“idearios, objetivos, utopías, principios o misión”), comunicacional (“perfil de la radio y su programación, inserción en el marco de los medios locales, nacionales o regionales, estéticas y construcción de contenidos, proyección cultural y política con las audiencias, conformación de audiencias y perfil comunicacional”) y empresaria (“modelo o criterios para el desarrollo de la administración, el financiamiento y su proyección económica”). Y son llevadas a cabo por una cuarta perspectiva: la forma en que se organiza el trabajo (Villamayor y Lamas, 1998, p. 20).

Otro aspecto al que los autores atienden es que la gestión tiene dimensiones interna y externa: la interna es cómo se organiza el trabajo hacia adentro de la emisora; y la externa, las relaciones con los actores con los que la radio debe interactuar (Villamayor y Lamas, 1998).

En Lamas y Tordini (2007) se clasifican las dimensiones de la gestión de una radio comunitaria en político-cultural, comunicacional (allí ubican al proyecto radiofónico como tal y a la comunicación interna y externa, es decir, las relaciones en el equipo de trabajo y la difusión), económica y organizacional.

Para ALER y AMARC-ALC (2008) la sostenibilidad definida como “el proceso paralelo a todo emprendimiento e iniciativa social, que permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y la posibilidad de realizar ajustes y cambios necesarios” (p. 10) puede ser abordada desde tres dimensiones articuladas: lo organizacional, lo social y lo económico. En este modelo, la sostenibilidad funciona como la base para lo que se denomina Proyecto Político Comunicacional, pero está por fuera: la dimensión política, los postulados, los principios, están en el PPC.

Jaimes et al (2014) toman la propuesta de ALER y AMARC-ALC y definen que la sostenibilidad tiene tres dimensiones: una económica (definida como costos de instalación y de funcionamiento), otra organizativa (los roles para el funcionamiento interno, con un fuerte componente de participación) y otra social (la vinculación con otros actores sociales y la articulación territorial). Sin embargo, como AMARC-ALC (2008) toman a la sostenibilidad como uno de los cuatro elementos del Proyecto Político-Comunicativo. Los restantes son los sentidos (las representaciones que tiene el proyecto, lo que quiere decir), la estética (cómo lo dirá) y la incidencia (qué es lo que se quiere transformar, sobre qué se intentará incidir) (Jaimes et al, 2014).

Según Gumucio Dagron (2005) existen la sostenibilidad económica, la sostenibilidad social (“Su vinculación con los actores sociales es lo que garantiza su permanencia en el tiempo y su consolidación.” [p. 9]) y la sostenibilidad institucional (“La legislación, la reglamentación y las políticas estatales (...), la propiedad del medio, la organización interna, las relaciones laborales, los mecanismos y la transparencia de la gestión” [p. 13] y también la generación de redes). Allí, los contenidos de la programación aparecen por fuera, como expresión de las dimensiones de la gestión.

En la misma tónica, UNESCO, en su documento *Community Radio and Sustainability. A Participatory Research Initiative* (2015) establece tres dimensiones para la sostenibilidad de una radio comunitaria: la financiera (dentro de la cual debe observarse la infraestructura, las fuentes de financiamiento, la administración), la social (vinculaciones con la comunidad, participación, igualdad de género en la participación) y la institucional (visión y misión, temas prioritarios de organización).

Para Villamayor y Marino (2011) existen las dimensiones político-cultural (“el modo de accionar el proyecto que es también un modo de pensarlo” [p. 19]), jurídica (“conocer el sistema democrático, lo que implica en ese juego las normativas vigentes y las por lograr” [p. 20]), comunicacional (“Quiénes hablamos, de qué hablamos, qué temas, que razones para hacerlo, a quienes hablamos, en qué contexto lo hacemos, identificando qué tipos de conflictos sociales, trabajando causas, consecuencias, a través de qué perspectivas y desatando qué tipo de procesos comunicacionales” [p. 20]), organizacional (“roles, tareas y el modo de relacionar unos y otros, áreas, departamentos, unidades de gestión o equipos de trabajo” [p. 21]), económica (“cómo se idea la sostenibilidad del proyecto, su presupuesto, su financiamiento, la administración de las platas, la generación de la misma, y el modo en que se idea el crecimiento” [p. 21]), administrativa (“relaciones contractuales ya sea que definamos trabajadores, rentas o voluntarios para identificar de manera clara roles y tareas, tiempos y dedicaciones” [p. 22]), de comunicación institucional y organizacional (“tiene que ver con el sistema de información y comunicación interna y externa” [p. 22]). Se agrega a estas la dimensión del trabajo en red: “Es el despliegue por excelencia de las alianzas con actores con quienes queremos operar y ser estratégicos para lograr la democratización de la comunicación y la cultura en una sociedad.” (Marino, s/f, p. 7).

Ramos (2013), por su parte, retoma a Villamayor y Lamas (1998) pero con algunas diferencias. Clasifica las dimensiones de la gestión de una radio comunitaria en: político-cultural, comunicacional, organizacional, y económica-técnica, donde incluye lo financiero y también lo tecnológico como recurso.

Montells (2007a, 2007b) refiere específicamente a la dimensión artística como una dimensión del trabajo en las radios comunitarias. Resulta importante señalarla por cuanto Montells es uno de los responsables de la artística institucional de La Tribu en el período estudiado. Sin embargo, lo estético queda subsumido como una subdimensión de lo comunicacional en la clasificación que aquí se elige.

Nuevas corrientes empiezan a considerar una nueva dimensión en la gestión de las organizaciones: la afectiva o emocional (Camio, 2014; Tamayo, Del Río y García, 2014; Madariaga, 2016). Esta dimensión atraviesa toda la dinámica de las organizaciones y tiene que ver con las relaciones interpersonales, motivaciones, placeres, disgustos, y otros sentimientos que aparecen en la cotidianidad de las organizaciones y que pueden condicionar su funcionamiento o ser condicionadas por el tipo de funcionamiento. Esta dimensión puede ser entendida como una parte de la dimensión organizacional en las conceptualizaciones aquí relevadas.

Binder, Fisher y Godinez Galay (2017) toman las clasificaciones de las dimensiones de la gestión y optan por resumirlas en tres grandes grupos: la económico-administrativa, la política y la comunicacional, clasificación que será utilizada en la presente investigación.

La dimensión económico-administrativa consiste en los recursos que necesita la emisora para funcionar, incluidos la infraestructura, espacio físico y también la administración y el trabajo humano.

La dimensión política son los valores nucleares de la organización, los objetivos y las formas de llevarlos a cabo, incluida su “propuesta sobre las relaciones de poder” (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017, p. 26). En la dimensión política también se incluye la forma en que se organiza la radio y el trabajo, porque muchos de los valores que emanan de los objetivos programáticos, se expresan en la forma en ejecutarlos. Por eso, si bien algunos aspectos estrictamente administrativos están incluidos en la dimensión económica, otros como los métodos en la toma de decisiones, la existencia o no de jerarquías estrictas, el modelo jurídico que eligen tener y la forma de llevarlo a cabo, entre otras cosas, hacen a la dimensión política porque hacen a la cultura de organizarse y desarrollar el trabajo de acuerdo a los valores que la emisora pretende para la sociedad que desea transformar, y eso es un aspecto de lo político. Esto es posible entenderlo desde la noción de política prefigurativa, que trabaja justamente sobre cómo la forma de organizarse lleva inscriptos los principios políticos que guían la práctica:

Dentro de la tradición de experiencias inscriptas en perspectivas emancipatorias, se destacan los movimientos populares herederos de ciertas miradas de raigambre autónoma, que se plantean un tipo de construcción que se define por intentar “desde el ahora” producir transformaciones en sus propias prácticas de lucha, que anticipen –o “prefiguren”– la nueva sociedad a la que aspiran. (...) (M)uchos de estos movimientos latinoamericanos comparten una

vocación común por reinventar la praxis política, a través de la apelación a la horizontalidad, la solidaridad, la conciencia crítica y el despliegue de diversas acciones de auto-organización territorial. (Ouvina, 2013, p. 78)

La dimensión comunicacional, por su parte, incluye los contenidos que un proyecto de radio comunitaria elabora y pone a disposición, y donde, se espera, se vuelcan las visiones de mundo que justifican el proyecto (causas, temas, enfoques, estéticas). En principio, se trata de la programación radiofónica que emiten las antenas, pero también otro tipo de contenidos y productos como el logo y la gráfica general, libros, discos, publicidades de la emisora en la vía pública o en medios gráficos, y actividades de diverso tipo. La forma en que los contenidos se producen es un aspecto organizacional que forma parte de esta dimensión.

Respecto de la intersección entre dimensiones, espacio de interés de esta investigación, dice Cravé (2011) que “en el caso de las radios comunitarias, el proyecto político no se esconde, sino todo lo contrario, es la bandera que distingue y convoca, adquiriendo una estética propia que lo identifica y lo diferencia del resto de las radios” (p. 44).

AMARC-ALC e Interconexiones (2006) definen que

Las estrategias de comunicación que las radios comunitarias diseñan son la expresión de sus proyectos político culturales y sus modos de hacerlo vívido. Manifiestan las decisiones tomadas al interior de cada radio y en las redes nacionales, regionales e internacionales para construir ese otro mundo, en este mundo. (p. 3)

Interesa constatar si lo comunicacional responde a lo político, y saber si la artística institucional es un espacio especialmente elocuente donde puede expresarse esta relación.

1.3. La artística institucional de la radio

La dimensión comunicacional de una radio comunitaria puede estar compuesta por programas de producción propia y de producción independiente; productos eventuales físicos (cds, libros) o virtuales (discos virtuales, newsletters); acontecimientos (fiestas, eventos, recitales); gráficas

(posters, imagen institucional, logo); territorio digital (página web, redes sociales, plataformas de podcast); y artística (incluida la institucional).

Esto coincide con lo que Villamayor y Lamas (1998) llaman *comunicación externa*, “integrada por la imagen sonora, audiovisual y gráfica de la radio y por la comunicación y difusión de las actividades que ésta realiza” (p. 128).

Lo comunicacional en una radio comunitaria, entonces, se compone, entre otras cosas, de la producción sonora que se emite al aire de la emisora, pero no solo eso. Dentro de esta producción, se hará hincapié en la artística institucional, que será definida como el conjunto de piezas sonoras que son realizadas por la emisora como institución para presentarse frente a su audiencia, más allá de los programas:

La radio habla por sus micrófonos. Un plan de comunicación institucional apunta a unificar ese discurso a veces fragmentado por las características de nuestra programación. Al unificarlo y hacerlo más claro la comunicación institucional puede ayudarnos a asociar el producto comunicacional con los objetivos político-culturales. (Villamayor y Lamas, 1998, p. 127)

La artística institucional tiene la función de unificar el discurso “oficial” de la organización hacia afuera. Se compone de spots o cuñas que rotan en las tandas publicitarias de la radio durante todo el día. En ella se expresan textos y sonidos que se convierten en la voz oficial de la emisora. Es donde ella “se dice a sí misma. Y en ese decirse evidencia una mirada del mundo” (Mac-Kay Gonza, 2015, p. 188). Interesa ver, entonces, cómo la artística institucional expresa la posición política de la emisora y completa la construcción de su identidad en un contexto económico y político determinado.

No se debe confundir lo artístico, con la artística y con la artística institucional. *Lo artístico* en sentido más abstracto o abierto trata de un aspecto de la dimensión comunicacional. Si bien parecerían conceptos intercambiables, lo comunicacional es más amplio en tanto integra el qué y el cómo, los textos y discursos capaces de convertir en palabras, sonidos e imágenes cotidianas los objetivos y postulados generales y transversales de la institución (traducción, en términos de Montells [2007b]: “cómo convertir en hechos sonoros los objetivos que nos damos como radio”). Lo artístico puede entenderse como el estricto aspecto estético de la dimensión comunicacional, su sonoridad, las decisiones de forma; algo asociado a la identidad y al diseño sonoros. Lo que aquí se

llama *lo artístico*, AMARC-ALC e Interconexiones (2006) lo entienden como una dimensión en sí misma que “atraviesa todo el aire de la radio (y) abarca una cantidad de decisiones conceptuales, políticas y técnicas, porque da cuenta de la identidad de cada proyecto” (pp. 15-16). Para Cravé (2011), es un conjunto de eslabones que generan continuidad sonora y donde si algún elemento se corre de esa línea, generará una ruptura con el oyente. Lo artístico, entonces, incluye las decisiones estéticas y formales de, en este caso, la programación: un cómo integral de lo que sonará al aire, tanto de la emisora en general como de programas en particular: estilo de musicalización, tipos de cortinas, tipos de voces a emplear, tono empleado, incluso la poética de los textos, etc.

Por otra parte, yendo a un grado más concreto de lo comunicacional, lo que se denomina aquí como *la artística* (o las artísticas) son piezas sonoras de diverso tipo que aparecen en una jornada cualquiera al aire de la emisora, cuya función es organizar el aire, ser un hilo conductor, marcar el ritmo de la programación y comunicar determinados secciones o conceptos; algo más del orden de los formatos. Puede haber artística de un programa regular, de un evento o de la emisora. Villamayor y Lamas (1998) señalan que la artística se compone de: “musicalización, artística publicitaria, artística de los programas y artística institucional” (p. 148). La de la emisora es la que se nombra aquí como *artística institucional*. Cravé (2011) las menciona como “artística autorreferencial”, lugar donde pueden convivir “el brillo artístico y la utilidad” (p. 10).

AMARC-ALC e Interconexiones (2006) las llaman “piezas institucionales” y señalan que en ellas

(...) debe ponerse en juego un estilo sonoro, una definición política, un lenguaje, un código, una mirada sobre cómo la radio concibe a la audiencia. Es el formato que condensa todas las reflexiones y decisiones que se toman sobre la identidad y el perfil de la radio, sobre qué se dice, cómo y a quiénes. (pp. 17-18)

Ramos (2013), los llama “spots institucionales” y los define como “producciones que ponen en juego estrategias expresivas que funcionan como dispositivos identitarios, despliegan creativamente distintos recursos estéticos y retóricos para constituir la imagen institucional de la radio” (p. 59). Y hace un énfasis pertinente para la presente investigación: “La identidad del proyecto político-cultural del medio se sintetiza y expresa en pequeñas piezas sonoras que van construyendo un estilo sonoro y un perfil comunicacional” (p. 59).

La artística institucional, entonces, está compuesta por cuñas o spots radiales en donde el enunciador es la radio como colectivo y que generalmente se escuchan en las tandas publicitarias de la emisora. La artística institucional es un tipo de varios que tiene la expresión comunicacional de una emisora. Para Montells (2007a) “en ese texto sonoro está expresada la perspectiva editorial, los rasgos singulares de la identidad de esa radio y la forma en que se decide poner en juego ese contenido apelando a los recursos de experimentación sonora”.

En todos los tipos de contenido que son posibles con la dimensión comunicacional puede aparecer más o menos explícitamente la dimensión política de la emisora, pero en esta investigación se analizará puntualmente la artística institucional por ser el espacio por excelencia en el que la emisora plantea sus visiones de mundo de cierta forma: con un guión consensuado, elaborado, fijado mediante la grabación, con un diseño sonoro que responde a estilo e intenciones de la emisora, y cuya característica es ser repetitivo: si bien la artística cambia, tiene una permanencia mayor que un programa, en cuyo espacio puede darse una opinión o visión de mundo pero: 1. es efímera porque se da una sola vez; 2. se confunde bastante con la mirada individual de un enunciador más delimitado (conductor, conductora o columnista de un programa). En la artística institucional no habla la voz que locuta el texto, sino que habla la organización.

Es un tipo de producción que escapa a la urgencia de una emisora radiofónica: se permite tiempos más laxos de producción y su valor de reutilización es mayor: una campaña de spots institucionales puede rotar sin variaciones todo un año, o incluso por años. Esta característica permite inferir que su producción es dedicada, que se presta mejor a procesos de creación reflexivos, asentados en reflexión colectiva, con instancias de corrección, y en la que muchas opiniones y manos pueden tener lugar. Por lo mismo, la confección de estas piezas supone un acuerdo general de los miembros de la emisora y se constituyen en carta de presentación de la organización, por un lado, y en hilo programático de la emisora, por otro; como “disciplinantes del aire, (...) elementos de costura de la programación” (Montells, 2007a), como elemento aglutinante de las programaciones de tipo mosaico, no solo en lo estético, sino en lo editorial. En las emisoras informativas comerciales, por ejemplo, donde la artística institucional no tiene una gran variedad ni parece evidenciar una posición política explícita, la costura de la programación reposa sobre los boletines informativos que suelen ser cada media hora o una hora.

Pueden ser clasificadas por su constitución: habladas, dramatizadas, cantadas, testimoniales, humorísticas (López Vigil, 2004a). Además de las cuñas o spots, que pueden durar entre quince

segundos y un minuto y medio y contienen variedad de elementos, algunas son definidas como sellos o tips (López Viil, 2004a) y su función es meramente identificatoria de la emisora y el dial. Y a veces contienen un breve eslogan.

Cravé (2011) divide las artísticas en 1. siglas, institucionales o indicativos; 2. separadores; 3. pisadores; 4. jingles o sintonías; 5. promocionales o cuñas; y 6. información (spots con datos útiles sobre la radio).

Para AMARC-ALC e Interconexiones (2006), se las puede clasificar del siguiente modo:

Algunas emisoras eligen producir institucionales informativos como «Estás escuchando Radio La voz de la sierra». Otras eligen institucionales que además declaran un objetivo o conjunto de objetivos como «Radio de la Tierra. Construyendo comunidad en la montaña». Otras se inclinan por manifestar opiniones sobre algún tema en sus piezas institucionales: «Radio del Monte. No a la deforestación de nuestros bosques». (p. 18)

Esta clasificación, adaptada, será útil para el presente análisis. Las primeras serán nombradas aquí como *informativas* (las que dan datos de la emisora), las segundas *declarativas* (las que enuncian postulados y principios generales de la visión política de la emisora) y las terceras, *de opinión* (las que vierten una expresión sobre un tema puntual de la realidad, generalmente vinculado a la coyuntura político-social).

En una tónica similar, Laura Rodríguez (2011), quien fuera parte de La Tribu, señala:

Un institucional puede contar dónde está la radio, cuál es su propuesta musical o algo de su historia: “En Tránsito, 24 años en el aire”. Puede convocar a la participación: “Sumate al Club de oyentes de FM Alas 89.1”. O puede manifestar una opinión de la emisora: “FM Paj Sachama. La Tierra es vida. No se vende”. (Rodríguez, 2011, p. 102)

La diferencia con la visión de AMARC-ALC e Interconexiones (2006) precedente, es la inclusión de un explícito llamado a la acción como una vertiente de las piezas institucionales, y la no diferenciación entre la incidencia en temas coyunturales o en temas de fondo, estructurales, de visión de mundo. Se optará por entender la visión de Rodríguez como complementaria, ya que la

posibilidad de llamar a la participación puede aparecer en diferentes tipos de pieza institucional a pesar de no estar explícitamente contemplada en la clasificación de AMARC-ALC e Interconexiones, también será tomada en cuenta.

La artística institucional incluye también eslóganes. El eslogan es “una síntesis del espíritu o de los objetivos de la radio. Los eslóganes son frases cortas y factibles de ser recordadas; diferencian nuestra radio de todas las demás y sirven para identificar el espíritu y el sentir de sus miembros” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 129). Los eslóganes, además, son señas que permiten agrupar las distintas piezas de un período bajo un mismo paraguas que aquí será llamado saga.

La propia La Tribu (2000) define a la artística como “un lugar de síntesis de ideas, de experimentación sonora, de búsqueda de un lenguaje” (p. 111). Más adelante, señalan que “representa (...) la ‘identidad sonora’ de la emisora. Un refuerzo semántico que afirma su línea editorial y estética” (Colectivo La Tribu, 2023, p. 49). Montells (2007b), uno de los encargados mucho tiempo de elaborar la artística institucional de la emisora, la define como “los espacios y estrategias donde la emisora se dice a sí misma, pone en juego públicamente una línea editorial, un campo de modos de sonar (...), un alineamiento con ciertas ideas del mundo y el contexto inmediato”. Allí se pueden traslucir más o menos explícitamente las formas de organizarse, la agenda temática del medio, la audiencia construida, etcétera (Montells, 2007b).

La economía política de la comunicación estudia las relaciones entre lo económico y lo político y los medios de comunicación, reconociendo que el escenario infocomunicacional está influido por los entornos en los que se inserta, y que su rol no debe escindirse de los contextos e intereses económicos y políticos; y por ende, del poder.

Desde esta perspectiva interesa la concepción de que las industrias culturales están atravesadas por lo económico y lo político, tanto en su funcionamiento interno como en su interacción con sus entornos. El concepto de industrias culturales, heredero del de industria cultural de la Escuela de Frankfurt, trae implícita la denuncia por la serialización y la estandarización que ejerce el mercado sobre la cultura y la comunicación. Aquí interesa entender que si bien el mercado ha hegemonizado una mirada sobre la comunicación que es mercantil, de la producción cultural como bien de consumo, no es la única concepción posible dentro del mismo escenario infocomunicacional. Otras concepciones critican esa mirada porque entienden a la comunicación

como un derecho: se trata, entre otros, de los medios comunitarios y alternativos. Dentro de ellos se hará énfasis en la radio, para abordar el subsector conocido como radio comunitaria desde los estudios latinoamericanos, que la entienden como un medio de comunicación radiofónica sin fines de lucro, que se interesa por el fortalecimiento de derechos, con objetivos transformadores y de disputa de sentido, propiedad colectiva, gestión horizontal y participativa, trabajo en red, inclusión de temáticas y enfoques poco frecuentes en los medios hegemónicos, entre otras características.

Para conocer a este sector del escenario infocomunicacional, se hace desde el estudio de la gestión y sus diferentes dimensiones, que se eligen clasificar aquí en económica-administrativa, política y comunicacional. También se hace énfasis en observar la interacción entre dimensiones por cuanto la sostenibilidad de estos proyectos es integral y sus dimensiones trabajan entrelazadas. Y también las relaciones entre los proyectos de comunicación comunitaria y sus entornos por cuanto, según la concepción de la economía política de la comunicación, es necesario comprender el desarrollo y trabajo de los medios de comunicación en relación a lo económico y político.

Para aportar en la comprensión de las características y trabajo de este tipo de medios, la presente investigación elige tomar a La Tribu como caso de estudio, y abordar el análisis de las relaciones entre dos de sus dimensiones de la gestión: la política y la comunicacional. Para ello, como será descrito en detalle en el capítulo siguiente, se elige estudiar la artística institucional de 2001 a 2009 en La Tribu, entendida como las piezas sonoras elaboradas por el colectivo, donde la organización opina y se dice a sí misma de cara a sus audiencias. La idea es analizar si eso que La Tribu dice en la artística institucional y la forma en que la elabora, tiene un correlato con lo que La Tribu piensa políticamente y con su visión de mundo. Es decir, si la dimensión política declarada por la organización, se expresa en el aire de su antena, en principio a través de la artística institucional, espacio donde la voz colectiva de la organización es expresada. De este modo, se espera hacer un aporte en el conocimiento de un subsector de los medios de comunicación que permita profundizar el estudio sobre las industrias culturales.

Capítulo 2. Marco metodológico

En el presente capítulo se describen el problema de investigación, las preguntas y los objetivos, la justificación, como así también el tipo de estudio y las técnicas empleadas. También se incluye una breve descripción del caso de estudio, con la justificación por su elección. Al estudiarse la artística institucional de una emisora comunitaria para un período determinado, también se incluye la descripción del corpus sonoro y una justificación del porqué del recorte temporal y el porqué del estudio sobre este aspecto puntual de la producción sonora. Asimismo, como la investigación analiza la dimensión política de la organización, también se explica cómo se llega a esta elaboración y qué materiales se utilizan para reconstruirla, los cuales incluyen publicaciones elaboradas por La Tribu, entrevistas a sus protagonistas y un corpus documental interno al que se tuvo acceso y que también es descripto. Finalmente se expone un estado de la cuestión que va de lo general a lo más puntual, panorama que permite ver la necesidad de la presente investigación como un aporte en los estudios sobre la radio comunitaria desde la perspectiva de la economía política de la comunicación.

2.1. Problema, objetivos y justificación

2.1.1. Problema

La radio en Argentina (y en América Latina) ha cumplido cien años de desarrollo bajo el modelo de tipo norteamericano en el que ha preponderado la iniciativa privada comercial (Becerra y Mastrini, 2011), en un mercado sostenido principalmente por publicidad (Bosetti, 2007; Mastrini y Agusti, 2005; Merayo, 2007). En esta matriz, los mercados audiovisuales tienden a concentrarse en algunas pocas manos y por ende son unos pocos jugadores los que tienen una posición dominante desde la cual ejercen su actividad, que como toda industria cultural, por el tipo de bienes que se producen, tiene implicancias no solo económicas sino también políticas, culturales, sociales (Zallo, 1988). Esa tendencia a la concentración y a la conglomeración, en algunos casos intenta ser limitada y regulada con normativas que los Estados diseñan para garantizar la competencia y la libre producción, flujo y consumo de contenidos. Pero en muchos casos el poder económico permea el poder político y esas reglas resultan insuficientes para garantizar el ejercicio de derechos de

comunicación como la libertad de expresión y el derecho a la información en sistemas diversos y plurales.

En ese contexto, la emergencia del tercer sector de la comunicación que aquí es referido genéricamente como *comunitario*, aparece para concretar necesidades comunicativas, culturales, sociales, políticas e incluso económicas en los bordes del gran mercado y durante mucho tiempo y en muchos casos, al margen de los sistemas normativos (Gómez Germano, 2010). Este actor se hace especialmente relevante en América Latina, que ofrece un contexto de alta concentración mediática (Becerra y Mastrini, 2011; Becerra, 2015; Bosetti, 2007; de Moraes, 2011) y donde la desigualdad económica –y de otros tipos– es acuciante (Gasparini, Cicowiez y Sosa Escudero, 2012; Pardo Beltrán, 2014). Concretamente es la radio comunitaria la que se ha erigido como el actor que mejor pudo llevar a cabo prácticas emancipatorias y participativas (Kejval, 2018; Pulleiro, 2012) que, sin dejar de convivir en el mismo escenario de las industrias culturales, ofrece una mirada de la comunicación y la cultura basada en la construcción de identidades colectivas (Peppino Barale, 1998) y el ejercicio y fortalecimiento de derechos, y no en el lucro.

Las radios comunitarias en América Latina han debido y podido sostenerse a pesar de la fragilidad de sus condiciones: fragilidades económicas, infraestructurales, de capacitación, de recursos humanos, legales, entre otras (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017). Y a pesar de ello, el movimiento de radios comunitarias ha proliferado, se ha sabido adaptar, ha permanecido y ha cumplido sus roles sociales en un contexto mercantil, concentrado y excluyente. Es menester entonces indagar los recorridos de estas emisoras para obtener de ellas aprendizajes que permitan analizar y entender cómo han hecho y cómo siguen haciendo para tener continuidad y, con mayor o menor éxito, ayudar a transformar las injusticias del mundo en el que se insertan. Con ello, se busca ensanchar el conocimiento sobre las industrias culturales desde una perspectiva que reconoce que el actuar de los medios de comunicación tiene implicancias económicas y políticas.

La gran riqueza de experiencias de radio comunitaria en la región hace imperioso narrar sus recorridos. Si bien hay textos fundamentales que marcan el camino para construir esa memoria y ese desarrollo, es necesario seguir contribuyendo al registro de los derroteros de estas emisoras, sus capacidades, su creatividad y sus características. Este trabajo es un esfuerzo más en ese sentido: el que se plantea poner la lupa sobre los procesos productivos y los objetivos políticos de estas experiencias, comenzando por un caso particular y paradigmático (La Tribu) en un momento determinado y clave (la primera década de los 2000) y a través de poner el foco en un aspecto

particular de la producción sonora (la artística institucional) a fines de obtener indicios, regularidades e información sobre las dimensiones política y comunicacional de la gestión de un caso concreto, y su relación con el entorno, para hacer un aporte que más allá del presente texto funcione como puntapié para indagar en otros recorridos. El norte es conocer un poco más a un subsector clave del escenario infocomunicacional como lo es el de la radio comunitaria para conocer mejor a las industrias culturales.

2.1.2. Preguntas y objetivos

Una pregunta guía este camino: ¿Es la artística institucional un espacio donde se encuentran las dimensiones comunicacional y política de La Tribu, es decir, donde se expresa en contenidos sonoros la posición política de la emisora en su contexto? Y en tal caso ¿de qué manera?

El recorrido que aquí se propone se enmarca en la economía política de la comunicación, puntualizando en estudiar la gestión y funcionamiento de los medios comunitarios en relación con el contexto (De Mateo, Bergés, Sabater, 2009; Caro González, 2007). De este modo, desde la economía política de la comunicación se estudia la forma en que se desarrolla un caso de radio comunitaria, atendiendo a cómo son la gestión y las dimensiones de la sostenibilidad y organización internas de una radio comunitaria y cómo entablan relación con el entorno político, económico y de las industrias infocomunicacionales. En este sentido, algunas preguntas más aparecen para puntualizar el recorrido que aquí se propone: ¿Sobre qué temas y causas le interesa a la emisora incidir? ¿Cuál es su perspectiva política? ¿De qué temas se habla en la artística institucional de la emisora en el período elegido? ¿Cómo se realizan las piezas sonoras que integran la artística institucional? ¿Qué principios políticos de la organización son puestos en sonidos en la artística institucional? ¿Y qué hechos identificables de la realidad aparecen tematizados o referidos en esas piezas sonoras?

El objetivo general de la presente investigación es explorar la relación existente entre la dimensión política y la dimensión comunicacional de una radio comunitaria dentro del contexto de las industrias culturales y dar cuenta de cómo los postulados y objetivos políticos de este tipo de experiencias comunicacionales son concretados en la práctica de su trabajo cotidiano y expresados en sus emisiones.

Para ello, se buscará comprender cuál es la dimensión política de una radio comunitaria en particular, si esos principios o posicionamientos se hacen concretos en el discurso emanado al aire -

al menos en su artística institucional-, y cómo esa artística (la voz oficial de la emisora) se construye y se relaciona con el entorno.

Para ello, se analizará el caso de la artística institucional de La Tribu entre los años 2001 y 2009, con los siguientes objetivos específicos:

- Objetivo 1. Caracterizar la dimensión política de La Tribu.
- Objetivo 2. Describir la artística institucional de La Tribu e identificar referencias a hechos y temas de la realidad en sentido amplio y de la actualidad en sentido concreto.
- Objetivo 3. Indagar en las dinámicas de producción de la artística institucional de La Tribu.
- Objetivo 4. Identificar correspondencias entre la artística institucional de La Tribu del período y los marcos conceptuales de la dimensión política de la emisora.

La hipótesis que guía este trabajo es que La Tribu expresa en sus antenas aquello que piensa del mundo, y que la artística institucional es un lugar por excelencia para desplegar la voz institucional. Es decir, que hay una correspondencia entre la dimensión comunicacional y la dimensión política de la organización que se revela en la artística institucional. Al mismo tiempo, el contexto económico, político y comunicacional donde se inserta la emisora influye en los temas sobre los cuales la emisora opina e intenta incidir.

2.1.3. Justificación

La importancia de abordar esta investigación reside en que no se puede entender a los medios de comunicación sin conocer y entender al actor comunitario, que es parte protagónica de este escenario y cuyo rol es fundamental para que los sistemas de medios sean más democráticos.

Las industrias culturales en América Latina se han desarrollado privilegiando una visión comercial que ubica a la comunicación como un mero bien de consumo, visión heredada del modelo norteamericano (Califano, Rossi y Mastrini, 2012). Esa visión mercantil, que nace con la radiodifusión en América Latina, es la que se impone como preponderante y se va consolidando con el correr del tiempo (incluidos los procesos dictatoriales y las posteriores democracias neoliberales). Esto vino aparejado con una concentración del mercado de la comunicación en pocas manos. Los desarrollos tecnológicos, llamados a ser vías de respiro para democratizar el acceso a estos bienes, no alcanzaron a revertir la iniquidad y en algunos casos agregaron brechas a las ya existentes: la desigualdad en la región se expresa también en una desigualdad en las posibilidades de amplios

sectores de la ciudadanía a acceder al uso de bienes, tecnologías y participar en los medios masivos de comunicación: “Si bien algunos índices de acceso tecnológico crecieron en los años 90, se aprecia que la posibilidad de un consumo cultural diversificado queda limitada a una porción minoritaria de la población” (Becerra y Mastrini, 2004, p. 2). Las radios comunitarias, en este contexto, emergen como depositarias de una necesidad comunicacional, y han servido durante toda su historia para aminorar los efectos excluyentes de las desigualdades en la región.

El llamado sector comunitario de los medios es desde hace mucho tiempo un sector clave del escenario infocomunicacional. Pese a que ha sufrido embates y dificultades a nivel económico, legal, infraestructural y hasta sufrido presiones y hechos de violencia, se ha sostenido y desarrollado, con mayor o menor suceso, mayor o menor poder de incidencia, y con variedad de formas y expresiones. Este trabajo está guiado por la noción de que el subsector comunitario de los medios es fundamental para propender a sistemas de medios democráticos, por ser en este tipo de medios donde se ejerce la diversidad y el pluralismo por la vía de dar acceso al micrófono a sectores de la ciudadanía normalmente relegados de los medios masivos de comunicación. Ya es un consenso (y algunas normativas como la argentina así lo evidencian) el hecho de reconocer que el escenario mediático puede ser dividido en tres grandes tipos de actores (públicos, comerciales y comunitarios) y que es deseable asegurar el buen desarrollo de los tres. Entre los indicadores de desarrollo mediático que propone UNESCO (2008), la presencia de los medios comunitarios es una constante: allí se considera necesario medir si “el Estado promueve activamente el desarrollo del sector mediático de manera que evite una indebida concentración y asegure la pluralidad y transparencia de la propiedad y el contenido entre los medios públicos, privados y comunitarios” (p. 7).

Desde esa perspectiva, es necesario seguir ahondando en el conocimiento del sector comunitario, alternativo y popular de los medios de comunicación, como un sector particular del escenario mediático que, formando parte de las industrias culturales, puede discutir algunos preceptos del mercado de la comunicación, oponiendo a la visión que entiende a la comunicación como una mercancía o un factor dinamizador de la economía, una visión en la que la comunicación, ante todo, es un derecho; un derecho que se ejerce –a priori y en un sentido ideal– sin intermediarios. En esa perspectiva, es menester seguir aportando al estudio y comprensión de este sector variopinto y diverso, desde su forma de funcionamiento interna (dinámicas productivas, dimensiones de la gestión), pero siempre en vinculación con la realidad social: el análisis de cómo se estructura un medio, entonces, no puede ser despojado de los entornos general y específico (Caro

González, 2007; de Mateo, Bergés y Sabater, 2009) en el que se inserta. Por eso, se estudia aquí la forma en que la dimensión comunicacional de un caso de radio comunitaria, se relaciona con la coyuntura y es capaz de llevar a cabo y concretizar principios políticos de la organización y editorializar sobre momentos históricos de la realidad. Acaso observar esta intersección entre la dimensión comunicacional y la dimensión política sea un aporte para seguir delineando definiciones sobre el subsector y conociendo un actor fundamental para que en los sistemas de medios de la región exista una mirada democrática y se fortalezca el ejercicio de derechos.

2.1.4. Motivaciones

Lo que motiva a realizar esta investigación es que este es un sector variopinto que, sobre todo en América Latina, incluye experiencias diversas, que se agrupan según diferentes tradiciones o recorridos históricos, y así y todo se reconocen todas parte del amplio campo de los llamados medios comunitarios. Muchos autores han hecho esfuerzos para establecer qué define al sector comunitario de los medios. El estudio de casos en profundidad arroja luz sobre esas definiciones, ya sea confirmando algunos aspectos generales, demostrando la expresión concreta de algunas definiciones teóricas, o llamando a la necesidad de observar nuevos enfoques.

Por otra parte, existe consenso respecto de que la sostenibilidad de este tipo de medios se lleva a cabo con una gestión multidimensional. Varios autores en la región han estudiado esas dimensiones y las han nombrado con fines tanto analíticos como propiamente organizativos hacia el interior de los medios. Y si bien también se reconoce que la sostenibilidad de los medios comunitarios se garantiza con dimensiones de la gestión que se interrelacionan, aún se carece de estudios suficientes dedicados a observar la forma en que esa relación entre dimensiones se da en casos concretos. Se entiende, por tanto, que hacer un aporte que ayude a cubrir este vacío, aportará en el camino de seguir conociendo en profundidad a una parte importante del escenario infocomunicacional en la región, como lo es el de los medios comunitarios.

A veces pareciera que cuando se estudia a los medios de comunicación y se reconoce la importancia de los medios comunitarios (y sobre todo de la radio comunitaria) en ese ecosistema, se hace analizando solo documentos y marcos teóricos, entrevistando protagonistas, y hay una ausencia de los contenidos que se producen. Y lo que producen es importante no solo para el campo de las reflexiones semióticas o análisis del discurso: también lo es para la comprensión de las industrias culturales y su relación con el contexto, porque “cualquier intento de abordaje analítico

que pretenda una clasificación que no tenga en cuenta el contexto histórico-social en que cada experiencia de comunicación alternativa se desarrolla puede volverse cristizador” (Pulleiro, 2012, p. 27). Y entendiendo al contexto como los entornos general y específico (Caro González, 2007; De Mateo, Bergés y Sabater, 2009), en el que las radios comunitarias se desenvuelven.

Para estudiar ese punto se aprovechará una oportunidad que también motivó este trabajo: la posibilidad de acceder al archivo sonoro histórico de la emisora, que constituye un acervo muy valioso para estudiar y comprender los recorridos que ha hecho el caso de estudio como un exponente del subsector de la radio comunitaria dentro de todo el escenario de las industrias culturales. Dentro de este marco de acción, se eligió analizar la artística institucional por entenderla como un espacio por excelencia en el cual cada emisora como organización expresa sus puntos de vista institucionales: las características productivas y formales de este tipo de piezas las constituyen, a priori, como el terreno indicado donde la emisora puede expresar su voz institucional, mucho más que en los programas propios, y ni hablar que respecto de programas de terceros que tienen lugar en la grilla de la radio.

2.2. Tipo de estudio y técnicas

2.2.1. Estudio de caso exploratorio

La presente investigación se trata de un estudio de caso exploratorio con abordaje cualitativo (Coller, 2000). Un caso es definido como un objeto de estudio “con unas fronteras más o menos claras que se analiza en su contexto y que se considera relevante bien sea para comprobar, ilustrar o construir una teoría o una parte de ella, bien sea por su valor intrínseco” (Coller, 2000, p. 29). Entre las características del presente caso, se trata de un objeto con fronteras delimitadas (lo que hace la emisora) y de tipo instrumental, porque se planea ilustrar con él algunos conceptos y perspectivas teóricas. El estudio de este tipo de casos “permite conocer mejor la población de fenómenos o de casos similares” (Coller, 2000, p. 34). A su vez, es de naturaleza ejemplar y temporalmente histórico (Coller, 2000). Como todo caso, no es representativo, con lo cual no se arriba con el análisis a generalizaciones, pero bien puede servir de indicio para futuros análisis o comparaciones.

Para realizar el estudio se hacen entrevistas semiestructuradas o en profundidad (Coller, 2000) donde hay un cuestionario previo, con preguntas guía agrupadas por tema, y algunas de ellas abiertas, para permitir al entrevistado expresarse y al investigador profundizar, repreguntar,

enfatar. En las entrevistas se privilegia la fluidez de la charla como método para obtener la información, más que el cumplimiento a rajatablas de un listado de preguntas preestablecidas.

También se emplea la técnica de bola de nieve (Alloatti, 2014) que consiste en consultar a los propios entrevistados sobre nuevos entrevistados que es importante contactar o documentos a los que acceder. Teniendo en cuenta que se hacen entrevistas individuales sobre un período del pasado, e indagando cuestiones en las que se juegan percepciones personales, se hace clave hacer varias entrevistas de modo de no solo obtener información nueva, sino contrastar testimonios, y éstos con los documentos y la observación propia del analista. Con esta triangulación se quiere abordar la realidad de la forma más completa y evitar las contradicciones más graves que puedan aparecer en los relatos. Si un entrevistado recuerda algo y otro algo contradictorio, se podrá definir lo que sucedió con el testimonio de nuevos entrevistados. Si la contradicción es especialmente importante, se mencionará.

Asimismo se emplea el análisis de marcos conceptuales (Viejo Viñas, 2008) mediante el cual se analizan documentos y entrevistas acerca de la dimensión política de la emisora, y se ponen en juego con las operaciones de diagnóstico, pronóstico y motivación (Viejo Viñas, 2008). Esta técnica es especialmente útil para analizar los discursos políticos de organizaciones sociales y sus motivaciones, particularmente los publicados en los medios de comunicación, entendiendo a los discursos políticos como “el lugar donde se configuran los distintos constructos ideológicos mediante los cuales los grupos humanos disponen de capacidad para interpretar, entender e incluso producir la realidad” (Viejo Viñas, 2008, p. 6). Se entiende que las decisiones de una organización no son unidimensionales sino producto de tensiones en las que intervienen los individuos y también los entornos, lo cual lo hace pertinente en un análisis desde la economía política de la comunicación: “El análisis de marcos (...) radica su interés metodológico en la comprensión contextual de la decisión” (p. 4). Este contexto “implica el diagnóstico de la situación en que el actor se encuentra, el pronóstico de aquello que podrá llegar a ocurrir, así como la motivación necesaria para decidirse a actuar” (p. 5). Lo que esta técnica viene a solucionar es cómo acceder a la dimensión política expresada por La Tribu y cómo clasificar y entender esos postulados, lo cual será necesario para constatar si lo que la emisora piensa, también lo dice, cuándo, cómo y por qué. De este modo, para construir los marcos conceptuales que definen la dimensión política de La Tribu se hace útil observar qué identifica La Tribu como problemático y quiénes son los responsables (marco de diagnóstico), cómo habría de transformarse esa situación problemática (marco de pronóstico) y

cómo sostiene La Tribu que la acción colectiva provocará esas transformaciones necesarias (marco de motivación).

El abordaje metodológico también está atravesado por dos conceptos de relevancia que propone Jesús Martín-Barbero (2008): la exploración de prácticas concretas (lo que efectivamente hace La Tribu) y la propuesta del entrecruzamiento, de las encrucijadas (en este caso, de dos dimensiones de la gestión, pero en un sentido amplio también entre mercado y fines sociales, entre industria y activismo, entre lo local y lo regional, entre estética y política, etc.). La lógica subyacente es la de utilizar los marcos y definiciones como referencias pero no como limitantes donde se fuerce el análisis de lo que sucede en la realidad. Adicionalmente, el abordaje está guiado por la noción de Mosco (2009b) para quien “[m]ás que prestar demasiada atención al texto, la economía política debería mejor decir que necesita prestar mayor atención, pero dedicándose al texto dentro de un análisis político-económico completo” (p. 208). En este caso, atender a las piezas sonoras en relación al contexto político y económico como una arista de la economía política de la comunicación que permita entender la forma de trabajo de la emisora elegida. La economía política de la comunicación permite, entonces, abordar el análisis de las piezas sonoras pero no en sí mismas, sino en diálogo con el contexto político, económico y mediático en el que actúa la emisora.

2.2.2. Justificación de elección del caso

La elección de La Tribu como caso de estudio responde a varias motivaciones, pero se pueden resumir en su relevancia y naturaleza (Coller, 2000). Por un lado, el recorrido histórico de la emisora, que la erige como una de las radios comunitarias más antiguas de la Argentina, fundada en 1989. Su vasto camino recorrido se suma a la importancia que la emisora ha tenido y tiene como referente del movimiento de radios comunitarias de la región, por su creatividad, por su forma de gestión, por su capacidad de incidencia, de generar redes y procesos de capacitación, por su producción teórica, y por la originalidad de su propuesta.

Así, su recorrido y fortaleza hacen que exista en la emisora un grado de discusión y sistematización política valorable a la hora de indagar en las dimensiones de la gestión. La producción documental interna y externa constituye un bagaje bibliográfico útil que no todas las emisoras poseen.

Por otra parte, la cercanía del autor con la emisora e integrantes de diferentes épocas se convierte en una virtud (Coller, 2000), lo cual se hace práctico a la hora de solicitar información,

contactos y entrevistas. Asimismo, el acceso al archivo sonoro y documental interno de la emisora ha sido clave en la elección del caso de estudio.

Breve descripción del caso

La Tribu es una emisora nacida en 1989, impulsada por un grupo de estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, en su mayoría militantes de la Juventud Comunista, pero críticos de la conducción del Partido durante los años de la dictadura.

El proyecto surge entonces como una radio estudiantil, identificada con la izquierda pero crítica de la izquierda tradicional. La primera influencia es de las radios alternativas europeas. Pero pronto, con la radio funcionando, apareció la influencia de las radios comunitarias latinoamericanas.

La primera sede fue el departamento A del piso 14 del edificio de la calle Gascón 552 (DIN03/90) con un mástil de 36 metros (DIN01/89), en el barrio de Almagro. Y su condición, la clandestinidad. Eligieron instalarla en ese barrio porque analizaron en qué lugar geográfico de la ciudad de Buenos Aires había mayor concentración de estudiantes. Todo fue hecho de forma artesanal y se lanzaron a emitir con dinero suficiente para solo tres meses de alquiler del inmueble.

En el año 1990 se independizaron de su origen relacionado al Partido Comunista. Dejaron de ser la radio de los estudiantes, para definirse como radio barrial, porque veían que diferentes organizaciones sociales, culturales y políticas de Almagro empezaban a acercarse a la emisora. Ese año también se inscribieron ante el Comité Federal de Radiodifusión con el número 1360 (DIN02/90), lo que les daría en agosto del año siguiente una “autorización precaria y provisional” (DIN05/91).

Pronto fue evidente que allí funcionaba una emisora, y tuvieron que mudarse por quejas de los vecinos. En 1991 decidieron irse del departamento de Gascón y buscar un nuevo espacio. Allí encontraron El Club de las Bellas Artes, un centro cultural que funcionaba en un ex hotel de inmigrantes en la calle Lambaré 873, también en Almagro. Allí funcionaban diversidad de actividades: gente que hacía artesanías, cuadros, teatro, una profesora de piano y un bar. Entre todos sostenían la casa. Y allí les alquilaron una habitación donde comenzar. Al año siguiente, los otros ocupantes de la casa fueron abandonando sus actividades y La Tribu se hizo cargo de todo el espacio, como hasta el día de hoy.

En mayo de 1992 se inscribieron como FM La Tribu Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) (DIN06/92), una figura de empresa que la Ley de Radiodifusión vigente exigía para poder gestionar un medio de comunicación, aún prohibidos para organizaciones sin fines de lucro. Ese mismo año participaron del encuentro de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en México, y eso marcó la definitiva pertenencia de la emisora al movimiento de radios comunitarias latinoamericanas.

El 25 de julio de 1996 se inscribieron como Asociación Civil La Tribu con la presidencia formal de Ernesto Lamas (DIN08/96) y mantuvieron en paralelo las dos figuras jurídicas: la SRL, que les permitía operar según la Ley de Radiodifusión vigente, y la asociación civil que les permitía gestionar el proyecto de una forma más cercana al espíritu con el que se desarrollaba.

En 1996 comenzaron a discutir la necesidad de una refundación, que se empezó a concretar en 1997. La Tribu se replanteó el trabajo hacia el interior y su rol hacia afuera, se consolidó económicamente y el proyecto se construyó más allá de lo radiofónico, constituyéndose como el Espacio La Tribu: medios-comunicación-cultura (Colectivo La Tribu, 2000).

La Tribu no es una radio que esté cómoda con el concepto de dirección, y de hecho, los períodos en que hubo referentes puntuales, siempre se sostuvo en relación a la conformación de una asamblea. Desde los inicios la dirección estuvo a cargo de los cuatro fundadores: Ernesto Lamas, Damián Valls, Hugo Lewin y Claudio Vívori. En 1997, luego de la refundación, Damián Valls quedó como director, y posteriormente, los referentes fueron Gastón Montells y Rodrigo Tornero, sucesivamente.

Con la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en octubre de 2009, se permite operar una estación de radio sin tener fines de lucro. Ese año se inscribieron en el censo de emisoras (DIN09/10) y en marzo de 2011 inscribieron su autorización a nombre de la asociación civil, ya no a la SRL, para que en agosto finalmente se les adjudicara la licencia.

Entre fines de 2010 e inicios de 2011 se dio la salida de miembros de las primeras camadas y empezó un período de transición y una segunda refundación. Ese mismo 2011 se replanteó la organización, se renovó gran parte de los integrantes, y se convocó a una nueva asamblea con una coordinación y la dirección de Diego Skliar hasta 2018, aunque nunca esa figura formal de director fue realmente significativa al interior de la dinámica de trabajo. Por otra parte, existe la figura de

presidente de la asociación civil que fue ejercida en períodos de dos años por Rodrigo Tornero, Sabina Mina, Rafael López Binaghi, María Naiberger, Alejandro Demasi, y Paula Prati.

El funcionamiento de la gestión es asambleario y desde 2012 tiene la misma forma: sus diferentes áreas (radio, comunicación, bar) tienen su dinámica de trabajo propia para tomar decisiones operativas; luego, los coordinadores de las áreas y los tres cargos de la asociación civil forman la coordinación general de la radio que se reúne semanalmente; la asamblea general se reúne cada dos meses con todos los integrantes de la gestión, y funciona como órgano máximo de discusión y decisión. Además, los meses que no hay asamblea hay una instancia de plenario, que es de discusión política y no de toma de decisiones.

La radio nació entonces como un instrumento de comunicación al servicio de ideas y acciones de un grupo de militantes que ya venían desarrollando sus actividades en distintas otras formas. De este modo, se constata el uso de la radio comunitaria como una herramienta de comunicación y difusión para organizaciones sociales. Pero muy pronto se independizaron y se constituyeron como una organización en sí misma. Y luego fueron ampliando las actividades y las áreas de intervención, todas en torno a la comunicación y la cultura.

La Tribu es una emisora comunitaria y alternativa de FM, una radio de jóvenes de izquierda, de clase media urbana en pleno centro geográfico de la ciudad de Buenos Aires, pero ya no es solo una radio en su acepción tradicional, sino que naciendo radio, se expande: también es una radio por Internet, una página web, una agencia de noticias, una productora de podcasts, un espacio cultural, es sus redes sociales, un centro de capacitación, un bar, etcétera. Este, como tantos otros casos, muestran que los sectores de las industrias culturales se relacionan, interactúan, que la convergencia es tecnológica pero también económica, productiva, de usos. Por eso, desde la refundación de 1997 La Tribu, sin dejar de definirse básicamente como una radio, también se definió como un espacio de medios, comunicación y cultura (Colectivo La Tribu, 2000).

La Tribu también ha sido importante por su capacidad de aglutinar e impulsar al movimiento de radios comunitarias y alternativas de la Argentina y de América Latina. Así, además de ser una influencia en sus formas de trabajo, ha estado asociada al Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y ha sido parte del impulso de la mesa nacional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), de su agencia de noticias Púlsar, y ha liderado trabajos regionales de capacitación, publicación y producción.

Además de sostener una grilla de programación con diversidad de temas, organizaciones y voces, La Tribu ha editado libros, revistas, discos, y organizado decenas de eventos culturales y participado de iniciativas sociales y políticas que exceden lo radiofónico.

2.2.3. Justificación del recorte temporal

Se investiga sobre lo realizado en el período que va desde el año 2001 al año 2009. Por una parte, se trata de la segunda década de recorrido de la emisora, lo cual supone cierto grado de madurez en el proyecto que podía no encontrarse en la primera década en la cual se intuye que las acciones podían ser más impulsivas, intempestivas y menos planificadas, y eso podía contaminar el abordaje. Pero fundamentalmente, en el contexto de la economía política de la comunicación, se elige esa década por ser ciertamente significativa para el desarrollo de los medios comunitarios en Argentina y su rol en el contexto político y económico, ya que se inicia con el año de la crisis política y social de 2001, que dio lugar entre otras cosas a una proliferación sin precedentes de experiencias alternativas de comunicación de todo tipo; y se cierra con el año de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, primera norma para los medios de comunicación que reconoce e incluye al actor comunitario. Por otra parte, abordar una década que terminó hace más de diez años, permite tener una mejor perspectiva sobre lo allí recorrido.

Esta periodización es similar a la elegida por Kejval (2018). La autora analiza los recorridos políticos de las radios comunitarias en la Argentina y detalla un período al que llama “entre la articulación y la dispersión” (p. 129) que inicia con las revueltas del 19 y 20 de diciembre de 2001, pero que finaliza en marzo de 2008, con lo que señala como la radicalización del enfrentamiento del gobierno nacional con el Grupo Clarín. La presente investigación prefiere extender ese período: hacia atrás para poder observar el clima previo al estallido; y hacia adelante para que incluya los debates y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009).

2.2.4. Corpus y recorte

Se trabaja con dos corpus. Por un lado, un corpus de 24 documentos internos de trabajo de entre 1992 y 2004, que se triangulan con la bibliografía pública elaborada por La Tribu o en donde aparece la voz de La Tribu, y las entrevistas realizadas para esta investigación, para caracterizar la dimensión política de la emisora.

Respecto de los mencionados documentos internos que están en poder de este investigador, en anexos se agrega una tabla descriptiva con las referencias bibliográficas para ser citados en el desarrollo del texto. Sin embargo, no se agregan los documentos en sí, porque son documentos internos y pueden comprometer la privacidad de la emisora o sus integrantes. En la tabla referida aparecen nombrados con el siguiente estilo: DTN01/92 donde DTN significa "documento de trabajo número", luego el número y luego el año. Asimismo se anexa una tabla de otros nueve documentos utilizados para la investigación, ya no de trabajo sino institucionales como estatutos, actas, facturas, inscripciones, los cuales se nombran como DIN (documentos institucionales número).

Respecto de la bibliografía pública donde La Tribu ha expuesto sus puntos de vista sobre diversos temas, y que se utiliza para reconstruir la dimensión política de la organización, se toma como primera referencia la publicación *Muerde* (Colectivo La Tribu, 2009b) por su estructura en conceptos. Sin perjuicio de ello, se utilizan otras quince publicaciones firmadas por el colectivo o sus miembros:

- Anónimo (2015). *Fuga. Qué pasa por La Tribu*. Tinta Limón.
- Colectivo La Tribu (1995). *La Tribu. Un atentado cultural en los '90*. Colección Radio Foro número 1. AMARC.
- Colectivo La Tribu (1996a). *La Tribu 88.7 FM*. [presentación institucional].
- Colectivo La Tribu (1996b). Eternamente joven. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 56, 77-80.
- Colectivo La Tribu (2000). *La Tribu. Comunicación alternativa*. Ediciones La Tribu.
- Colectivo La Tribu (2002). La radio es sus consecuencias. En Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (comps.) (2008). *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. (2da ed. electrónica). Dariovive.org.
- Colectivo La Tribu (2003a). *Medios y dictadura*. Ediciones La Tribu.
- Colectivo La Tribu (2003b). *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*. Ediciones La Tribu
- Colectivo La Tribu (2004). *Palabras que muerden. Definiciones colectivas*. La Tribu.

- Colectivo La Tribu (2007). *La crisis como laboratorio. Memoria y movilización en Buenos Aires y Berlín*. Ediciones La Tribu.
- Colectivo La Tribu (2009a). La Tribu, a los 20. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 106, 38-43.
- Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde*. La Tribu.
- Colectivo La Tribu y Colectivo FM Alas (2007). *Radio Newen. Gestión, producción, técnica e interculturalidad en las radios comunitarias*. Ediciones La Tribu.
- Colectivo La Tribu (2022, 30 de mayo). *Quiénes somos*. La Tribu. <https://fmlatribu.com/quienes-somos/>
- Colectivo La Tribu (2023). *Grabado en el aire. Una guía (posible) para la puesta en valor de archivos de radio en casetes*. La Tribu.
- Montells, G., Tordini, X, Vanini, P. (2011) *La radio después de la radio*. AMARC-ALC.

Por otra parte, se cuenta con el corpus sonoro compuesto por las artísticas institucionales de entre 2001 y 2009 que será analizado para encontrar las correspondencias con la dimensión política de la organización.

Se elige analizar la artística institucional por varios motivos. Principalmente porque se entiende que es el tipo de producción sonora por excelencia donde la organización puede volcar sus intereses, sus opiniones sobre la coyuntura, sus visiones de mundo, como colectivo. Y lo puede hacer con un grado mayor de planificación que con el que se elabora un programa radial semanal o diario. A su vez, el hecho de firmar colectivamente esas piezas, habilita una serie de posibilidades de realización que exceden la opinión individual ocasional que pudiera tener un miembro del colectivo frente a un micrófono al aire de un programa en vivo. Es decir, si bien la línea editorial de la emisora puede expresarse en los programas institucionales e incluso en los programas de terceros, por la característica de perdurabilidad y repetición que tiene la artística institucional en rotación al aire, es la voz colectiva de la organización la que piensa y acuerda los eslóganes, la que produce y consensúa los guiones, y la que permanece en forma de artística institucional durante períodos prolongados en el aire de la emisora, dando un hilo editorial a la programación. En la artística institucional habla el colectivo, no algún individuo.

Pablo Ramos (2013), en su tesis sobre tres radios alternativas de Argentina, se dedica a analizar dos tipos de contenidos sonoros: los informes especiales y los spots institucionales. A pesar de que la presente investigación solo se dedica a spots institucionales, se comparte la justificación que aquel autor da para la elección de su corpus:

Nos dan la posibilidad de asomarnos al decir de la radio más allá de la inmediatez informativa, ya que se trata de audios que requieren tiempos largos de producción en relación a la cotidianidad de la programación; son productos sonoros que implican altas dosis de creatividad, investigación y discusión colectiva; nos proporcionan imágenes de los enunciadores institucionales al identificar las estrategias discursivas que ponen en juego, sus visiones acerca de problemáticas y tópicos relevantes, y nos proveen de indicios para reconstruir las representaciones de sus destinatarios. (p. 8)

El hecho de tener acceso al archivo de artísticas institucionales producidas por la emisora, como así la falta de análisis en esta materia concreta, también fueron motivos para realizar la elección del tipo de corpus.

Breve descripción del corpus sonoro

El corpus sonoro está constituido por artísticas institucionales de la emisora producidas entre los años 2001 y 2009. Las piezas que se toman en cuenta son las facilitadas por la emisora, y bajo su propia organización. Esto quiere decir que si bien se infiere que todas ellas fueron puestas al aire, no se analizan las piezas por este aspecto (ni frecuencia de emisión, ni cantidad de veces de puesta al aire, ni cuál se usó más que otra). Asimismo, se trabaja sobre el material cedido, es decir que se contempla lo encontrado, sistematizado y entregado por la emisora (y algunos de sus integrantes individualmente). Esto permite que el análisis sea útil independientemente de si faltan piezas o si alguna de ellas no fue emitida al aire.

El material en su mayoría fue cedido por la gestión actual de La Tribu. Además, cinco spots fueron cedidos por Gastón Montells. Se cuenta con 317 piezas, y un total de 3 horas con 37 minutos y 49 segundos, y pueden ser divididos en lo que puede llamarse sagas, determinado por el eslogan en común, el tema o el acontecimiento al que responden, del siguiente modo:

Sagas generales

- Apagá La Tribu y hacé tu radio.
- Acostumbrarse es morir.
- De la vida tribal.
- El capitalismo mata.
- Inseguridad acústica.
- Página web.
- Prohibida.
- Sonido - Menos silencio.
- Negro Cariño invierno.
- Poética del incompleto.
- Plataforma de descargas.

Sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento

- Canciones que a Bush no le van a gustar.
- 30 años del Golpe.
- Mundial de fútbol 2006.
- Elecciones 2007.
- Elecciones 2007 – Negro Cariño.

De todos modos, como se verá, las sagas se entrecruzan, algunas son más en referencia a un suceso de la actualidad, otras trascienden varios años, los eslóganes son flexibles y se modifican, o se superponen.

Los años en los que está organizado el corpus, responde a los años en los que la emisora los tenía sistematizado, por lo que algún desajuste podría identificarse. Por ejemplo, gran cantidad de

las piezas que figuran como de 2001, y versan sobre la crisis social, es posible que hubieran sido producidas en parte de 2002; pero se elige tomar la organización que declara la emisora. Por otra parte, la organización en años calendario no agota su período de vigencia, ni agota todas las piezas que fueron emitidas en el año en cuestión. De hecho, la emisión es prolongada, se superponen campañas, y hay piezas de la década anterior que aún perduran al aire en el período elegido. Por esto es que no se analiza la puesta al aire ni la escucha de las piezas, sino el contenido producido en relación a la dimensión política del proyecto y a la actualidad.

El detalle de las piezas contiene el nombre, el texto, y algunas características y observaciones en tabla adjunta. La nomenclatura elegida y utilizada durante la investigación es la de PN (pieza número), luego un número en orden, seguido por el año de producción.

2.2.5. Entrevistas semiestructuradas

Se construyó un cuestionario que funcionó como guía orientativa para las entrevistas. Para ello fue útil tomar algunas preguntas de materiales de capacitación que indagan sobre las perspectivas política y comunicacional de las radios comunitarias, como por ejemplo el manual *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana* de Villamayor y Lamas (1998). Allí, una actividad propuesta incluye preguntas guía para las radios comunitarias, de las cuales algunas se enfocan en indagar los objetivos político-culturales y comunicacionales de la emisora, para integrar al cuestionario. Asimismo, si bien se entiende que lo plasmado en documentos internos y publicaciones externas, condensan el pensamiento del colectivo y los acuerdos a los que se ha llegado, se considera clave contar con testimonios por cuanto “(p)ara definir el grado de claridad y de consenso que tenemos sobre el proyecto hace falta reconocer las percepciones que los miembros de la radio tienen acerca del mismo” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 61).

Una definición de qué se entiende por el proyecto en un medio comunitario (Jaimes *et al*, 2014), sugirió algunos temas que también son tomados como recurso para integrar el cuestionario a aplicar a los miembros de La Tribu.

Con todo esto se explora si en la artística institucional La Tribu ha puesto en juego sus ideas programáticas sobre la realidad y sobre hechos puntuales de la coyuntura, si hay correspondencia entre lo que piensa, lo que dice y cómo produce lo que dice, como así también si la artística institucional se erige como una herramienta válida para opinar como organización, intervenir en la arena pública, discutir con los postulados del sistema político económico y con el mismo sistema de

medios tradicionales que a su vez funcionan como entornos inmediatos del caso de estudio y como insumos de la artística institucional.

Por otra parte, las entrevistas hacen foco en un abordaje que tenga en cuenta lo económico, lo político y lo comunicacional, remitido como marco desde la economía política de la comunicación. También algunas definiciones utilizadas como marco conceptual funcionan como punto de partida y se convierten en insumos de indagación para poner en cuestión con los integrantes de la emisora. De esta manera, es útil integrar como temas de entrevista las definiciones de industrias culturales, radio comunitaria, gestión y artística institucional.

Así, el cuestionario marco se organiza en bloques flexibles que abordan los siguientes puntos: la relación personal de cada entrevistado con la emisora, la dimensión política de La Tribu, las ideas fuerza del proyecto, las causas que La Tribu defiende, la dimensión comunicacional, la forma en que se produjeron las artísticas, y sobre radio comunitaria e industrias culturales en general.

Muestra

Si bien se hace énfasis en el período 2001-2009, se hicieron entrevistas a integrantes de todas las épocas, abarcando con sus testimonios desde la fundación hasta el presente. Asimismo, se buscó que las entrevistas fueran a referentes de la emisora, enterados de las discusiones políticas y capaces de recuperarlas, responsables de la dirección o de áreas relevantes para el tema de la investigación como las de realización o estudio de grabación. Así, la muestra está constituida por Ernesto Lamas (fundador, parte de La Tribu de 1989 a 2009), Damián Valls (fundador, parte de La Tribu de 1989 a 2003/2004, participante de la creación de la artística en los primeros años de la radio y voz institucional de la artística hasta el presente), Claudio Vívori (fundador, parte de La Tribu desde 1989 hasta mediados de la década de 2000), Gastón Montells (ex director y referente de la artística institucional, parte de La Tribu de 1994 a 2009), Ximena Tordini (parte del colectivo de gestión y de la comunicación institucional de 1998 a 2011), Larisa Kejval (parte del colectivo de gestión y del área de capacitación de 1995 a 2011), Gustavo Hoffman (editor, parte de La Tribu desde mediados de los 2000 hasta la actualidad), Diego Skliar (ex director, parte de La Tribu desde 2006 hasta 2018), Alejandro Demasi (parte de La Tribu desde 2010 hasta la actualidad). Son nueve entrevistas realizadas entre octubre de 2021 y julio de 2022.

2.2.6. Técnicas de análisis

Tal como ha sido mencionado, se emplean algunas técnicas para el análisis en las diferentes etapas. Primero, hay una etapa preliminar de clasificación de las piezas sonoras, cuyo objetivo es tener un primer dato que sirva para describir al corpus sonoro, y a la vez organizarlo de cara a contrastarlo con la dimensión política. Esta organización se basa en los criterios ofrecidos por AMARC-ALC e Interconexiones (2006) que, nombrados para la presente investigación, resultan en los términos de artística *informativa*, *declarativa* o *de opinión*. Así, el análisis del texto de cada pieza determina si debe ser tomada en cuenta como informativa (que brinda los datos de la emisora para ubicar al oyente), declarativa (que sienta posiciones de fondo sobre temas generales de la realidad) o de opinión (que hace referencia a acontecimientos puntuales de la actualidad).

Asimismo, se identifican tanto temáticas como acontecimientos puntuales a los que las piezas hacen referencia. Esto se hace transcribiendo las piezas sonoras e interpretando los textos resultantes. La diferencia entre tema y acontecimiento es entre lo general y lo específico/situado: una cosa es una crítica general al sistema de medios de comunicación, y otra es una crítica a una cobertura específica de un canal de televisión identificable. La identificación de referencias a temas y a casos o acontecimientos es útil para el análisis que posteriormente se hará de contrastación con la dimensión política identificada, y también para garantizar la coherencia de la clasificación de piezas en informativas, declarativas y de opinión: si se ha clasificado una pieza como declarativa, pero no se identifica en ella ningún tema general de referencia, es posible que haya allí un error o desfasaje de análisis que debe revisarse. Por lo mismo, si se ha clasificado una pieza como de opinión y no contiene referencias a ningún hecho o acontecimiento del momento, existe un error en la clasificación.

Por otro lado, en la etapa de reconstrucción de la dimensión política de La Tribu, se toman los conceptos de Viejo Viñas (2008) para el análisis de marcos. De este modo, los términos, temas o conceptos que ofrece La Tribu a través de sus publicaciones, documentos internos y entrevistas, recogidos y organizados por el analista, serán tomados como marcos conceptuales en la medida en que se identifiquen en ellos las tareas de diagnóstico, pronóstico o motivación.

El marco de diagnóstico incluye todo lo que la organización, en este caso un medio de comunicación como La Tribu, piensa sobre el contexto en el lugar y época en la que le toca actuar. Por esto es que se retoma la importancia de atender a los entornos general y específico de actuación, y por eso mismo es que la presente investigación se inscribe en el marco general de la economía

política de la comunicación. Entonces, el marco de diagnóstico se compone de la identificación de problemas sociales, sus causas y responsables (Viejo Viñas, 2008, p. 21).

Dentro de la tarea central de diagnóstico, se identifican las variables principales problema y origen, las secundarias tema, problematización, causa y agencia/ellos. Estos conceptos orientan el análisis en relación al presente caso de estudio. Por lo tanto, si bien no se elige rellenar a rajatablas el cuadro propuesto por Viejo Viñas, se hace un uso adaptado del mismo como guía y herramienta de sistematización que permita convertir en marcos conceptuales los términos identificados en el análisis documental y las entrevistas.

El marco de pronóstico es un paso más en las intenciones de transformación que se plantean las organizaciones. Es el planteo de caminos para incidir en la transformación de los problemas identificados: “Constatar que en el mundo hay problemas y responsables no es suficiente para incentivar la participación en la acción colectiva” (Viejo Viñas, 2008, p. 21). El marco de pronóstico lleva inscripta la noción de que hay algo para hacer con todos aquellos obstáculos que los entornos presentan para el desarrollo digno de la comunidad. Este marco incluye las soluciones propuestas para los problemas identificados, definición de metas y alternativas, incentivos para embarcarse en esos caminos, e incluso establecerlos sobre la defensa de valores y sobre los recorridos hechos en el pasado, un pasado en general de militancia que puede reconocer éxitos y errores de los cuales aprender.

El marco de motivación incluye la interpelación a la acción colectiva para ir hacia las soluciones propuestas para transformar los problemas identificados. Es decir, que es el convencimiento hacia la comunidad de que debe participar, ponerse en acción, involucrarse en diferentes grados, y que si lo hace, se van a obtener resultados: “la puesta en marcha de la acción colectiva siempre exigirá un paso más, a saber: asegurar la confianza en la viabilidad de la acción colectiva” (Viejo Viñas, 2008, p. 21).

Asimismo, se identifican causas concretas en la dimensión política de La Tribu. Es decir, no solo los marcos conceptuales, sino qué causas y temas concretos interesan a la organización, con énfasis en el período de contraste con el corpus sonoro (2001-2009). Para ello se revisan las publicaciones de La Tribu, con énfasis en las que fueron lanzadas dentro del período mencionado, a fin de identificar qué causas son mencionadas explícitamente. También serán revisadas el resto de las publicaciones del colectivo, el corpus documental y se pregunta sobre el tópico explícitamente a los y las entrevistadas para luego elaborar un listado de las causas más relevantes y repetidas a los fines de indagar si aparecen en el corpus sonoro.

Por último, se contrastan con diferentes niveles de análisis marcos conceptuales contruidos en la etapa de elaboración de la dimensión política y las causas, con los textos de las artísticas institucionales del período, los temas y referencias, para identificar correspondencias y vacíos entre lo que la radio dice que piensa y mueve su trabajo, y lo que efectivamente dice al aire.

Ese análisis se hace con diferentes grados de profundidad o énfasis, a los fines de obtener diferentes niveles de información: de este modo, el primer nivel de análisis va de las piezas sonoras a los marcos conceptuales, para identificar las correspondencias más claras y que están en la superficie de lo producido; un segundo nivel de análisis indaga sobre las relaciones entre los marcos conceptuales y las sagas en general (no sobre sus piezas particulares); un tercer nivel de análisis va de los marcos conceptuales a las piezas sonoras, y tiene una mayor profundidad interpretativa sobre esta relación. Asimismo, se incluye un nivel de análisis especialmente dedicado a cómo el contexto económico, político y mediático se hace presente en los textos de las piezas sonoras, para fortalecer el conocimiento sobre el modo en que la artística institucional de La Tribu se relaciona con el contexto, es influenciada e intenta incidir en él, y explica la pertinencia del formato para expresar la opinión institucional sobre la realidad.

2.3. Fases de la investigación

Las fases para abordar el estudio de un caso incluyen selección, acceso al caso, recopilación de informaciones, y análisis de materiales (Coller, 2000, p. 61). Así, consiste en las fases de la elección, la toma de contacto, el trabajo sobre el propio material (audios, documentos y testimonios obtenidos) y el análisis propiamente dicho.

En detalle, se ejecutan los siguientes pasos:

1. Reunión del material sonoro y documental.
2. Análisis documental bibliográfico
3. Diseño del cuestionario guía para las entrevistas.
4. Realización de entrevistas.
5. Transcripción de entrevistas e identificación de las principales regularidades e indicios.
6. Caracterización de la dimensión política de la emisora mediante el análisis de marcos.

7. Primera escucha, clasificación de piezas entre informativas, declarativas o de opinión. Identificación de temas y referencias.
8. Caracterización de las formas de producción.
9. Segunda escucha de cotejo entre piezas sonoras y entrevistas y documentos. Entre corpus sonoro y la dimensión política de La Tribu.
10. Análisis acerca de cuánto de lo que piensa la organización es expresado en la artística institucional y de qué modo.
11. Redacción final.

2.4. Estado de la cuestión

La presente investigación se plantea como un aporte en la larga tradición de desarrollo de conocimiento en torno a la comunicación comunitaria y más concretamente a la radio comunitaria y alternativa en América Latina. El objetivo es hacer un aporte en un aspecto puntual en el que aún falta desarrollar conocimiento.

Varios son los estudios sobre radio comunitaria producidos en América Latina, algunos de los cuales ya han sido citados. Entre los abordajes académicos y ensayísticos, la producción sobre el subsector es variada y significativa. Sobre la radio comunitaria en América Latina destacan los trabajos que revisan su historia, sus roles, su estado de situación y hacen aportes para una conceptualización como los de Pulleiro (2012), Gumucio-Dagron y Herrera-Miller (2010), Malbrán (2010), o Peppino Barale (1999).

Ahora bien, si se profundiza en ciertos aspectos del subsector, para esta tesis es importante relevar el recorrido teórico hecho en torno a la gestión integral de la radio comunitaria y la clasificación de sus dimensiones, donde destacan los trabajos de Villamayor y Lamas (1998), Gumucio Dagron (2005), Lamas y Tordini (2007), ALER y AMARC-ALC (2008), Villamayor y Marino (2011), Jaimes et. al (2014), UNESCO (2015), Binder, Fisher y Godinez Galay (2017). La categoría de proyecto político-comunicacional (PPC) (Gumucio Dagron, 2005; ALER y AMARC-ALC, 2008; Villamayor y Marino, 2011; Cianci, Dávila y Godinez Galay, 2017) es utilizada por diversos autores en la región para analizar el quehacer de este tipo de emisoras y su forma de

pararse frente al mundo. La categoría trae impresa justamente la intersección que interesa indagar y constatar a través de un caso concreto: lo político y lo comunicacional.

En relación a estudios de caso sobre emisoras comunitarias de América Latina, que permiten conocer experiencias concretas, pueden mencionarse las narraciones de López Vigil sobre la radio minera de Bolivia Pío XII (López Vigil, 1985), Radio Venceremos de El Salvador (López Vigil, 1991), o Radio Progreso de Honduras (López Vigil, 2012), o los textos de Henríquez Consalvi (2002) sobre Radio Venceremos, ALER y AMARC-ALC (2009a) sobre Radio Nawal de Guatemala, ALER y AMARC-ALC (2009b) sobre Radio Fe y Alegría, Arias-Godinez (1990) sobre Radio XEYT de México, Ballesteros López y Makowski (2021) sobre experiencias de radio y salud mental, o los textos de Girard (ed.) (2002) y Gumucio-Dagron (2001) que incluyen descripciones de experiencias alternativas de todo el mundo.

Sobre casos de radios comunitarias argentinas, destaca el trabajo de Iglesias (2015) que desarrolla un análisis sobre el recorrido de diez radios del área metropolitana de Buenos Aires desde el aspecto de su sostenibilidad y gestión económica, o el mencionado de Binder, Fisher y Godinez Galay (2017) que hacen lo propio con once emisoras de diferentes lugares de la Argentina. También Gerbaldo (2010), hace una aproximación al estado de situación de las radios comunitarias argentinas. Además, los estudios de caso existentes sobre el funcionamiento de las emisoras La Bemba (Acosta Mora, 2013), La Ranchada (Angelelli y Cáceres, 2015), La Megafónica (Giordanengo, 2016), FM Ocan (Milana y Villagra, 2018), Hueney (Navarro-Nicoletti y Aguirre, 2018), FM La Colectiva (Godinez Galay, 2020). Por su parte, Panozzo Zenere (2016) en su tesis de Maestría en Industrias Culturales aborda casos del campo de la radio no comercial desde la economía política de la comunicación, pero lo hace sobre radios universitarias (Radio LT10 de Universidad Nacional del Litoral y Radio Universidad de la Universidad Nacional de Rosario) concentrándose en sus adaptaciones en torno al proceso de digitalización.

Otras publicaciones que describen distintos aspectos de la historia y características de radios comunitarias en Argentina son publicaciones escritas por las propias emisoras como el caso de Frecuencia Zero (Cooperativa de Trabajo La Cuña Ltda., 2018), FM Bajo Flores (FM Bajo Flores, 2008), Radio Atómika (Di Paolo y Colectivo Atómiko, 2017), FM En Tránsito (Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social Ltda., 2013), o la propia La Tribu (Colectivo La Tribu, 1995, 2000, 2002, 2009a, 2009b; Anónimo, 2015).

Ahora bien, como se señalaba, algunos trabajos abordan más concretamente la dimensión política de las radios comunitarias (Kejval, 2009, 2018; Pulleiro, 2012). Sobre lo comunicacional hay bastante bibliografía desde el enfoque de la formación en producción de radio (Ortiz y Volpini, 1995; Portugal y Yudchak, 2008, 2011; Vitoria, 2004), pero algunos textos abordan esta cuestión con un énfasis en el subsector comunitario o la comunicación popular (ALER y AMARC-ALC, 2005; AMARC-ALC e Interconexiones, 2006; Godinez Galay, 2010; INECIP Paraguay, 2005; López Vigil, 2004a, 2004b; Mata y Scarafía, 1993; Rodríguez, 2011). Otros trabajos que incluyen análisis de contenidos radiofónicos lo hacen desde un abordaje de descripción y análisis de las posibilidades del lenguaje radiofónico (Arnheim, 1980; Balsebre, 1994; Soengas, 2005), con mayor énfasis en lo estético y lo artístico en la radio (Camacho, 1999, 2007; de Quevedo Orozco, 2002; Haye, 2000, 2004; Holgado, 2013; Romero Valldecabres, 2012) o desde el aspecto semiótico (Fernández, 2008, 2012), pero sin hacer énfasis en el subsector comunitario. Menos son los que abordan a los contenidos como posibilidad de expresión de la dimensión política, y de una radio comunitaria como caso de estudio.

Con mayor cercanía al interés de esta investigación, Tobi (2008a, 2008b, 2010) ha abordado el tema de la identidad de las radios como instituciones en Argentina. Por su parte, Lizondo (2015, 2018) describe el caso de FM Comunitaria La Voz Indígena de Salta a partir de las dimensiones de su gestión y su rol en la construcción y expresión de identidad de la comunidad. En sus trabajos, aparece esbozado el rol de la programación radiofónica en relación a la dimensión política, sobre todo a partir de la categoría de comunicación con identidad en relación a la cultura originaria. Allí, cuando se describe la “dimensión estética” (Lizondo, 2018, p. 124) se incluye una breve mención a algunos spots institucionales de la emisora, los cuales desde sus textos y sonoridades, la autora relaciona con la expresividad de la cultura de las comunidades en las que la emisora se inserta. De todos modos, el núcleo de su análisis está en los programas. Mamani (2016), por su parte, también aborda un análisis de La Voz Indígena desde la relación entre estética y política. Allí, la autora resalta las particularidades sonoras que pone en juego la emisora en su producción, y las considera como parte de la posición política misma.

Sobre artística institucional como un espacio específico de la producción radiofónica se debe mencionar lo incluido en los aportes ya citados de ALER y AMARC-ALC (2008) donde se ensaya una clasificación de la artística institucional útil como insumo para que en esta investigación se las clasifique entre informativas, declarativas y de opinión, o de López Vigil (2004a) que se encarga de describir a las cuñas en general como un formato de la producción radiofónica. También Pafundi

(2014) aborda la artística radiofónica, pero desde un texto enfocado en la formación para la producción. Allí, el autor sostiene que la artística sirve para identificar a la emisora o programa, y también para darle orden, estructura. Armand (2003) las define en su rol identificador y las clasifica según su duración, sus usos o su forma (jingle, comping up, avance, aperturas de hora, aperturas de boletín, etc.).

Pero resulta especialmente relevante el trabajo de Mac-Kay Gonza (2015), quien en su texto titulado *La artística radial: imagen e identidad sonora* establece el valor de la artística institucional como la voz oficial con la que una emisora se define, se expresa y se presenta a su audiencia. El autor se dedica a analizar las posibilidades de esta parte de la producción radiofónica. Si bien gran parte de su desarrollo profundiza en el lenguaje radiofónico e incluso en las funciones sensoriales que activa la radio, en el texto se señala la importancia de la artística institucional de una radio para que esta exprese a su audiencia sus visiones de mundo. Es decir, la artística institucional no solo permite al oyente saber qué radio está escuchando, sino qué piensa esa emisora sobre el mundo. En la presente tesis se entiende que eso puede tener una función clave en una emisora comunitaria.

Por su parte, Mendoza Martínez (2017) estudia la artística institucional pero en relación a cómo genera identificación con las audiencias de dos emisoras comerciales de Perú: Radio Onda Cero y La Inolvidable. Lo hace analizando la percepción de un grupo de personas a las que les aplica un cuestionario luego de un proceso de escucha de las piezas sonoras. Es decir, no se concentra en el rol de la artística para expresar la visión política de las emisoras, sino en cómo esas piezas sonoras generan identidad o por lo menos, determinadas imágenes en los y las oyentes.

Concretamente sobre la artística institucional en la radio comunitaria destacan los trabajos teóricos del Colectivo La Tribu (2000) y Montells (2007a, 2007b), que hacen reflexiones en torno a la construcción de la artística institucional y las relaciones entre estética y política. Estos textos se vuelven especialmente relevantes porque expresan además el pensamiento y la forma de hacer de la propia emisora abordada por esta investigación, y de Gastón Montells, uno de los encargados del aspecto artístico y comunicacional de La Tribu en el período aquí estudiado. En este sentido, resulta importante señalar también la publicación *Grabado en el aire. Una guía (posible) para la puesta en valor de archivos de radio en casetes* (Colectivo La Tribu, 2023), que hace énfasis en la gestión de archivos sonoros en una radio comunitaria y retoma conceptos del Colectivo La Tribu sobre la artística institucional.

Por su parte, Cal (2018) hace un análisis de la artística institucional de una emisora universitaria: FM Universidad de Villa María. En su texto, el autor señala que la artística institucional es clave para la construcción y comunicación externa de la identidad del medio. En su investigación, detecta voces de hasta once locutores diferentes, una decena de eslóganes en convivencia, y tres formas de denominar a la emisora, lo que según su análisis, atentaría contra la comprensión e identificación de la audiencia con una imagen sonora unificada.

Además, resultan interesantes dos trabajos. Por un lado, Leandro Cravé (2011), en su tesis titulada *Somos lo que sonamos. Artística de radio: ¿Traducción comunicacional del proyecto político o estrategia de posicionamiento de marca?* se pregunta, justamente, si la artística de una emisora es la puesta al aire del perfil político en contenidos sonoros, o solo se trata de una forma de posicionar la marca, como estrategia de marketing y difusión. Y se lo pregunta para un caso de radio comunitaria: FM Fribuay de Ramos Mejía. En su trabajo, desarrolla una pormenorizada descripción de todo lo que constituye el aspecto artístico de una emisora y de sus programas. Luego, describe la artística institucional de FM Fribuay, analizando cantidad y tipo de piezas, como así también qué conceptos se repiten en ellas, de manera que se pueda traslucir cuáles son los intereses de la emisora. Este es un antecedente de relevancia a la hora del análisis de la presente investigación. En las conclusiones, el autor señala que la elaboración artística de una radio es diferente si se trata de una emisora comercial o de una comunitaria, que en FM Fribuay se prioriza lo colectivo, mientras que en el mundo comercial se prioriza la búsqueda de rating. Si bien esta es una pista que funciona como norte, es necesario seguir indagando en casos para constatarlo y demostrarlo.

Por otro lado, existe la tesis de Pablo Ramos (2013), titulada *Travesías resistentes: estrategias y prácticas alternativas en el discurso de las radios jóvenes de Argentina*. En ella, el autor analiza a tres radios comunitarias: Radio Ahijuna de Quilmes, Radio Revés de Córdoba y Radio Voces de La Rioja. Allí, además de analizar las dimensiones de la gestión de estas emisoras, el autor analiza sus contenidos sonoros desde una perspectiva sociosemiótica y se propone con ello analizar “los fundamentos conceptuales sobre los que se sustenta la producción mediática alternativa de estas radios juveniles urbanas, y sus condiciones de posibilidad en relación con las condiciones de producción, circulación y consumo” (Ramos, 2013, p. 6). En su trabajo, el corte temporal elegido coincide con el de la presente investigación, pues toma dos grandes hitos políticos y mediáticos como apertura y cierre: la crisis de 2001 y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009. Y como corpus de análisis elige informes especiales y spots

institucionales. En este último aspecto es que gana relación con la presente investigación. Al respecto, analiza algunas piezas institucionales de las emisoras mencionadas desde algunos aspectos formales y de clasificación (género, duración, nombre) y respecto de qué temas están presentes en las piezas, cuál es su contexto de producción, cómo se posiciona la emisora respecto del tema en cuestión, cuál es el público construido, y con qué estrategias expresivas actúa. Este antecedente es importante porque brinda un criterio de abordaje de este tipo de piezas en emisoras comunitarias. Entre las conclusiones destaca la noción de que en la artística institucional las radios comunitarias despliegan su voz como enunciador colectivo y sus intenciones de ruptura e incidencia, a la vez que les sirve como elemento identitario.

La presente investigación tiene como objetivo explorar cómo se da la relación entre la dimensión política de una radio comunitaria y una expresión paradigmática de la dimensión comunicacional como es la artística institucional, para analizar cómo los postulados y valores políticos de una organización comunitaria de comunicación se expresan en la producción sonora concreta. Con esta investigación se espera aportar en el conocimiento del subsector de la radio comunitaria en el contexto de las industrias culturales. La importancia de estudiar a los medios comunitarios en el contexto de las industrias culturales radica en que ofrecen una perspectiva que entiende a la comunicación como un derecho y no como una mercancía, visión esta última preponderante en el sistema capitalista.

Se entiende que es menester seguir profundizando en el conocimiento de las características y recorridos de experiencias de emisoras sin fines de lucro, como un actor fundamental de los escenarios infocomunicacionales. Desde esa perspectiva, el análisis de las dimensiones de la gestión de la radio comunitaria es una forma de abordar sus modos de trabajo y sus características para conocer estos proyectos en profundidad. La presente investigación se plantea hacer énfasis en observar las relaciones entre esas dimensiones, reconociendo que no son estancas y se influyen. Para ello, se elige tomar el caso de La Tribu, una radio comunitaria y alternativa de gran trayectoria, y analizar su artística institucional para observar si en ese aspecto de la dimensión comunicacional es posible identificar rasgos y postulados de la dimensión política de la emisora, incluyendo los métodos de producción y las formas en que esas piezas sonoras reaccionan y abordan temas de la coyuntura política, económica y mediática y son capaces de ser el espacio de expresión de las visiones de mundo generales y las intenciones de incidencia que se plantea la organización.

Para ello se reúne el archivo de la artística institucional de La Tribu de 2001 a 2009 para revisar si efectivamente lo que han condensado en forma de piezas artísticas institucionales remite o coincide con la dimensión política de la organización. Para ello se caracteriza la dimensión política de la organización, en base a publicaciones de la emisora, documentos internos y entrevistas con algunos de sus referentes. En estos insumos se identifican conceptos que organizan la perspectiva política e ideológica de la emisora, las causas políticas y sociales por las que se han interesado incidir durante el período elegido y se ordenan bajo el análisis de marcos que ofrece la posibilidad de leer estos conceptos en tanto diagnóstico, pronóstico y motivación que propone la organización.

También se tienen en cuenta los entornos de intervención de La Tribu, tanto generales (lo político, lo económico, lo social, etc., del período) como específico (el escenario infocomunicacional). De este modo, luego se puede recurrir al corpus sonoro para identificar en él tanto conceptos políticos como causas y temáticas de la actualidad. Así, aquello que se identifique como tematizado en las artísticas, podrá compararse con lo recabado y organizado como dimensión política de la emisora, de modo de constatar si existen correspondencias, o si hay omisiones, para poder abordar conclusiones sobre la intersección entre las dimensiones comunicacional y política de esta experiencia de radio comunitaria y alternativa en particular. Con este recorrido se espera aportar en el conocimiento de un caso dentro del subsector de los medios comunitarios, de cara a entender de forma cada vez más integral a las industrias culturales.

Capítulo 3. La dimensión política de La Tribu

Definir La Tribu, escribir una frase que empiece “La Tribu es...” y que al finalizar la enumeración nos acerque plenamente al proyecto, supone hablar de visiones de mundo; de ideologías; de grandes y pequeños deseos de transformación; de mujeres y hombres que trabajaron, hicieron radio, hablaron, escucharon, bailaron, algunos que vienen y se quedan, otros que se van; del contexto en el que La Tribu fue y es; de lo que La Tribu significa en las experiencias político culturales de individuos y colectivos (...)

Colectivo La Tribu, 2000, p. 7

En este capítulo el objetivo es caracterizar cuál es la dimensión política de La Tribu, es decir, las perspectivas desde las cuales se posiciona, los valores que defiende, los conceptos y enfoques que la movilizan, sus razones de ser, las causas que defiende y sobre las que desea incidir, la forma de pensar la realidad y los hechos de la actualidad.

Primero, entonces, se describe el recorrido histórico de la emisora en relación al contexto, a fin de conocer el caso de estudio y a la vez ubicarlo como parte del sector de la radio comunitaria y alternativa.

Luego, se describen los entornos general y específico de intervención de la emisora, ya que desde la economía política de la comunicación se entiende que el contexto influye sobre el desarrollo de los medios de comunicación, y a la vez -como explicita la propia emisora- “la alternatividad comunicacional no se construye con independencia de los procesos económicos, sociales y culturales dominantes ni de las dinámicas de los movimientos sociales de transformación” (Colectivo La Tribu, 2002, p. 107).

Luego, se recogen las principales características de la dimensión política de La Tribu, expresadas tanto en publicaciones, como en documentos internos y en las entrevistas realizadas para esta investigación. Esta caracterización se construye en torno a los conceptos rectores de la práctica política de la emisora, reconocidos por la propia emisora, y las causas concretas sobre las cuales ha intervenido. Una dimensión construida en la suma de dos planos: uno más abstracto o general (las ideas que le dan marco a la organización), y otro más concreto o puntual (las causas sobre las cuales desea intervenir). Toda esta información es organizada a partir del análisis de marcos de Viejo Viñas (2008) que brinda un criterio de organización para entender los diagnósticos, pronósticos y motivaciones de la organización.

En este sentido, para el análisis desde la economía política de la comunicación en la presente investigación se hace necesaria una intersección de estas tres coordenadas: lo que piensa políticamente La Tribu en sentido amplio; la actualidad o contexto temporal y territorial en que se desenvuelve en el período estudiado; y las piezas sonoras a analizar. Se comienza aquí describiendo las dos primeras.

3.1. La Tribu

La Tribu fue fundada en 1989 por estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, en su mayoría militantes de la Juventud Comunista, que fueron capaces de criticar a la conducción del Partido durante los años de la dictadura y algunos aspectos conservadores de su estructura:

Tuvieron una posición ambigua, muy asociada con los intereses soviéticos y más allá de que el PC tuvo cientos de desaparecidos, una parte de la conducción priorizó dar respuesta a lo que la URSS necesitaba, que a la posición argentina que había que tener. (Lamas, entrevista 2)

A la cabeza del proyecto se pusieron cuatro jóvenes de entre 19 y 23 años que pasaron a ser reconocidos como los cuatro fundadores (Colectivo La Tribu, 2000): Ernesto Lamas, Hugo Lewin, Claudio Vívori y Damián Valls. Sin embargo, el grupo fundador estaba integrado por más personas, entre ellas algunas mujeres cuyo rol fue clave para el desarrollo de la emisora, como Valeria Cantor, Marcela Pérez y María Cabrejas, entre otras (Centro de Producciones Radiofónicas y La Tribu, 2019).

La fundación de la emisora está atravesada por un contexto político particular: se salía hacía pocos años de la dictadura cívico-militar (1976-1983), el gobierno de Raúl Alfonsín estaba por entrar en crisis y el período neoliberal impulsado por Carlos Menem estaba por comenzar. Era el fin de un período conocido como primavera democrática, con la crisis de los partidos y de algunos principios que habían guiado la lucha por la democracia. Así lo cuenta Ernesto Lamas, uno de los fundadores de La Tribu:

El país había salido hacía poco de la dictadura, pasamos por una primavera democrática donde hubo explosión de movilizaciones, organización, recuperación

de los partidos, juicio a las Juntas, marchas contra el FMI, a favor de los sandinistas y de Cuba, pero esa etapa se diluyó rápidamente porque los militares seguían muy activos, porque el gobierno democrático resignó algunas posiciones interesantes en Derechos Humanos con las leyes de obediencia debida y punto final; los partidos entran en crisis de la idea con la que se había salido de la dictadura, en la que se esperaba que la democracia solucionara los problemas. (Lamas, entrevista 2)

A nivel internacional, la crisis del bloque socialista con el cual se identificaba el Partido Comunista y por ende su Juventud, con la caída del Muro de Berlín incluida, puso en crisis los paradigmas que orientaban la acción política de estos jóvenes.

En 1988 Ernesto Lamas había ganado la presidencia del Centro de Estudiantes de la carrera de Comunicación en la Universidad de Buenos Aires, como parte de un frente amplio de izquierda llamado Frente Santiago Pampillón (integrado por la Juventud Comunista, fracciones del Partido Intransigente, radicales, peronistas e independientes), en homenaje a un estudiante asesinado en 1966. Ya desde el comienzo de ese proceso, un objetivo de la agrupación era apoyar a las emisoras alternativas y a su vez, plantearse el derecho que como estudiantes de comunicación asumían que tenían, de contar con una emisora universitaria con participación de los estudiantes:

Cuando estábamos ahí, como oposición, siempre hacíamos radios abiertas en la facultad, nos cagábamos de la risa, la gente venía, bardeábamos a todo el mundo, no esa radio abierta que son un embole consignista; jugábamos, mandábamos consignas obvio también, pero nos reíamos mucho, nos bardeábamos entre nosotros. Después cuando la Fede [Federación Juvenil Comunista] decide armar la radio, aparecen varios nombres para ser contratados para ser el locutor. Entonces Hugo me dice bueno, si me interesaría. Yo en ese momento estaba haciendo teatro, y le digo que sí, y a mis compañeros de teatro les dije “vuelvo en 3 meses, cierran la radio y vuelvo, no se preocupen”. Y me tomó un examen, me hizo leer la caja de un TDK todo en inglés. La leí como el ojete, obviamente, y lo miré y le dije, “¿pero qué es todo esto?”, jajaja. Después Ernesto me dijo que aparte de locutar tenía que operar, con lo cual empecé como operador y locutor. (Valls, entrevista 8)

Los medios seguían tomados por gente grande. La FM era todavía un fenómeno musical, salvo los primeros pasos de la Rock and Pop, que mostraban que se podía hacer radio de otra manera, pero no dejaba de ser comercial. No era un lugar al que podíamos llegar con nuestros temas y nuestra agenda. (Lamas, entrevista 2)

Las primeras influencias vienen del libro *De las ondas rojas a las radios libres* (Bassets, L. [ed.], Editorial Gustavo Gili, 1981) y otras lecturas sobre comunicación alternativa que traían de la Universidad. Luego, con la radio funcionando, apareció la influencia de las radios comunitarias latinoamericanas. Un momento clave fue la participación en 1992 del encuentro de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en México, donde se dieron cuenta de que ese iba a ser “un espacio de contención para lo que estamos haciendo. Ahí dejamos de mirar tanto a las experiencias europeas”. (Lamas, entrevista 2)

Con el correr del tiempo, la explosión inicial de transgresión, ganas y necesidad comunicativa fue encausándose y ganando en desarrollo. Los primeros debates se suscitaron en torno a la organicidad de la emisora: un sector sostenía que la radio debía ser la radio del Partido Comunista, y otro sector, que debía ser una radio de izquierda, pero ya no un brazo partidario. Esta última posición, defendida además por quienes más trabajo ponían en la emisora, es la que se terminó imponiendo.

En el año 1990 se independizan de su origen relacionado al Partido Comunista. Hay mucho debate interno entre los fundadores sobre si debía mantenerse el espíritu improvisado y de radio de intervención amateur o debían profesionalizarse, y encarar todo el papelerío, burocracia y administración que requiere un proyecto para perdurar:

Nosotros tuvimos esa discusión con Ernesto, Claudio y Hugo, donde sobre todo Ernesto y Claudio eran los más proclives a lograr cierto grado de institucionalización. Yo menos. Y nos peleábamos bastante por eso. Porque también implicaba hacer las cosas prolijamente. La discusión en ese momento era qué somos: ¿una estrella fugaz o conformamos una institución? Y bueno, fue una discusión no porque quisiéramos ser una estrella fugaz pero sí empezar a hacer una cantidad de cosas burocráticas, pagar impuestos, tener contratos y todo eso fue un cambio. (Valls, entrevista 8)

Entonces dejan de ser la radio de los estudiantes, para definirse como radio barrial, porque veían que diferentes organizaciones sociales, culturales y políticas de Almagro empezaban a acercarse a la emisora. Ese año también inician trámite ante el Comité Federal de Radiodifusión, que les daría en agosto del año siguiente una “autorización precaria y provisional”.

Pronto fue evidente que en ese departamento de la calle Gascón funcionaba una emisora, aunque ellos declaraban al consorcio del edificio que solo daban capacitaciones de radio, y tuvieron que mudarse por quejas de los vecinos; la presidenta del consorcio, incluso, les arrebató y escondió la antena: “Para quitarle todo romanticismo revolucionario, no vino el COMFER: vino Mafalda, la presidenta del consorcio” (Lamas, entrevista 2). Entonces en 1991 deciden irse y buscar un nuevo espacio. Allí encuentran El Club de las Bellas Artes, un centro cultural que funcionaba en una ex hotel de inmigrantes en la calle Lambaré 873, también en Almagro. Allí funcionaban diversidad de actividades: gente que hacía artesanías, cuadros, teatro, una profesora de piano y un bar. Entre todos sostenían la casa. Y allí les alquilaron una habitación donde comenzar. Al año siguiente, los otros ocupantes de la casa fueron abandonando sus actividades y La Tribu se hizo cargo de todo el espacio, como hasta el día de hoy.

Ahí la idea de la chispa, de lo efímero cambió por una posibilidad de espacio más permanente de intervención política y comunicacional e incluso una salida profesional ante la enorme crisis de precarización laboral y de los medios de comunicación. (Lamas, entrevista 2)

En 1991 también crean una Dirección Ampliada para “democratizar la toma de decisiones, abrir informaciones no conocidas a un grupo mayor de gente y descentralizar las tareas” (DTN02/93, p. 2)

En 1992, dado que la Ley de Radiodifusión no permitía a las organizaciones sin fines de lucro operar medios de comunicación, pero necesitaban legalidad para desarrollar el proyecto, deciden inscribirse como una SRL, y empiezan a percibir salarios para las tareas de dirección. En 1993 por pedido del COMFER declaran nuevos equipos y confirman sus datos de inscripción (DTN04/93) Ese mismo año 1993, el 30 de agosto, les colocaron una bomba en la puerta de la radio, que causó algunos daños y generó mucha solidaridad para con el proyecto (DTN17/97). En todo este contexto y tras las transformaciones y avances en materia legal, diagnosticaron que “todo lo que se piense en

el ámbito legal es de carácter defensivo mientras que las ideas para el crecimiento político es de avance” (DTN04/93, p. 2).

En 1997 se dio lo que internamente se conoció como “la refundación” (DTN12/97), cuyo proceso empezó con reuniones el año anterior (DTN17/97). La Tribu se replanteó el trabajo hacia el interior y su rol hacia afuera, se consolidó económicamente y el proyecto se construyó más allá de lo radiofónico, constituyéndose como el Espacio La Tribu: medios-comunicación-cultura (Colectivo La Tribu, 2000): creció así a otras actividades como un centro de capacitación, un bar, un auditorio para espectáculos, un estudio de grabación, las relaciones internacionales, de manera más decidida, organizada y con una dirección ampliada y áreas de trabajo. Ya en ese momento el impulso de la radio estuvo dado por la segunda generación, con los fundadores, pero también con Gastón Montells, Ximena Tordini, Larisa Kejval, Sofía Hammoe, Eloisa Diez, entre otros. A partir de allí, se consolidó definitivamente el proyecto tal y como será los siguientes años, en cuanto a la gestión, a la apertura a nuevos integrantes, al modo de financiamiento, a la identidad sonora y narrativa, a la forma de relacionarse hacia adentro y hacia su audiencia, en la forma de tender trabajo en red y de constituirse en un referente para las emisoras comunitarias y alternativas de la región.

Con la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en octubre de 2009, se permite operar una estación de radio sin tener fines de lucro. Ese año se inscribieron en el censo de emisoras y en marzo de 2011 inscribieron su autorización a nombre de la asociación civil, ya no a la SRL, para que en agosto finalmente se les adjudicara la licencia.

Entre fines de 2010 e inicios de 2011 se dio la salida de miembros de las primeras camadas y empezó un período de transición y una segunda refundación. Ese mismo 2011 se replanteó la organización, se renovó gran parte de los integrantes, y se convocó a una nueva asamblea con una coordinación y la dirección de Diego Skliar hasta 2018, aunque “nunca internamente se nombró esa figura de director. Las coordinaciones de área tienen referencias que se construyen. Generalmente algún compañero o compañera oficia de, porque tiene más deseo o porque tiene todo en la cabeza” (Demasi, entrevista 5).

El funcionamiento de la gestión es asambleario y desde 2012 tiene la misma forma: sus diferentes áreas (radio, comunicación, bar) tienen su dinámica de trabajo propia para tomar decisiones operativas; luego, los coordinadores de las áreas y los tres cargos de la asociación civil forman la coordinación general de la radio que se reúne semanalmente; la asamblea general se reúne cada dos meses con todos los integrantes de la gestión, y funciona como órgano máximo de

discusión y decisión. Además, los meses que no hay asamblea hay una instancia de plenario, que es de discusión política y no de toma de decisiones.

La Tribu es una radio de jóvenes de izquierda, de clase media urbana. Nació como estudiantil en vinculación a un partido político, pero pronto se independizaron y se convirtieron en emisora barrial. Luego, “con el tiempo” (DTN16/97, p. 1) empezaron a identificarse con el movimiento de radio comunitaria y alternativa.

Desde siempre, y sobre todo con más fuerza a partir de la crisis de 2001, mantuvo relaciones con organizaciones y movimientos sociales, y dio lugar a expresiones culturales y políticas militantes y alternativas. Inclusive jugó el rol de asesorar y capacitar a otros colectivos para construir y gestionar sus propias emisoras, como el caso de las cinco radios del Movimiento Campesino de Santiago del Estero creadas entre 2003 y 2012 (Lamas, s/f).

La mudanza a Lambaré también estableció el proyecto en un espacio con mayores posibilidades de apertura a la comunidad, a los y las participantes y mayor visibilidad: el espacio de la “casa con parlantes” como la denominan, ha permitido albergar actividades políticas, culturales y sociales como recitales, ferias de producciones independientes, reuniones de agrupaciones, festivales como el Festival Cartón de cortos de animación y un bar propio que funciona como una parte más del sostenimiento económico (y social) de la emisora.

Hoy La Tribu es una emisora comunitaria y alternativa de FM, pero ya no es solo una radio en su acepción tradicional, sino que naciendo radio, se expandió a otros territorios y tipos de producción. Por eso, desde la refundación de 1997 La Tribu, sin dejar de definirse básicamente como una radio, también se definió como un espacio cultural de medios, comunicación y cultura (Colectivo La Tribu, 2000) y de forma más general como un proyecto político: “La Tribu no es solo un proyecto comunicacional. Es un proyecto político que decidió intervenir en el campo de la comunicación y que luego decidió intervenir en el campo de la cultura y de la formación” (DTN23/04, p. 3).

La Tribu también ha sido importante por su capacidad de aglutinar e impulsar al movimiento de radios comunitarias y alternativas de la Argentina y de América Latina. Así, además de ser una influencia en sus formas de trabajo, ha estado asociada al Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y ha sido parte del impulso de la mesa nacional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), de su

agencia de noticias Púlsar, y ha liderado trabajos regionales de capacitación, publicación y producción.

Por todo esto, se entiende que La Tribu es parte del movimiento de radio comunitaria en su acepción abarcativa, en términos de lo revisado en el marco teórico de esta investigación: se trata de una emisora sin fines de lucro, gestionada por un grupo de la comunidad, con ideas transformadoras y con intenciones de fortalecimiento de los Derechos Humanos, con especial énfasis en la comunicación como un derecho para disputar el sentido en el contexto del escenario infocomunicacional. También se gestiona de forma participativa, trabajan en red con otras emisoras y está abierta a la comunidad. Además se financia de múltiples y diversas maneras (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017).

Por último, se dirá aquí que la autoidentificación es fundamental para entender cuándo una emisora es o no comunitaria, por varias razones: primero, porque como dice con Loviscek (en Binder, Godinez Galay y Fisher, 2017), “cada radio es un mundo” (p. 38) y encastrarlas a la fuerza en determinadas clasificaciones sin entender su flexibilidad, no es ni posible ni útil. Y en parte este es un rasgo que se aleja de la estandarización que los intelectuales de Frankfurt denunciaban que tenía la industria cultural. Segundo, porque la forma que logra desarrollar cada proyecto tiene que ver con sus entornos (contextos político, económico, mediático), y además con las personas que lo desarrollan, más allá de consensos programáticos o decálogos de principios institucionales internos. Ese impulso de las personas que forman estos proyectos parece fundamental, también porque en el análisis se aborda una época de producción sonora que si bien se inscribe en un estilo que la emisora fue construyendo, también tiene necesariamente impresas las características de un determinado colectivo de personas:

(...) las características que asuman esas formas o medios de comunicación dependerán de los objetivos concretos que se le asignen y de la creatividad del grupo u organización que esté a cargo, siempre en relación con el marco socio político sobre el que se quiere intervenir. (Pulleiro, 2012, p. 28)

Es fundamental entender esto para comprender al subsector de la radio comunitaria desde los estudios de industrias culturales.

Entonces, la forma de nombrarse que ha tenido La Tribu, resulta fundamental para ubicarla en este amplio subsector. En general La Tribu se ve a sí misma como una radio comunitaria, como una

radio alternativa, como una emisora que es parte del movimiento de radios comunitarias, alternativas y populares. En su sitio web se presentan como "una radio alternativa, comunitaria, social" (Colectivo La Tribu, 2022) además de otras formas esporádicas que se han relevado como *radio ciudadana* (DTN09/97), *radio urbana*, *radio roja* o *radio alterativa* y como *Espacio La Tribu: medios-comunicación-cultura* (Colectivo La Tribu, 2000)

3.2. Entornos

Se comprenderá la dimensión política de La Tribu en relación al contexto, por cuanto es esa dimensión la que mueve los objetivos del proyecto, su razón de ser. En el caso de las radios comunitarias, como ya se revisó, existen y se sostienen por un anhelo de transformación o intervención social que implica conocer el contexto para incidir en él, y que a su vez influye sobre el desarrollo de las propias emisoras. Este trabajo tiene la intención de identificar relaciones entre lo que piensa la emisora y lo que dice al aire a través de su artística institucional, en función de la actualidad y el lugar y el tiempo en el que se insertan. En ese pensar de la emisora se incluyen las ideas trascendentales, los principios orientadores de largo plazo, las causas concretas, la capacidad de reacción a la actualidad, como así también la forma de organizarse y participar del mundo. Por lo tanto, conocer el contexto de época en diferentes ejes, será fundamental para establecer si la emisora es permeable a la actualidad, pero también cómo aplica sus ideas de fondo en relación al contexto palpable.

Caro González, F. (2007) y de De Mateo, R., Bergés, L., Sabater, M. (2009) clasifican los entornos en los que interviene una organización de comunicación para comprender la forma en que funciona: el entorno general se compone de factores económicos, políticos, sociales y culturales, tecnológicos, legales y ecológicos (Caro González, 2007). El entorno específico es el escenario infocomunicacional, en este caso en Argentina entre 2001 y 2009.

La clasificación utilizada por estos autores se tomará como referencia para delinear un contexto general en el que La Tribu se inserta. Por ende, cuando se analizan por ejemplo los factores económicos del período, no se enumeran al pie de la letra los ítems propuestos por Caro González (2007): "Crecimiento de la economía; nivel de inflación; nivel de empleo; renta disponible; tipo de interés; paridad de la moneda; mercado de capitales" (p. 76), sino que se describe un resumen del estado de situación económica general, su evolución, desarrollo y variaciones entre los años estipulados.

Es importante aclarar, además, que los entornos no se tratan de una fotografía, sino de una película, máxime si lo que se intenta es reconstruirlos para un período que va del año 2001 al 2009, y no para un momento determinado. Es decir, la complejidad de establecer una sola idea de contexto, por ejemplo, político, para un período de nueve años, requiere adaptar el abordaje y hacer un relevamiento de los factores que conforman los entornos basado en hitos o acontecimientos de relevancia en cada área, y con una narración más de tipo histórica. El objetivo de este apartado no es ser exhaustivo con un período histórico, sino ubicar la lectura de lo hecho por La Tribu en un contexto, pero de manera general.

3.2.1. Entorno general

Aquí se analiza el contexto de inserción del caso de estudio, a través de factores divididos en políticos, económicos, socio-culturales, legales, tecnológicos y ecológicos (Caro González, 2007; De Mateo, Bergés y Sabater, 2009). Es decir, una descripción del contexto general en el que se desenvuelve la emisora, con énfasis en los mencionados ejes temáticos. De esta manera, se puede tener un panorama de situación y caracterizar el lugar y el momento, y por ende los obstáculos, con los que La Tribu ha debido lidiar para insertarse y sostenerse, lo cual a su vez ha moldeado la identidad del medio.

Factores políticos

Aquí se presta atención a describir los principales hitos de la política nacional, como así también destacar sus principales características para el período. También se hace énfasis en la política porteña por ser la Ciudad de Buenos Aires la jurisdicción donde está instalada La Tribu.

El período aquí elegido comienza en 2001, año significativo por la crisis política que vive la Argentina, con las revueltas del 19 y 20 de diciembre.

Luego de la recuperación de la democracia en 1983, muchos de los anhelos sociales de transformación comenzaron a verse frustrados. La hiperinflación de 1989 que supuso la entrega anticipada del poder por parte del presidente Alfonsín, y la década menemista (1989-1999) que consolidó el proyecto neoliberal basado en las privatizaciones y la exclusión social, derivaron en un viraje social que hizo posible el nacimiento de una alternativa electoral integrada por sectores progresistas del peronismo, el radicalismo y otros. Así, la coalición llamada Alianza se hizo con las elecciones en 1999, asumiendo la presidencia de la Nación Fernando De la Rúa, que lejos de

resultar un cambio de rumbo respecto del gobierno anterior, supuso una continuidad constituyendo una “larga década neoliberal” (Marino, 2017). En todo este período se asistió a una “democracia extremadamente frágil y carente de participación popular” (Dabat, 2012, p. 47). A solo dos años del mandato de De la Rúa, la crisis, el descontento y la falta de soluciones, dio como resultado una revuelta popular que reaccionó a la confiscación de los ahorros y la declaración del Estado de Sitio para contener las protestas. Las jornadas del 19 y 20 de diciembre de 2001 que se conocen como el Cacerolazo, el Argentinazo o simplemente como crisis de diciembre de 2001, dejaron 39 muertos por la represión estatal en todo el país, y la renuncia del presidente de la Nación. A partir de allí, hubo un período de inestabilidad política que incluyó la sucesión de cinco presidentes diferentes en apenas diez días: luego de la salida de De la Rúa, asumiría el presidente del Senado, Ramón Puerta, ya que desde el año 2000 no había vicepresidente por la renuncia de Carlos “Chacho” Álvarez. El 23 de diciembre asumiría Adolfo Rodríguez Saá, para renunciar el 30 y que se hiciera cargo de la presidencia Eduardo Camaño, quien presidía la Cámara de Diputados. Finalmente el 1 de enero Eduardo Duhalde asumió la presidencia, que retuvo hasta el 25 de mayo de 2003.

La crisis política y social activó reclamos y reivindicaciones de cambio que evidenciaron una crisis de representación (la consigna más escuchada era “que se vayan todos”), se recuperó cierta participación, la política volvió a ser tenida en cuenta como herramienta de transformación (Garrote y Campos, 2004) y dio origen o consolidó formas de participación y acción directa innovadoras como las asambleas ciudadanas, medios de comunicación alternativos, centros culturales, comedores, organizaciones piqueteras y de desocupados, fábricas recuperadas, movimientos sociales de diverso tipo, organizaciones no gubernamentales y con el correr del tiempo, nuevos partidos políticos.

La presidencia de transición de Duhalde debía completar el período que originalmente correspondía a De la Rúa (septiembre de 2003), pero la crisis política y social siguió. Todo el año 2002 estuvo signado por las protestas, la inestabilidad y la represión. El 26 de junio de 2002, en un operativo policial para reprimir las protestas de desocupados, fueron asesinados en las inmediaciones del puente Pueyrredón Darío Santillán y Maximiliano Kosteki. “La crisis causó dos nuevas muertes” tituló el diario Clarín al día siguiente, despersonalizando las responsabilidades por la represión. El presidente Duhalde decidió adelantar las elecciones y su mandato terminaría el 25 de mayo de 2003.

En 2003, solo dos años después de la revuelta y del vacío de poder, se llamó a elecciones presidenciales, donde Néstor Kirchner, gobernador de Santa Cruz, representante del peronismo, se impuso con un porcentaje muy bajo de votos, luego de pasar a segunda vuelta y que el otro contendiente, el ex presidente Menem, no se presentara.

A partir de allí se dieron una serie de transformaciones que de a poco fueron devolviendo estabilidad a un país que venía de los tiempos más convulsos. En los orígenes del gobierno de Néstor Kirchner, algunos gestos, nombramientos y políticas, fueron bien recibidos por amplios sectores progresistas, lo que fue generando una creciente cantidad de apoyos populares a su figura, que desembocaría en la consolidación del kirchnerismo como una alternativa de ruptura con el neoliberalismo (Doyran, 2015) pero que “por muy novedoso que sea, conlleva tensiones y residuos heredados de la época anterior” (Doyran, 2015, p. 170).

Este período también es el de consolidación de gobiernos de corte progresista o antiimperialista en la región, como respuesta a los gobiernos neoliberales, lo que también se conoce como “giro a la izquierda” (Gaudichaud, 2019): Hugo Chávez en Venezuela (1999), Lula da Silva en Brasil (2003), Evo Morales en Bolivia (2006), Michelle Bachelet en Chile (2006), Rafael Correa en Ecuador (2007), Fernando Lugo en Paraguay (2008), Tabaré Vázquez en 2005 y José Mujica en 2010 en Uruguay, generando un bloque sudamericano de gobiernos con ideas y políticas coincidentes que puede entenderse como una nueva oleada (Godinez Galay, 2006) que dejaba atrás el período neoliberal a nivel regional y que empezó a consolidarse como tal en 2005 con el rechazo en bloque al tratado del ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas) (Varesi, 2011).

La consolidación del proyecto kirchnerista generó que las elecciones presidenciales de 2007 las ganara Cristina Fernández, senadora, militante peronista y además esposa de Néstor Kirchner. Al segundo año de su presidencia, se dio un acontecimiento de relevancia: la intención del gobierno de gravar mayores impuestos a las exportaciones agrarias, conocido como la resolución 125 o el régimen de retenciones móviles, generó rechazo en los sectores agropecuarios que detentan gran parte del poder en la Argentina (Dabat, 2012), quienes mediante cortes de ruta y protestas presionaron al gobierno para que retrotrajera la medida, convirtiéndose en un capítulo más de la puja de larga data entre el peronismo y el antiperonismo (Dabat, 2012). La votación en el Congreso que debía validar o rechazar la medida quedó empatada, por lo que la definición quedaba en manos del vicepresidente, Julio Cobos. Allí, el funcionario del gobierno que venía del radicalismo, en vez de acompañar la medida oficialista, optó por votar en contra de ella, lo cual no solo la anuló e

imposibilitó que el gobierno continuara con ese plan de recaudación, sino que provocó una crisis al interior de la coalición gobernante y la consolidación de un proceso de “radicalización progresista” del gobierno y sus alianzas con las clases subalternas (Varesi, 2011).

En esos convulsionados meses del llamado conflicto con el campo, entre marzo y junio de 2008, los grandes multimedios se pronunciaron a favor de los reclamos de los sectores rurales, constituyéndose como un factor más de presión hacia el gobierno. Ante este contexto, se dio la posibilidad de que una propuesta de sanción de una ley de servicios de comunicación audiovisual que venía trabajándose desde hacía años en amplios sectores sociales, y con más formalidad a partir de 2004 con la Coalición por los 21 Puntos por una Radiodifusión para la Democracia (Gerbaldo, 2016), permeara la agenda de gobierno y fuera puesta en discusión, hay quienes dicen que en respuesta a los grupos mediáticos que habían contribuido con la inestabilidad y boicoteado la medida de elevar las retenciones a las exportaciones agropecuarias (Giniger, 2009; Fair, 2010; Gándara, 2015; Marino y Gimerà Orts, 2016). Así, en octubre de 2009 se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que entre otras cosas reconoce al actor comunitario de los medios, y limita la concentración y el poder a los multimedios.

Respecto de la ciudad de Buenos Aires, el período comienza con el gobierno de Aníbal Ibarra (2000-2006), que venía de la Alianza que había llevado a la presidencia a Fernando De la Rúa. Durante su segunda jefatura de gobierno sucede la tragedia de Cromañón: el incendio de un local de recitales durante la presentación del grupo Callejeros, que terminó provocando la muerte de 194 personas. Por esto, termina siendo destituido en 2006, momento en que asume su vicejefe de gobierno Jorge Telerman, por un año. En 2007, asumió Mauricio Macri como jefe de gobierno de la ciudad de Buenos Aires; un empresario conservador que venía de ser presidente del Club Atlético Boca Juniors y que a la postre se convertiría en el presidente de la Nación (2015-2019) y líder de la derecha en Argentina.

Factores económicos

Aquí se mencionan los principales sucesos económicos en Argentina para el período estudiado, como así también se describe sucintamente el estado de situación económica por aquellos días, incluyendo la evolución de los principales problemas y datos sobre pobreza. También se destacan algunas respuestas sociales a los problemas económicos.

Luego del período neoliberal signado por la convertibilidad, las privatizaciones, la apertura a las importaciones, el crecimiento en el desempleo y la pobreza, la financierización de la economía y la concentración y centralización del capital (Seiffer, 2011), la fuga masiva de divisas y la duplicación de la deuda externa (Dabat, 2012) entre otros factores, el período que inicia en 2001 comienza con una crisis económica que puede entenderse como consecuencia de aquel período y de decisiones económicas que no fueron correctivas sino que profundizaron la orientación. Desde 1999 se experimentó un decrecimiento en el PBI per cápita (Girón, 2009). El nombramiento en 2001 de Domingo Cavallo como ministro de Economía, el mismo ministro responsable de la convertibilidad y de la implementación de las políticas de ajuste de los noventa, empezó a precipitar el descontento social. En noviembre, Cavallo determinó lo que fue conocido como “corralito”: el congelamiento de las cuentas bancarias y la prohibición a los ahorristas de extraer su dinero. Eso, sumado a los alarmantes datos de crecimiento de deuda externa, déficit y gasto de reservas (Girón, 2009) subsumieron a la Argentina en una crisis económica de proporciones con una devaluación que redujo los salarios en términos reales sin que ello supusiera un aumento del empleo (Seiffer, 2011).

El desempleo abierto pasará de un nivel extremadamente alto de 15% en 1998, a 21.5% en 2002. El subempleo subirá por encima de 18% de la fuerza de trabajo ocupada y la cobertura del sistema jubilatorio bajará del 85-86% en hombres y 72-73% en mujeres al comenzar los 90s hasta 72 y 65% respectivamente en 2003. El salario real medio caerá más de 23% y lo que antes fuera la clase obrera más numerosa, calificada y organizada de América Latina, reduciría su tamaño en más de una tercera parte. La antes poderosa clase media fue igualmente devastada por la caída del ingreso de empleados y jubilados, la quiebra del pequeño negocio, el despojo de los ahorros bancarios por el “corralito” y la pesificación de los depósitos en dólares. La parte de la población situada por debajo de la línea de pobreza, subirá encima de 50% con cerca de la mitad de la misma viviendo en condiciones de indigencia. Argentina pasará, de ser una de las sociedades más igualitarias de América Latina, a una de los más desiguales, con una diferencia de ingresos entre ricos y pobres de más de 40 veces entre el decil de mayores ingresos y el decil más pobre. (Dabat, 2012, p. 49)

Durante este período quiebran bancos, se van grandes empresas del país, se emplean cuasimonedas como el Patacón, el Lecop y el Lecor que llegan a ser la mitad del dinero circulante (Dabat, 2012). Como alternativa, emergen experiencias económicas populares de subsistencia como

los clubes de trueque, ocupaciones como el cartoneo, y se intensifican y ganan protagonismo las cooperativas de trabajo y la economía social y solidaria, por la vía de emprendimientos colectivos vinculados en red. También es un período donde algunas prácticas como la recuperación de fábricas toma especial protagonismo como una alternativa para afrontar el cierre de empresas y la pérdida de puestos de trabajo. La toma y reapertura de fábricas y empresas por parte de sus trabajadores, la colectivización de los métodos de organización y administración, permitieron la subsistencia a muchas familias abriendo un campo experimental de autogestión y autonomía inédito hasta el momento. Algunas experiencias señeras en ese rubro son las de Zanon, Brukman, Impa y Chilavert (Montiel, 2003).

Durante el gobierno de Eduardo Duhalde (2002-2003) se devaluó la moneda y se elevó el riesgo país (Dabat, 2012). Luego de 2003, comenzó un período de lenta reactivación y crecimiento económico en comparación con el declive de 2001-2002 y elevación del gasto público (Seiffer, 2011) para implementar políticas paliativas, incluidos seguros de desempleo y asignaciones sociales, lo cual fue implementado crecientemente hasta alrededor de 2007, lográndose una cierta estabilización que supuso mejorías en relación a la crisis, pero no en relación a períodos anteriores: “la mejora relativa post crisis, establece nuevas condiciones de ‘normalidad’, que son peores que las observadas en décadas anteriores” (Seiffer, 2011, p. 11), en un modelo que marca tanto rupturas como continuidades respecto de la década de los noventa, pero que busca la recuperación de la crisis de 2001 con el Estado como movilizador de recursos (Varesi, 2011).

En cuanto al Área Metropolitana de Buenos Aires, en octubre de 2001 el 34.5% de las personas del conglomerado de Buenos Aires estaba bajo la línea de la pobreza mientras que puntualmente en la capital era el 9.8%. De allí se pasó abruptamente a mayo de 2002 con porcentajes de pobreza de 49.7% y 19.8% respectivamente (INDEC), lo cual habla del impacto de la crisis económica y también de la desigualdad territorial y las mejores condiciones relativas de la Ciudad de Buenos Aires respecto del conurbano. La serie hasta mayo de 2003 se completa así:

Fecha	Aglomerad o Gran Buenos Aires hogares	Aglomerad o Gran Buenos Aires personas	Ciudad de Buenos Aires hogares	Ciudad de Buenos Aires personas
10/01	25.5	35.4	6.3	9.8
05/02	37.7	49.7	13.4	19.8
10/02	42.3	54.3	14.6	21.2
05/03	39.4	51.7	14.3	21.7

Tabla 1: Evolución de la pobreza en AMBA. Fuente: INDEC

En mayo de 2003 el 54.7% de la población estaba bajo la línea de la pobreza, y el 26.3% bajo la línea de indigencia (INDEC).

A partir de 2003, el desempleo baja, crece el PBI, se inicia un proceso de reindustrialización, se elevan los salarios (Dabat, 2012), crecen las reservas, se inicia un proceso de reducción de la deuda externa y comienza a crecer la inflación (Girón, 2009). El gobierno de Néstor Kirchner se puede entender como “una estrategia heterogénea consistente en tres acciones estatales: renegociación, reestatización y creación de empresas estatales” (Varesi, 2011, p. 39). También, se mira al bloque regional para hacer sinergia económica, se inician algunas nacionalizaciones, aunque empezará a ser un problema constante la creciente inflación que licua los salarios e impide a grandes porciones de la población acceder a la canasta básica de subsistencia. Por otra parte, la incipiente reindustrialización no alcanza a revertir un modelo apoyado básicamente en la exportación de commodities. Al contrario, se intensifica un modelo basado tanto en el monocultivo y el agronegocio como en el extractivismo, un modelo “extractivo-exportador” (Grigera y Álvarez, 2013). La recuperación de 2003 no alcanza para revertir las consecuencias dejadas por la década anterior (Garrote y Campos, 2004).

En resumen, si bien al inicio del período estudiado las condiciones económicas son catastróficas y se identifica una evolución de los indicadores y una normalización de la situación

por la vía del intento de modificaciones del modelo (Baxendale, Buzai y Morina, 2016), de todos modos el contexto económico es de dificultades de todo tipo, propias de un país del tercer mundo: desempleo, pobreza, exclusión, y el rol internacional de la Argentina como proveedora de materias primas (Seiffer y Rivas Castro, 2017). Algunas medidas del kirchnerismo por vía del asistencialismo, subsidios o medidas tendientes a reducir los condicionamientos derivados de la deuda externa, permiten paliar los mayores problemas y mejorar considerablemente las condiciones, y a pesar de que la economía argentina crece un 94% entre 2002 y 2011 (Doyran, 2015), no se revierten las características de fragilidad estructural de la Argentina en lo económico, con una economía desindustrializada (pese a buenos intentos desde 2003), ni se modifica radicalmente el modelo económico basado en la acumulación del capital y el rol del país como proveedor de materias primas (Seiffer, 2011; Seffer y Rivas Castro, 2017), consolidándose durante esta época el monocultivo de soja y el extractivismo (minería e hidrocarburos) como base de posibilidad de desarrollo económico por la vía de la obtención de divisas externas.

A pesar de las mejores intenciones, las políticas de Kirchner no han abordado la distribución desigual de la riqueza dentro de la estructura económica, por ejemplo, los impuestos sobre las ganancias de los grandes grupos empresariales, la redistribución de la renta petrolera (no sólo los impuestos de la soja), las políticas que abordan la pobreza estructural (sector informal), el acceso universal a la educación, la alimentación y la atención médica para todos –que todos requieren un sistema alternativo de bienestar y recuperación nacional. (Doyran, 2015, pp. 170-171)

A partir de 2008 se identifica un desaceleramiento del crecimiento económico, empujado por la crisis internacional (Baxendale, Buzai y Morina, 2016).

En términos generales, el contexto económico de la Argentina marca que se trata de una de las economías más grandes de América Latina (junto con México y Brasil) por territorio, población, tamaño del mercado interno y recursos naturales, entre otros factores.

Respecto del contexto económico inmediato de La Tribu, la Ciudad de Buenos Aires es el distrito con más recursos de todo el país, y con una desigualdad marcada entre los barrios del sur y oeste, respecto de los del norte (Baxendale, Buzai y Morina, 2016). Adicionalmente, hay un crecimiento de los asentamientos precarios que de algún modo va a contramano de la recuperación

económica, lo que habla de la desigualdad y las brechas en la distribución: “la población de villas y asentamientos del AMBA creció de 702.586 habitantes en 2001 a 1.044.866 habitantes en 2006. Casi un 50 % en cinco años” (Baxendale, Buzai y Morina, 2016, p. 280).

Factores socio-culturales

Aquí se describen algunas características demográficas, pero también se analizan niveles de vida, y se relevan acontecimientos ocurridos durante el período que tuvieron impacto social y cultural en la ciudadanía.

Según los censos de 2001 y 2010, el período que aquí se estudia inicia con una población nacional de 36 millones de habitantes y termina con 40 millones. La población se concentra mayormente en el Área Metropolitana de Buenos Aires, lugar donde viven alrededor de 15 millones de personas. La Ciudad de Buenos Aires tiene una población fija de alrededor de 3 millones de habitantes.

Durante el período estudiado, el índice de calidad de vida, que incluye aspectos socioeconómicos pero también ambientales, en la Ciudad de Buenos Aires se ha mantenido estable, mientras que en localidades del conurbano, por ejemplo, ha variado, lo que habla de cierta estabilidad relativa en la capital del país respecto de otros distritos cercanos. A su vez, las condiciones generales de vida en la Ciudad de Buenos Aires, son más favorables que en el conurbano (Baxendale, Buzai y Morina, 2016). Sin embargo, el inicio de la recuperación económica en 2003 no se tradujo en cambios sustantivos a nivel social y de calidad de vida de la población (Baxendale, Buzai y Morina, 2016): “contrariamente, mostraron una continuidad inercial con aquellos patrones de los años noventa. Esto es, la ciudad neoliberal excluyente, privatizada, elitista” (Baxendale, Buzai y Morina, 2016, p. 279). Ahora bien, en el año 2010, se identifican algunas mejoras relevantes como que el grupo con peor calidad de vida se reduce significativamente respecto de 2001: de 3 millones de habitantes a 500 mil que viven en las peores condiciones (Velázquez, 2016).

Respecto de acontecimientos de impacto social y cultural en el período, hay que señalar la crisis de 2001, con el estallido social de diciembre y la crisis política que llevó a que hubiera cinco presidentes en diez días, la deslegitimación del arco político, la ausencia de liderazgos reconocidos, el impacto social que tiene la inestabilidad y también la emergencia de experiencias colectivas significativas, tanto para paliar la crisis y recomponer el tejido social, como para construir nuevas

alternativas a futuro en diversos ámbitos (fábricas recuperadas, comedores, centros culturales, cooperativas de artistas, medios alternativos de comunicación o las propias asambleas ciudadanas). En los convulsionados días de diciembre de 2001, la represión estatal asesinó a 39 personas, lo cual marcó los acontecimientos a nivel de sensibilidad social. Durante 2002, ya con la presidencia de Duhalde siguió la crisis y la inestabilidad. Otro acontecimiento de relevancia social es los asesinatos de los militantes Darío Santillán y Maximiliano Kosteki, marcando una continuidad con los acontecimientos de diciembre de 2001.

Otros hitos incluyen las elecciones de 2003, que dan por ganador a Néstor Kirchner que comienza su gestión con algunos discursos, medidas y gestos importantes en lo socio-cultural, como la orden de retirar los cuadros de los dictadores Videla y Bignone de las paredes del Colegio Militar en 2004. A partir de allí, el clima social que era de total descreimiento de la política partidaria y los políticos, empieza a convertirse nuevamente hacia la participación e involucramiento en política.

En diciembre de 2004 un recital del grupo Callejeros termina con el incendio del local Cromañón en el barrio de Once y la muerte de 194 personas. Este acontecimiento fue un impacto a nivel social y provocó modificaciones políticas (la destitución del jefe de gobierno Aníbal Ibarra y el ascenso del macrismo en la ciudad) y culturales (la intensificación de los controles, las inhabilitaciones y cierres de espacios de cultura, que produjo un período de retroceso en las actividades culturales en la Ciudad de Buenos Aires).

En 2007 se celebraron elecciones. A nivel nacional ganó Cristina Fernández de Kirchner, marcando una continuidad con el modelo ofrecido por el incipiente kirchnerismo. En la ciudad de Buenos Aires ganó Mauricio Macri, que venía del mundo empresarial y de gestionar el club Boca Juniors. Así la ciudad dio un definitivo giro a la derecha que tendrá impactos sociales desde ese momento en adelante.

Otro acontecimiento que remeció socialmente a Argentina se da durante la presidencia de Cristina Fernández y es el llamado “conflicto con el campo”. La intención del gobierno nacional de gravar mayores impuestos a la exportación agraria, en un contexto de crisis internacional y de creciente sojización de la producción, generó muchas resistencias en los sectores agrarios, representados por entidades poderosas como la Sociedad Rural o los propios medios de comunicación tradicionales como Clarín y La Nación. La medida fue respondida con bloqueos de rutas, y mediante votación en el Congreso fue desestimada con el voto desempate del vicepresidente Julio Cobos. A partir de allí cambiaron las condiciones y el contexto político. Esos días mantuvieron

el tema en la expectativa social. La elaboración y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que sucedió a este conflicto también se convirtió en un hito social por cuanto su discusión fue amplia, estuvo presente en la opinión pública y fue tema de debate y discusión a todo nivel ciudadano.

Respecto de cambios culturales no relacionados a algún acontecimiento puntual, podemos señalar la creciente penetración de las tecnologías y los territorios digitales en la vida cotidiana de más personas durante el período, y la evolución constante en los usos y apropiaciones de los mismos (Montells, Tordini y Vanini, 2011).

Factores legales

En cuanto a factores legales del entorno de inserción de La Tribu, se hará énfasis aquí en las normas en el campo infocomunicacional para el período, por entenderse directamente relacionadas al caso de estudio, lo cual supone que influye en su trabajo cotidiano.

La norma que rige la radiodifusión para casi todo el período es la Ley de Radiodifusión 22.285, sancionada en 1980 durante la dictadura cívico-militar. Sin ánimo de profundizar sobre su letra, se dirá aquí que es una norma que carece de legitimidad ciudadana por no haber sido votada por sus representantes y que entre sus características más salientes se encuentran que no solo no contemplaba que pudiera haber prestadores sin fines de lucro, sino que los prohibía.

Esa norma fue modificada durante la democracia y, sobre todo durante el gobierno de Carlos Menem, produjo un sistema de medios más concentrado, privatizado y por ende menos plural aún. La opción por entender a la comunicación como una mercancía se confirmó y se profundizó, contra la concepción como derecho bajo la cual trabajan los medios comunitarios, como La Tribu.

A las emisoras sin fines de lucro, entonces, se les otorgó el llamado PPP (permiso precario y provisorio), único reconocimiento con el que muchas de ellas funcionaron por años. Por otra parte, “las radios fundadas posteriormente a la entrega de los PPP quedaron mucho más expuestas a cierres y decomisos por ilegalidad que las que llegaron a registrarse” (Kejval, 2009, p. 35).

Durante todo ese tiempo, decenas de radios comunitarias aparecieron en el escenario infocomunicacional pese a que ninguna ley las amparaba. Fueron llamadas “‘truchas’, ‘clandestinas’, ‘piratas’ o ilegales” (Kejval, 2009, p. 34).

En 2003, la Ley 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales estableció un techo del 30% a la propiedad extranjera en empresas nacionales, impidió que las grandes empresas de medios que venían saliendo de la crisis y estaban endeudadas, perdieran control y poder sobre sus medios por reclamos de los capitales externos: “fue un salvataje estatal a las empresas de medios que impregnó, como lógica de intervención, la primera etapa del ciclo kirchnerista” (Becerra y Mastrini, 2016, p. 6).

En mayo de 2005 se sancionó el Decreto 527 que suspendió por diez años el conteo del tiempo que corresponde a la explotación de las licencias otorgadas a las empresas para servicios de comunicación audiovisual. El efecto de esta medida fue prolongar diez años el usufructo de las licencias a los grandes medios, beneficiando a aquellos a los que se le estaba por vencer el período legal y su prórroga, lo cual se hizo sin la necesidad de establecer una nueva prórroga, sino que deteniendo el conteo del tiempo durante diez años; es decir que en mayo de 2015 se retomaría el conteo saltando un paréntesis de diez años en el que las grandes empresas siguieron brindando servicios de comunicación y usufructuando el espectro.

En septiembre de ese mismo año se sancionó la Ley 26.053 que modifica el artículo 45 de la Ley de Radiodifusión que impedía a prestadores sin fines de lucro operar medios de comunicación. Así, se permitió a cierta cantidad de emisoras emitir sin ser empresas comerciales. No se abrieron concursos, sino que se reconoció la existencia y se les permitió operar a un conjunto de medios ya existentes sin la obligación de ser entidades comerciales (Becerra y Mastrini, 2016). La Resolución 753 de 2006 reconoce entonces un listado de 126 emisoras sin fines de lucro, entre las que se encuentra La Tribu.

En 2007, en el último día de la presidencia de Kirchner, se autorizó la fusión entre las dos grandes prestadoras de televisión por cable Cablevisión y Multicanal, concentrando una parte importante de ese mercado en un solo actor: el Grupo Clarín (Becerra y Mastrini, 2016).

En octubre de 2009, luego de un proceso amplio de consulta y modificaciones, y luego de un viraje en las relaciones del oficialismo con los grupos concentrados de medios, principalmente el Grupo Clarín, se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 que propone un escenario infocomunicacional con reglas diferentes. Entre lo más destacado están los límites a la concentración de medios en las mismas manos, medidas para fomentar la producción federal, la creación de una autoridad de aplicación (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) cuyo diseño impide el control total por parte del gobierno de turno (Becerra y

Mastrini, 2016), la creación de la Defensoría del Público, el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual y el Consejo Asesor del Audiovisual y la Infancia.

Además, de identifican tres tipos de prestador: los privados con fines de lucro, los públicos (donde se hace especial reconocimiento a los medios universitarios y de pueblos originarios) y los privados sin fines de lucro. Por primera vez una norma del sector contempla la posibilidad de que actores diversos sin fines de lucro puedan brindar servicios de comunicación. La norma contempla a las emisoras comunitarias en su capítulo de definiciones del siguiente modo:

Emisoras comunitarias: Son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida. (Ley 26.522, art. 4)

Asimismo, establece que debe existir una reserva del 33% de espectro para este tipo de operadores, y crea un fondo de fomento que años después se traducirá en la política pública del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), un fondo concursable para medios sin fines de lucro para fortalecer diversas áreas de su desarrollo (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017).

Factores tecnológicos

En un campo como el infocomunicacional, y desde la economía política de la comunicación, es fundamental atender a las transformaciones, desarrollos e incidencia de la tecnología. El período elegido es de cambios acelerados, tanto en el desarrollo de herramientas, como en los usos y apropiaciones. Aquí se destacan brevemente algunos puntos que permiten configurar un panorama general en este tema.

El período que va de 2001 a 2009 es un período clave en lo tecnológico por cuanto los cambios se aceleran y lo digital se diversifica y masifica cada vez más. El protagonismo que ganan en este período la Internet, las redes sociales y las herramientas digitales, tanto para la producción mediática como para la difusión y los consumos, es exponencialmente superior a la década anterior.

El proceso de la convergencia (tecnológica, pero también de producción, de usos, económica) es la marca del período y supone desafíos para los medios y concretamente para la radio:

A partir de la década de los 90, la “convergencia digital” logró convertir los medios analógicos tradicionales como la radio, la televisión y la prensa en un conjunto de servicios digitales. Esa convergencia estuvo acelerada por Internet, el uso masivo de las computadoras y la banda ancha del espectro radioeléctrico. Este criterio, sin embargo, no significa una afirmación sobre la desaparición de los medios tradicionales en nuestro continente. (Girard, Camacho, Vanini, y Roemersma, 2010, pp. 9-10)

Es un período que La Tribu atraviesa conviviendo con “las llamadas ‘nuevas tecnologías’, la digitalización y la multimedialidad” (Montells, Tordini y Vanini, 2011, p. 7), cambios que están relacionados “con cambios sociales, con modificaciones en el modelo de organización social del que son parte” (Montells, Tordini y Vanini, 2011, p. 7).

En ese contexto, y respecto de lo radiofónico, 2004 se toma como punto de partida del término podcast, que es utilizado por Ben Hammersley en un artículo del periódico británico The Guardian (Godinez Galay, 2015), aunque ya se venían produciendo contenidos radiofónicos y disponibilizando en Internet antes de que se los nombrara así. En Argentina, la primera emisora que produjo contenidos para el territorio digital y con suscripción por RSS (Really Simple Syndication) fue precisamente La Tribu (Montells, Tordini y Vanini, 2011). Esta década será clave en la confirmación de las posibilidades de convergencia entre el mundo de la radio y el mundo digital, con el aumento exponencial de experiencias de podcast, pero también de radios que transmiten su programación por streaming, radios nativas de Internet y otras formas de lo sonoro en el territorio digital como radio a la carta, audioblogs y más (Cebrián Herreros, 2008). En este período muchas emisoras comienzan a replicar sus transmisiones hertzianas en Internet (Montells, Tordini y Vanini, 2011).

La tecnología también incide en las formas de producción mediática. Los acelerados desarrollos digitales y tecnológicos brindan la posibilidad cada vez mayor de producir, emitir y consumir contenidos a bajo costo, y de formas más ágiles y fáciles, además de acrecentar la calidad, lo cual brinda nuevas potencialidades a las radios comunitarias (Binder y Godinez Galay, 2013): “La producción es uno de los espacios que más se modificó (...) si miramos la forma de producir

radio hace 10 años, sin lugar a dudas se generaron grandes transformaciones” (Montells, Tordini y Vanini, 2011, p. 9). La recepción también se ha visto modificada, por la vía de la escucha a través de teléfonos celulares, cada vez más habitual (Montells, Tordini y Vanini, 2011).

Si bien no es intención profundizar en este tema aquí, lo cierto es que la evolución de los desarrollos tecnológicos, concretamente del mundo de lo digital, es fundamental para el período y para el campo infocomunicacional. El de la radio no es un escenario ajeno a este proceso sino todo lo contrario: las adaptaciones de la radio a lo digital son diversas e impactan en el trabajo cotidiano de las emisoras. Para La Tribu esto es un eje fundamental y así lo ha demostrado con su trabajo exploratorio de estas herramientas y posibilidades, como así también con sus reflexiones políticas, como se verá más adelante.

Factores ecológicos

Este punto, que tiene la intención de llamar la atención sobre la importancia del entorno ambiental en los cuales las actividades humanas se asientan y desarrollan, será abordado a partir de la descripción sucinta del escenario nacional y urbano en cuanto a lo ecológico, centrado en algunos de los principales problemas y carencias, junto con la evolución social de la percepción de la materia.

En cuanto a lo ambiental, se carece en general de medidas eficientes para preservar la ecología. Con el correr de los años, la conciencia social sobre el problema ambiental ha ido creciendo y el tema ha penetrado más en la agenda de los medios masivos de comunicación y los gobiernos, sobre todo de la mano de la presión de las juventudes. El protagonismo que cuando se escribe esta investigación tienen estos temas producto de la crisis ambiental, el calentamiento global y la inacción de los Estados centrales para reducir los daños del efecto invernadero, no se tenía del mismo modo en el período 2001-2009, si bien sí fue siempre una preocupación de las organizaciones sociales, ambientales y las agendas de los medios comunitarios y alternativos.

En cuanto al contexto de la Ciudad de Buenos Aires, se trata de una gran urbe con problemas de contaminación por polución, basura y también contaminación sonora (Godinez Galay, 2016). Asimismo, es paradigmático el caso del Riachuelo, caudal acuífero compartido entre la ciudad y la provincia de Buenos Aires que sufre de una grave contaminación y a pesar de diferentes planes de gobierno y fondos destinados a su saneamiento, es un problema que se arrastra sin solución definitiva a lo largo de los años (Nápoli y García Espil, 2010).

El problema del monocultivo, sobre todo de soja, intensificado durante el período abordado, tiene consecuencias ambientales de relevancia. El desmonte en diferentes provincias de la Argentina, provoca problemas ambientales como la modificación de los ecosistemas, el atentado contra la diversidad de flora y fauna, inundaciones, y a su vez tienen consecuencias sociales por la vía de la expulsión de comunidades indígenas de los territorios históricamente habitados por ellas, el hacinamiento de los desplazados en conglomerados urbanos precarios y sin condiciones dignas de vida, y las modificaciones de las economías locales. Adicionalmente, el empleo de agrotóxicos es un problema que afecta no solo el ambiente sino la salud de habitantes de lugares dedicados a la producción agraria.

Asimismo, el extractivismo se intensificó también. O lo que puede llamarse como “neoextractivismo posneoliberal” (Frechero, 2013). Proyectos de megaminería con utilización de cianuro y desperdicio de un elemento de vital importancia como el agua, o de explotación petrolera por fracking son problemas que han crecido durante las últimas décadas y que tienen consecuencias sobre la vida de las personas, el ambiente, la economía y la organización social (Svampa y Viale, 2014). Por otra parte, algunas experiencias sociales de resistencia a estos problemas se vuelven relevantes, como el movimiento No a la mina en Esquel, que logró implementar y ganar por amplia mayoría un plebiscito en 2003 para rechazar la instalación de un proyecto megaminero en Chubut (Urdinez, 2007), o la resistencia ciudadana a los proyectos de Minería Alumbra en la provincia de Catamarca (Lamallice y Klein, 2016), entre otros.

3.2.2. Entorno específico

Aquí, siguiendo a Caro González (2007), se describe concretamente el escenario específico en el que se sostiene el caso de estudio, “aquellos elementos del entorno que afectan de forma directa a la organización” (Caro González, 2007, p. 70); abordado en diferentes capas: el mercado de medios de infocomunicación en general, el panorama de la radio como sector específico, y el de la radio comunitaria como subsector en el que La Tribu interactúa. Asimismo, se aborda atendiendo tanto al contexto local como al nacional y al regional.

Por un lado, el escenario mediático en la Argentina es de concentración, lo cual obtura o dificulta el desarrollo en las mejores condiciones de experiencias comunitarias y alternativas, y afecta la diversidad y el pluralismo del sistema. El diagnóstico, en líneas generales, coincide también con el de la mayoría de los países de la región latinoamericana (Mastrini y Becerra, 2011).

Uno de los cuatro mayores grupos de medios de la región está en Argentina, y es el Grupo Clarín (Mastrini y Becerra, 2011). Por ende, el escenario mediático nacional cuenta con actores poderosos y de gran incidencia, incluido uno de los de posición dominante a nivel continental.

En América Latina, además del problema de la concentración, se identifican otras tendencias y situaciones para el período 2001-2009: la fuerte presencia de un sistema de mercado, legislaciones que en general no contemplan al actor comunitario de los medios, el centralismo de la producción en las grandes urbes, el predominio de contenidos extranjeros sobre todo en la televisión (Mastrini y Becerra, 2011). Por otra parte, durante este período se identifica el intento de abandono de las lógicas neoliberales de décadas anteriores, para ir hacia un modelo con mayor participación estatal y que comience a rever más críticamente el escenario infocomunicacional y pensar en caminos hacia nuevas normativas basadas en derechos, aunque en el caso argentino, “si bien el presidente ofreció un discurso público de confrontación con el discurso construido por los medios, en el caso de las políticas de comunicación fueron más las continuidades y los acuerdos con las corporaciones de medios, que las modificaciones a favor de mayor democracia comunicacional” (Mastrini y Marino, 2008, p. 81):

Algunos gobiernos proponen cambios en la política de medios que plantean un mayor grado de intervención del Estado en la regulación y ciertos controles relativos a los niveles de concentración de la propiedad. Asimismo, se promueve la participación de grupos de la sociedad civil, tanto en la discusión de las políticas como en la propiedad de los medios. (Mastrini y Becerra, 2011, p. 54)

Hay que señalar, a su vez, que dentro del contexto de un escenario infocomunicacional concentrado, la radio es un medio de gran penetración y en el que si bien hay participación de los grandes jugadores de los medios, por las propias características del medio, hay mayor variedad que en otros como la televisión y la prensa. Para el año 2012, Ballesteros López y García Gago (2020) identifican la existencia de 24.807 emisoras radiofónicas en América Latina y el Caribe, de las cuales 17.499 son FM. La preponderancia es para el sector comercial (12.804 emisoras), aunque el social-comunitario figura en segundo lugar (6.568 radios) por sobre el educativo-público (1.053 casos). Para 2012 se identificaba la existencia de 1.924 radios en Argentina (Ballesteros López y García Gago, 2020).

En otro plano, el contexto puntual argentino de la postcrisis, incluye una creciente desconfianza hacia los medios masivos de comunicación y la demanda ciudadana por utilizar canales propios de expresión:

El proceso de articulación social en torno a la demanda por la democratización de las comunicaciones se profundizó luego de 2001, cuando otras organizaciones sociales cuyo objeto principal de intervención no era la comunicación, comenzaron a considerarla clave para alcanzar su propia presentación, visibilidad y legitimidad en el espacio público, articularse y pensar otro modelo de país y de democracia. Por lo tanto, empezaron a plantearse la necesidad, ya no sólo de acceder a los grandes medios por sus grietas/fisuras, controlar a los medios existentes y tener sus propios medios, sino también de pelear por la democratización del sistema comunicacional general. (Segura, 2011, p. 90)

Por otra parte, el entorno específico de La Tribu está conformado por el sector sin fines de lucro de los medios, y concretamente el de la radio comunitaria, que en Argentina adquirió especial protagonismo y fuerza a partir de los sucesos de 2001, en parte por la erosión de la “aparente legitimidad” de los medios tradicionales (Kejval, 2018, p. 133).

Entonces, según María Soledad Segura (2011), el período 2001-2009 en torno a los medios de comunicación alternativos y comunitarios en Argentina puede dividirse en tres etapas: 2001 a 2003, período de crisis donde la necesidad de intervenir en comunicación se hace fundamental para las organizaciones; 2003 a marzo de 2008, donde con la asunción de Néstor Kirchner y una vuelta al protagonismo del Estado se produce una transición y replanteo de identidad y rol en los medios alternativos; y de marzo de 2008 en adelante, con la confrontación del gobierno con los grandes grupos mediáticos que deviene en la discusión y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en octubre de 2009 (Segura, 2011). Para Kejval (2018), en la etapa 2001-2008 confluyen dos escenarios, el nacional y el internacional:

La nueva etapa política y social abierta a partir de las jornadas del 19 y 20 de diciembre de 2001, por un lado, y la revitalización de los foros de debate internacional acerca de las políticas de comunicación junto con un nuevo activismo comunicacional de carácter global, por el otro. (Kejval, 2018, p. 130)

Durante la etapa abordada se dan varias transformaciones en las condiciones del sector comunitario, que va ganando legitimidad por derecho propio, por capacidad de organización y por identificación con un ideal que entiende a la comunicación como un derecho. Sin embargo, no es sino hasta 2009 que la normativa contempla al sector y le da entidad en la letra de la Ley 26.522. Hasta entonces, como ya fue mencionado, a la precariedad económica, de gestión, de difusión y otras, se sumaba un entorno jurídico hostil. El movimiento de radios comunitarias hizo frente a estas dificultades con creatividad, resistencia, trabajo en red, cooperación y una sostenibilidad integral.

Otra escala del entorno específico de La Tribu es la conformada por la situación de los medios (y puntualmente los medios independientes y autogestivos) en el contexto de la Ciudad de Buenos Aires. Al respecto, un conjunto de medios de la ciudad se organizó para pelear por pauta oficial y así generarse herramientas de sostenibilidad. En 2007, la sanción de la Ley 2587 en la Ciudad creó el concepto de medios vecinales mediante el cual se instituyó el reparto de un porcentaje de la publicidad oficial municipal a medios de diverso tipo que se registraran oficialmente. Esta experiencia dotó a los medios de la ciudad de un respaldo económico y simbólico por ley que es evaluado como positivo (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017).

Entre los hitos en materia de medios y comunicación que pueden identificarse para el período, destaca la conformación en 2004 de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, que cristaliza debates y desarrollos que se venían dando en ámbitos académicos, sociales y culturales desde la vuelta de la democracia en torno a la necesidad de una nueva legislación para los medios de comunicación. La Coalición explicita entonces 21 puntos que deberán estar presentes en una norma que remplace la Ley 22.285 y que tome a la comunicación como un derecho (Segura, 2011), muchos de los cuales terminaron estando presentes en la legislación sancionada en 2009.

3.2.3. La Tribu y los entornos

La Tribu nació como resultado y en vinculación con los entornos, y se movió en relación a ellos durante toda su existencia: condicionada por las fragilidades de la economía, respondiendo a las fluctuaciones políticas, estableciendo una posición clara ante el escenario mediático o en relación a causas de interés social. La Tribu está atravesada por la realidad e intenta intervenir en ella: “La Tribu es una incubadora llena de agujeros donde se le mete el exterior todo el tiempo y le

cuela palabras, le cuela lenguajes, le cuela discusiones. Por suerte existe esa permeabilidad” (Skliar, entrevista 3).

En la misma tónica de lo que se entiende desde la economía política de la comunicación, la conciencia sobre la interrelación con los entornos político y económico de un medio de comunicación, es explícita en La Tribu. Lo mencionan claramente en documentos internos de 1993:

En el marco del proceso global antes descripto (económico, político y social) una percepción básica que teníamos era que iba a potenciar la ESTRECHA RELACIÓN entre los fenómenos comunicacionales, culturales e informacionales y lo político, social y económico. Esta estrecha relación se da en ciertos fenómenos, entre los cuales cabe puntualizar: En primer lugar, el crecimiento de la infraestructura informacional y de las nuevas tecnologías como elemento determinante y estructurador de lo económico. En segundo, el creciente peso de los medios de comunicación en la vida cotidiana y en la constitución de las decisiones sociales. Un tercer punto, es la estrecha vinculación entre lo comunicacional, sea MASSMEDIÁTICO O NO, con los procesos de participación y de representación. (DTN05/93, pp. 1-2)

La Tribu dio espacio a organizaciones y transformó en contenidos radiofónicos la crítica al neoliberalismo de los noventa. La crisis de 2001 encuentra a la radio atenta a que los problemas sobre los cuales venía alertando ya los conocía y difundía mucho antes que los medios hegemónicos: “El año 2001 proyecta, visualiza y, de algún modo, hace más masivo un proceso que ya existía” (Montells en Colectivo La Tribu, 2007, p. 31). La agenda de La Tribu ya integraba los temas que explotaron a partir de la crisis, antes de la misma crisis: ya era sede del club de trueque, ya había militancia y trabajo asambleario, ya se denunciaban las privatizaciones, el neoliberalismo, la incidencia del FMI, el rol represivo del Estado:

La Tribu cubrió los acontecimientos, pero además siendo parte del proceso, de las discusiones, de la militancia, de formar parte de las asambleas ciudadanas y dar lugar a expresiones y sectores que tomaron protagonismo y que reconocían que La Tribu tenía presencia en esos temas desde antes (Lamas, entrevista 2).

El 19 y el 20 de diciembre los hombres y las mujeres que hacemos La Tribu fuimos parte de la movilización en la calle y en el aire. El móvil de la radio se convirtió en escudo, en ambulancia y en nuestras voces agitadas con fondos de disparos. La construcción cotidiana de un proyecto colectivo se puso en juego en un escenario que si bien podía resultar previsible, nos desencajaba a medida que pasaban las horas (Colectivo La Tribu, 2002, p. 109)

Internamente, la crisis económica nacional provocó una crisis económica en el interior del proyecto, y debieron tomar la decisión de bajarse los salarios para no despedir a ningún miembro y garantizar la perdurabilidad del medio.

En cuanto al entorno específico, La Tribu se mueve de manera autogestiva pero en relación a él. Ha sufrido la fragilidad, junto a los otros medios comunitarios, de no estar contemplados en la normativa, de intervenir en un escenario infocomunicacional concentrado, de estar atravesada por los cambios tecnológicos y el desarrollo digital, entre otras cuestiones que se puntualizarán.

La Tribu está atravesada por sus entornos, su equipo de trabajo es consciente de eso, e intenta intervenir con sus visiones de mundo en ellos.

3.3. Las dimensiones de la gestión y los elementos inasibles

Como ha sido revisado, la práctica de las emisoras comunitarias puede entenderse y analizarse a partir de algunas categorías que se conocen como dimensiones de la gestión. En esta investigación se elige clasificarlas en: política, comunicacional y económico-administrativa. Sin embargo, es necesario señalar que en ningún caso existe un diseño y planificación impoluto de estas dimensiones al interior de las emisoras, escindido del contexto económico, político y mediático, ni exento de marchas y contramarchas, errores, intuiciones, subjetividades individuales, azar, imprevistos, dudas e improvisación, inasibles que deben ser considerados y valorados como parte esencial de la gestión de una radio comunitaria: “El mecanismo no puede ser una cadena, lo que te genera limites, sino una cancha bien regada para las intuiciones. Los artefactos tienen que estar ahí para ayudarnos en el delirio, no para sofocarlo” (Skliar, entrevista 3). Y lo anterior por dos motivos: las dimensiones de la gestión permiten un abordaje al objeto de estudio que no es completamente justo, puesto que son categorías analíticas que en la práctica se relacionan, se funden, se

superponen; también porque la práctica y sus urgencias diarias a veces se corren de los ideales teóricos y programáticos de las emisoras, que son marcos pero no manuales de instrucciones. Para Gastón Montells, se dan las dos formas: la planificación de los procesos, devenida de la formación académica de sus integrantes, que permite enmarcar lo imprevisto: “gestionar con matrices muy solventes y por otro lado la capacidad de desacomodar nuestro mismo proceso en virtud de una intuición o de algo sobre lo que queríamos experimentar” (Montells, entrevista 4).

Asimismo, la explicitación y sistematización de las dimensiones de la gestión por parte de las propias emisoras muchas veces es a posteriori, con el proyecto en marcha, más allá de que en discusiones internas pueda haber modificaciones: “Las categorías que después sistematizamos en las cosas que fuimos escribiendo sobre gestión, no eran otra cosa que poner en papel el modo en que nos habíamos organizado” (Lamas, entrevista 2).

Difíciles de ubicar académicamente, pero fundamentales para una experiencia que lidia con el contexto y sus fluctuaciones, no pueden entenderse las dimensiones de la gestión y la práctica diaria sin componentes escurridizos como la intuición, pero también lo imprevisto, la improvisación, el sentido de oportunidad, la capacidad de reacción, el error, el accidente, la casualidad, las emociones: “Un concepto tractor de La Tribu es la posibilidad de inventar, un laboratorio de formas, el error como una posibilidad” (Demasi, entrevista 5). La reflexión académica que olvide lo humano, como el error y el cariño, tendrá falencias para entender a la radio comunitaria. Por ende, hay que al menos señalar y tener en cuenta que en este tipo de abordajes siempre existe una distancia entre la práctica real y las categorías analíticas.

Sobre estas cuestiones inasibles o en apariencia poco técnicas hablan también Villamayor y Lamas (1998) cuando afirman que “(n)i el diagnóstico, ni la planificación pueden servir a los proyectos institucionales de las radios si en cada una de ellas no hay una sintonía de fondo, una mística, un corazón” (p. 41); y vuelven: “La mística es la fuerza interna de un proyecto. No es algo que se pueda explicitar demasiado. Se vive, se siente, y por ello mismo se comunica y se aprehende” (Villamayor y Lamas, 1998, p. 48).

También Ximena Tordini afirma la importancia de esta dimensión transversal:

A veces es azar. Yo creo que hay momentos en los grupos en donde, no me quiero poner mística, pero son un poco epifánicos, en el sentido de que hay una conexión entre esas subjetividades que favorece la creatividad, y eso no entra en

las dimensiones. En algún momento algo hace que aparezcan expresiones que después se verifica que tuvieron una potencialidad o fueron productivas, y no entra en las dimensiones y no es planificable; creo que pasa en algunos espacios y otras veces no pasa, y se puede gestionar y que funcione, y no necesariamente va a expresarse de una manera que se parece más al arte que a la comunicación, que es otro tipo de experiencia. La Tribu tuvo algunos momentos de eso. (Tordini, entrevista 6)

Hechas estas salvedades, se hará el ejercicio de revisar cuál es la visión de mundo y los principios que mueven a La Tribu.

3.3.1. Dimensión política de la gestión

Antes de continuar con la sistematización y análisis de la dimensión política de La Tribu, se profundiza en la descripción de la dimensión política de la gestión de un medio de comunicación, específicamente un medio de comunicación comunitario, para ubicar lo investigado en relación al marco teórico ya desarrollado en el capítulo anterior y en el contexto de la economía política de la comunicación.

Se define aquí a la dimensión política de un medio comunitario o alternativo como todos los aspectos que incluyen la forma en que la organización se para frente al mundo, lo que piensa, los objetivos que tiene, las vocaciones de transformación, la ideología en sentido amplio, las definiciones programáticas, los lineamientos de rumbo, las causas sobre las que analiza que es importante intervenir, los temas y enfoques sobre la realidad inmediata, sobre la localidad, sobre el país o la región, sobre los que desea incidir. También comporta los diagnósticos sobre la realidad, el pronóstico de lo que podría llegar a ocurrir y las motivaciones para incidir en esa realidad (Viejo Viñas, 2008).

Oportunamente se señalaba que se trata del “para qué” de un proyecto de comunicación (Godinez Galay, 2019, p. 5):

Se trata de los objetivos de nuestro proyecto. ¿Para qué construimos una radio? ¿Para fortalecer a la comunidad, para ejercer los Derechos Humanos, para generar espacios de expresión, para divulgar temáticas de interés? Junto con esto, van explicitadas nuestras orientaciones, nuestras visiones de mundo, nuestra

misión como proyecto. (...) La dimensión político-social es la postura frente al mundo, expresada en objetivos y en claridad acerca de en dónde, en qué, y para qué, se quiere incidir como proyecto de comunicación. (Godinez Galay, 2019. pp. 5-6)

Villamayor y Lamas (1998) se refieren a lo político-cultural de los proyectos como “idearios, objetivos, utopías, principios o misión” (p. 20). Luego desarrollan: “Los objetivos político-culturales de la radio presentan el Norte al que se quiere apuntar y marcan la orientación de todos los restantes objetivos del proyecto institucional” (p. 60). Y “(e)l perfil político y cultural es el que dice qué somos, cómo nos definimos y hacia dónde vamos. Expresa también el modelo de sociedad presente en el imaginario de la radio y pone de manifiesto la identidad del proyecto” (p. 61).

Lamas y Tordini (2007) definen esa dimensión como:

La dimensión político cultural de la gestión involucra los idearios, objetivos, utopías, misiones o principios del proyecto. Es lo que orienta todo el accionar de la radio en todos sus aspectos. (...) Es su razón de ser, el motivo por el cual día a día un conjunto de hombres y mujeres hacen radio, cumplen una multitud de tareas y, sobre todo, se apasionan y disfrutan de su participación en el proyecto. (Lamas y Tordini, 2007)

El Colectivo La Tribu y el Colectivo FM Alas (2007) definen al proyecto político de una radio no escindido del contexto, en sintonía con lo que se propone desde la economía política de la comunicación:

Una radio es un proyecto político con objetivos, un proyecto que tiene que ver con una vocación transformadora. No sólo es un conjunto de valores propios, sino un contexto social en donde construimos una experiencia con otros actores. Ese es el proyecto político cultural de la radio (Colectivo La Tribu y el Colectivo FM Alas, 2007, p. 11)

Por esto es que hablar de la dimensión política de estos medios, es hablar de la esencia de la definición de medio comunitario, y allí es donde adquieren carnadura aquellos elementos que permiten a un proyecto de comunicación ubicarse en el amplio espectro de lo comunitario o alternativo. Allí aparecen entonces la democratización de la palabra, el ejercicio de la libertad de

expresión, la disputa con discursos de circulación hegemónica, la participación ciudadana, la defensa de los derechos y el ejercicio de ciudadanía (Villamayor y Lamas, 1998).

Hablando sobre esta dimensión en los medios alternativos, Ramos (2013) señala que:

(...) ninguna situación es inteligible sin esquemas de interpretación que den sentido y coherencia a la multiplicidad y complejidad de los elementos en juego. La actividad y voluntad política, no sólo producen decisiones concretas, sino que actúan sobre las representaciones simbólicas mediante las cuales estructuramos y ordenamos la sociedad, delimitando el campo de lo posible, lo factible y lo deseable. (Ramos, 2013, p. 18)

En la misma tónica, Villamayor y Marino (2011) destacan que “(n)uestros objetivos políticos siempre son el resultado de una reflexión y/o análisis que tenemos del contexto donde se piensa desarrollar la gestión de un medio comunitario”(p. 17). Para los autores, la dimensión política de un medio comunitario “tiene que ver con el modo de accionar el proyecto que es también un modo de pensarlo” (p. 17).

Es menester aclarar que en esta visión general de lo que implica la dimensión política de un medio comunitario o alternativo, se incluye mucho de su organización interna, las dinámicas de trabajo cotidiano, que si bien en algunos autores (Villamayor y Lamas, 1998; Lamas y Tordini, 2007; ALER y AMARC-ALC, 2008; Villamayor y Marino, 2011; Ramos, 2013; Jaimes et al, 2014) funcionan como una dimensión de la gestión en sí misma, aquí se toma como un componente transversal a las dimensiones. En lo que hace a lo político, se refiere a que las formas de organización, resolución de problemas del trabajo cotidiano y dinámicas de relaciones para el funcionamiento interno, arrastran, son consecuencia o se ponen en tensión con los principios políticos amplios que cada organización se dé:

Aquí se incluyen los mecanismos en los que se organiza la radio: cuánta gente participa y de qué manera, cómo son los órganos de toma de decisión, qué espacio hay para la participación de la comunidad (...). (N)os interesa saber cuáles son aquellos modelos de organización interna que garantizan, o al menos aportan, al equilibrio político de las radios. (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017, p. 26)

Para Lamas y Tordini (2007), por su parte, hablando de los objetivos políticos de una emisora, “las formas organizativas que se escojan también están en estrecha relación con estos objetivos”.

Es importante señalar también que el nivel de profundidad y sistematización de los debates políticos en cada emisora puede variar, resultando diferentes niveles de explicitación de la dimensión política del medio, y por ende, diferentes grados de la cohesión con la que se expresa ya sea en términos de contenidos comunicacionales como del trabajo cotidiano:

Algunas radios tienen más claro su proyecto político, lo han discutido y consensuado: han inaugurado espacios de reflexión permanentes o redactado documentos de posicionamiento frente a ciertos temas. Otras, quizás, nacieron al calor de una coyuntura específica y no han pasado por un proceso de exteriorización o sistematización de esta visión de mundo y, por el contrario, fueron aprendiéndola de manera intuitiva desde la práctica. (Binder, Fisher y Godinez Galay, 2017, pp. 25-26)

Entre estas dos grandes alternativas en apariencia contrarias, hoy puede decirse que pueden darse ambos procesos en paralelo, es decir, que por más que una radio tenga debates periódicos, profundos, explícitos, también hay espacio para que se hagan cuerpo, se desplieguen y se modifiquen con la práctica y con componentes más inasibles como la intuición, la improvisación o una decisión tomada luego de un diálogo de pasillo.

3.3.2. Dimensión política de La Tribu propiamente dicha

La Tribu es una idea pero también es una manera de plantearse frente a la vida, un espacio de búsqueda de determinadas cosas. Esa búsqueda significa mezclar todo esto y construir un discurso que sea coherente, un discurso de resistencia, de oposición a las cosas que ocurren pero desde la coherencia. Que no sea solamente un testimonio, que no sea solamente un altoparlante que grita alternativamente.

Se trata de encontrar una fiesta.

(Damián Valls, en Colectivo La Tribu, 2000, p. 217)

*El primer gran norte: Cambiar el mundo.
La metodología: Empezar por la política.*

(Colectivo La Tribu, DTN23/04, p. 1)

Se sistematiza aquí la dimensión política de La Tribu, entendida como los rasgos explícitos del proyecto mediante los cuales se para frente al mundo y se plantea incidir en él: qué es La Tribu, cómo es, qué valores y principios la mueven, qué piensa del entorno inmediato que le toca habitar y qué piensa del mundo, cuáles son sus preocupaciones, qué le parece injusto, qué debería transformarse, cómo es el mundo que quiere construir, qué se plantea para lograrlo, cómo camina hacia ese horizonte.

Para ello se hace un análisis de conceptos rectores del trabajo de La Tribu -identificados en la investigación-, y se utilizan los criterios del análisis de marcos de Viejo Viñas (2008), pues se hacen útiles para ubicar y ordenar estos conceptos que guían el pensamiento de La Tribu y así tomarlos como marcos conceptuales.

No interesan en este caso posiciones teóricas de autores externos sobre estos conceptos, sino lo que La Tribu piensa y expresa sobre ellos. El objetivo de este apartado no es definir, por ejemplo, qué es la autonomía, sino qué dice La Tribu de ella, por qué le interesa, y con qué perfil. Esto será útil a la hora de analizar si esos temas y esas perspectivas, aparecen expresados o no en sus artísticas institucionales.

Una dificultad metodológica para definir la dimensión política para un período en particular radica en que es difícil delimitar temporalmente una identidad y forma de ver el mundo que marca una continuidad y cuyas transformaciones se van dando en el devenir del proceso. También en la dificultad de que las personas integrantes del colectivo han cambiado, y en que para sus protagonistas no es sencillo recordar los períodos de forma inequívoca. Sin embargo, la ventaja de un proyecto como el de La Tribu es que a grandes rasgos puede decirse que la dimensión política general se asienta sobre principios que perduran, en parte gracias a su publicación. Asimismo, se eligió en las entrevistas contar con voces testigo del funcionamiento de la radio desde 1989 hasta el cierre de esta investigación en 2022. Es decir, que en la lista de entrevistados y entrevistadas hay tanto fundadores del proyecto como miembros actuales, lo que permite observar la continuidad de los principios. A propósito, “hay un núcleo y un corazón que es el mismo con el que se fundó en el 89, que tiene que ver con una agenda alternativa, con modos organizativos autogestivos, con la izquierda a grandes rasgos y sobre todo con laboratorios de formas de existencia” (Skliar, entrevista 3). Por eso se opta por reconstruir la dimensión política de La Tribu, no tanto para el período específico del corpus sonoro, sino de La Tribu en general.

Esto sirve para pensar a la emisora más allá de las diferencias internas y circunstanciales que pudieran haber aparecido. De hecho, en el período estudiado se identifican dos lecturas del contexto político en los comienzos del período, en relación a las concepciones arrastradas por la generación fundadora y las de la segunda generación:

Yo creo que mientras yo estuve en La Tribu había dos generaciones políticas: la de los fundadores, que venían de la postdictadura y el post fin del comunismo tal como lo conocimos, y una generación, la mía con Gastón, Larisa, y otros compañeros, que expresábamos algo que tal vez esquemáticamente podríamos llamar el ciclo autonomista de las luchas en Argentina. (...)

En el pasaje entre los noventa y los 2000, la discusión política en La Tribu expresaba ese tipo de tendencias que, esquematizándolas, había una visión más gramsciana, como cierta condición de intelectual orgánico de un proyecto de comunicación respecto a un proyecto anticapitalista, y más de acumulación. Y otras tendencias como más relacionadas con un espíritu que fue un poco el de 2001 y post 2001, anticapitalista siempre, pero con una visión de la organización diferente, más pensada en una idea de autonomía más fuerte. (...) Alrededor del año 2000 esas dos visiones convivieron. (Tordini, entrevista 6)

También al finalizar el período, en el que la posición de las radios comunitarias respecto del gobierno kirchnerista y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual osciló, y La Tribu no fue exenta a estos debates: “La Tribu 2008 es mucho más tensionada en su identidad. Por el kirchnerismo, básicamente. O las discusiones que el kirchnerismo abrió. Expresado más claramente o menos claramente” (Kejval, entrevista 7).

De hecho, en el período 2001-2009 conviven tres generaciones: fundadores, segunda generación y tercera generación, y es posible analizar que además de los desgastes propios del tiempo y los diferentes proyectos personales, la posición organizacional frente al proceso kirchnerista puede entenderse como un punto de discusión interna que, junto con las otras variables, terminaron con el alejamiento en 2011 de las dos primeras generaciones y un recambio en los equipos responsables de la gestión. Sin embargo, más allá de que ese alejamiento es posterior al período del corpus sonoro estudiado, y a pesar de diferencias internas en relación a la estrategia política a seguir, de igual modo puede marcarse una continuidad tanto en los grandes conceptos

rectores que movilizan a la emisora, como en cuanto a las causas que elige apoyar y la forma en que lo hace. Así lo explica Damián Valls al hablar de la radio actual en relación a la de los comienzos:

Si bien es cierto que en general en términos ideológicos estaría más o menos en el mismo lugar, probablemente la diferencia que yo encuentro con La Tribu pero ya no radio sino la organización es más en su intervención política y la construcción de redes, también entendiendo que es otro momento político. Una cosa es cuando arrancó La Tribu en el 89 con todas personas muy desencantadas de la política, con una cosa mucho más punk, era en ese momento más sucio. Y además no sabíamos hacer radio y nos jactábamos de eso. (Valls, entrevista 8).

Aquí se sostiene que las diferencias que pudieron existir, normales por otra parte para cualquier organización, no atentaron contra la construcción de una dimensión política y una identidad política y comunicacional que logra perdurar en líneas generales a lo largo de la historia. La demostración de esa perdurabilidad y sostenibilidad del proyecto se obtiene encendiendo la radio en el 88.7 de FM en la ciudad de Buenos Aires o accediendo a www.fmlatribu.com y viendo que sigue vigente. De hecho, las diferencias o discusiones internas hasta sirven para explicar la identidad, presencia, movimiento y sostenibilidad del proyecto colectivo, su perfil distintivo y sus productos. Dice Ximena Tordini al respecto:

Era un conflicto productivo. Eran visiones diferentes sobre qué es un proyecto autogestionado que eran productivas para que ese proyecto estuviera vivo. En algún momento esa dinámica dejó de ser productiva para los sujetos, por ahí no para la organización, y por ahí por eso ese colectivo que éramos, dejó de serlo. (Tordini, entrevista 6)

Con el recambio generacional cambian las improntas personales y lo que los sujetos le imprimen al proyecto, pero no hay una transformación radical de la esencia del proyecto, que marca una continuidad desde su fundación.

Las diferencias en relación a la aparición del proceso kirchnerista, por su parte, han sido en el plano de la estrategia y en el análisis acerca de si esos temas y causas rectores de La Tribu iban a tener espacio institucional con el gobierno o no. Pero no significaba abandonar las ideas que le daban sustento al proyecto, que siguieron explicando su identidad.

Si bien estas diferencias de miradas empiezan a estar presentes en el período aquí estudiado desde las primeras medidas de Néstor Kirchner, es con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual cuando se tensiona más la agenda interna, puesto que una de las reivindicaciones clave de la historia del colectivo era el reconocimiento de los medios comunitarios, la desconcentración de medios y la sanción de una norma democrática de radiodifusión, y ahora que esto se había convertido en una realidad, se metía en el debate interno acerca de si por eso había que apoyar al oficialismo, si esa norma era suficiente y qué posición tomar como institución. Finalmente, como se verá, hay un cambio generacional y a pesar de todas esas diferencias, se coincide en que los motores ideológicos, conceptuales y las causas perseguidas por la emisora tienen una continuidad a lo largo del tiempo, que consolidan su identidad política y sobreviven a estos remezones que le plantea la coyuntura. Gastón Montells señala: “Sin ninguna duda, la gran matriz que funciona como un ordenamiento político interno en términos de sus propósitos siempre ha sido la misma; lo que va haciendo es cristalizarse, sistematizarse o manifestarse en denominaciones más contextuales” (Montells, entrevista 4).

Si bien el período elegido abre y cierra con acontecimientos de relevancia, lo cierto es que los grandes ejes programáticos sobre los cuales se asienta el proyecto de La Tribu marcan una continuidad más allá de las épocas. En todo caso, se traducen o hacen concretos en virtud del contexto y de los acontecimientos, y por eso la necesidad de entender su funcionamiento desde la economía política de la comunicación. Asimismo, la participación de los entrevistados en el proyecto es variable, y excede el recorte temporal elegido para la investigación, lo cual puede llevar a confusiones en lo que se recuerda. Por eso, se ha optado por incluir en las entrevistas preguntas a los protagonistas respecto de si los fundamentos políticos de La Tribu han variado mucho a lo largo de la historia o puede decirse que son los mismos. Esto, complementado con las preguntas propias acerca de las ideas fuerza y las causas que La Tribu ha defendido en el período en que cada entrevistado estuvo, permiten elaborar conclusiones acerca de si es posible sistematizar una dimensión política de La Tribu válida para el proyecto más allá del momento y de cómo se expresan esos fundamentos en contexto. Para eso es que se optó por entrevistar también a miembros actuales del colectivo, que ingresaron luego del período elegido, a los fines de constatar si sus testimonios acerca de la dimensión política marcan una continuidad con el resto de los participantes. De ese modo, se hicieron entrevistas con protagonistas que cubren desde la fundación hasta la actualidad del proyecto. Asimismo, el análisis de las publicaciones en las que La Tribu expresa su perfil es clave, por cuanto asientan ideas y también les dan perdurabilidad en el tiempo más allá de la impronta individual de sus integrantes.

Consultado sobre este punto, Gastón Montells, quien estuvo entre 1994 y 2011, sostiene que “si bien el vector es el mismo, va cambiando el acento porque el proyecto va creciendo. Es un ser vivo que naturalmente va teniendo otras disputas (...) desde sus propósitos originales pero actualizado a las demandas de cada contexto” (Montells, entrevista 4).

Por esta razón es que la elección del período en el que se hace foco, tiene una utilidad clave en este sentido, pues si bien el núcleo y el perfil del proyecto dibujan una continuidad desde su nacimiento, hay una maduración de la identidad, de las formas y de las motivaciones que luego de diez años, solo por experiencia adquirida en el recorrido, se estima más fuerte y depurada: el perfil, principios e identidad política de la emisora tienen una continuidad desde su nacimiento, pero se van moldeando, explicitando, ordenando, refrescando, afianzando con el correr de los años. Lo que al comienzo pudo haber sido fascinación, inconciencia, pura improvisación, diez años después ya es terreno conocido. Por eso que el análisis de la vinculación entre una dimensión política clara general y una artística institucional aceptada y puntual, se centra en analizar las piezas del período 2001-2009 en el que hay cierto tiempo de maduración del proyecto que pudo sedimentar y ordenar los principios políticos que lo orientan desde su nacimiento. Por ejemplo, si en los comienzos la radio fue vista como un refugio para estudiantes de comunicación, era porque no había democracia en las comunicaciones, pero tuvo que pasar algún tiempo hasta que esto último se convirtiera en una consigna orientadora del proyecto en esos términos explícitos:

La lucha por la democratización de las comunicaciones para la democratización de la sociedad es una consigna útil en los foros internacionales sobre comunicación o en el reclamo a los Estados nacionales para garantizar el derecho a la comunicación. Cuando en 1989 nació La Tribu el objetivo, la misión, el deseo, era hacer radio y construir un refugio para encontrarse. (Colectivo La Tribu, 2000, p. 9)

La dimensión política, entendida como los valores, principios, temas y causas prioritarias que guían la razón de existir de La Tribu, es elaborada en discusiones internas, asentadas en documentos con mayor o menor nivel de formalidad donde se establecen acuerdos mínimos de lo que el colectivo perseguirá como misión trascendental, y de lo que hará en el día a día. También se reconstruye a partir de entrevistas con algunos de sus referentes y publicaciones que funcionan como carta de presentación del perfil político de la emisora, como exponente del movimiento de radio comunitaria y alternativa, y en un determinado contexto territorial y temporal.

3.3.4. Marcos conceptuales

La Tribu se ha caracterizado por una prolífica producción teórica donde se explicitan sus puntos de vista. Allí, se cuenta, por ejemplo, con el libro *La Tribu, comunicación alternativa*, lanzado en el año 2000, y que contiene menciones y definiciones conceptuales sobre los principios políticos de la radio, entre ellos:

Afirmación número uno: esto es un proyecto político cultural de izquierda que quiere cambiar esta sociedad y que lo hace a través de una propuesta de medios/comunicación/cultura. Afirmación número dos: (...) Creemos que se puede (se debe) hablar de revolución, de cambio, de política, de izquierda, de dominación, de clases sociales, de utopías. (Tordini en Colectivo La Tribu, 2000, p. 233)

El libro *Palabras que muerden. Definiciones colectivas* (Colectivo La Tribu, 2004) define una serie de conceptos y afirma: “Elegimos palabras que nos definen, que nos hablan, que dialogan entre sí para construir sentido a nuestras prácticas” (p. 4). Los términos elegidos para organizar la publicación son: autonomía, calle, comunicación, colectivo, cultura, diálogo, época/tiempo/15años, Estado, futuro, La Tribu, medios, política, proyecto, radio/sonidos, utopía/deseos. Y la forma, una suerte de cadáver exquisito creado a partir de la suma de opiniones de muchas personas sobre cada concepto.

Muerde (Colectivo La Tribu, 2009b), por su parte, es una publicación de La Tribu lanzada en 2009 pero que recoge expresiones, opiniones y testimonios de diferentes personas con algún tipo de vinculación con el colectivo, hechas entre 2005 y 2009. La publicación está organizada en torno a once palabras que pueden entenderse como conceptos rectores de la visión de mundo de La Tribu: felicidad, conocimiento, democracia, autonomía, libertad, izquierda, arte, tecnología, comunidad, revolución y comunicación. Son conceptos abstractos o generales, que se llenan de contenido con enfoques particulares.

La publicación *Fuga* (Anónimo, 2015) marca una continuidad respecto de las publicaciones anteriores y también de la dimensión política. También replica voces de personas cercanas al proyecto, esta vez sin organizarlas en torno a temas, pero sí agregando un glosario con términos clave para entender al proyecto.

Son publicaciones que resultan ordenadoras sobre los temas que interesan a La Tribu, y por ende, sobre cuál es su dimensión política. Por eso se elige tomarlas como referencia, tanto en su contenido como en su estructura por conceptos. Son verdaderas cartas de presentación que contienen voces de personas y colectivos que no son solamente La Tribu. La voz de La Tribu aparece en estas publicaciones con algunos escritos del colectivo, pero sobre todo aparece a través de, justamente, la elección de los ítems temáticos y los textos de terceros a través de los cuales La Tribu habla, en un ejercicio colectivo de mosaico que excede al equipo de gestión de la emisora y abraza perspectivas similares o confluentes con la manera de ver el mundo del Colectivo La Tribu. Por ende, esos textos de terceros invitados por La Tribu son tomados aquí como parte de lo que la emisora desea expresar y debatir sobre los temas que orientan su dimensión política.

Aunque en menor medida, otras publicaciones del colectivo que funcionan como referencia para esta construcción son *La Tribu. Un atentado cultural en los '90* (Colectivo La Tribu, 1995); "Eternamente joven" (Colectivo La Tribu, 1996); "La radio es sus consecuencias" (Colectivo La Tribu, 2002); *Medios y dictadura* (Colectivo La Tribu, 2003a); *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación* (Colectivo La Tribu, 2003b); *La crisis como laboratorio. Memoria y movilización en Buenos Aires y Berlín* (Colectivo La Tribu, 2007); "La Tribu, a los 20" (Colectivo La Tribu, 2009a); *Radio Newen. Gestión, producción, técnica e interculturalidad en las radios comunitarias* (Colectivo La Tribu y Colectivo FM Alas, 2007); y *La radio después de la radio* (Montells, Tordini y Vanini, 2011).

Para sistematizar la dimensión política de La Tribu, entonces, se optó por tomar como primera referencia a la publicación *Muerde*, por estar organizada en torno a conceptos globales que enmarcan la visión de mundo de la organización, por estar publicada en 2009, al final del período de análisis de las piezas sonoras de esta investigación, y por contener escritos variados de diferentes años, lo cual funciona como una recopilación bastante representativa. Sin perjuicio de tomar esta publicación como referencia, se complementa con los términos y los enfoques trabajados en las otras publicaciones mencionadas, mediados por la mirada del analista. En base a esa información, se elabora la dimensión política de La Tribu a partir de una organización en tres partes: 1. la central es una lista de conceptos basada principalmente en la lista orientadora de *Muerde* y complementada con las otras publicaciones, documentos internos y entrevistas. Esta sistematización contiene los principios, valores, conceptos rectores que a un nivel macro o abstracto, construyen la forma de pensar del colectivo y orientan su práctica y filosofía. 2. Asimismo, se esboza una lista de temas concretos, nombrados como *causas*, que suponen un nivel de acción y pensamiento más ligado a lo

concreto, lo palpable, la actualidad, lo contextual. 3. Se aborda el tema de la forma de organización y las relaciones personales al interior del colectivo que, como se dijo, es considerado como una parte de la dimensión política, aunque tenga características específicas. En resumen, para reconstruir la dimensión política del proyecto, se describen conceptos orientadores, grandes causas de intervención y se hace una mención sobre formas de organización y vinculación.

Para elaborar esta sistematización se utilizan las publicaciones ya mencionadas, además de otras publicaciones de o sobre La Tribu, las entrevistas realizadas para esta investigación y documentos internos a los que se tuvo acceso. De esa elaboración se extraen estas ideas fuerza como condensación de la dimensión política de La Tribu, y se organizan a través de los criterios del análisis de marcos (Viejo Viñas, 2008).

El análisis de marcos de Viejo Viñas se convierte entonces en una estrategia para acceder a los términos elaborados, definidos y mostrados por La Tribu, de manera de convertirlos en marcos conceptuales que permitan reconstruir la dimensión política de la organización. Según esta mirada, los términos pueden ser tomados como marcos conceptuales siempre y cuando puedan identificarse en ellos las tareas de diagnóstico, pronóstico o motivación que emprende la organización. En La Tribu, se constata que esto sucede, y será señalado en cada caso.

Se utilizan algunos elementos de esta metodología para analizar las definiciones de fondo y el pensamiento sobre causas concretas recolectadas mediante las publicaciones, documentos internos y entrevistas con miembros de la emisora, entendidos como discursos disponibles de cómo piensa la organización: “el análisis de marcos comporta una metodología arraigada teóricamente en la centralidad de los procesos comunicativos. El discurso producido por los medios de comunicación constituye la principal materia prima de su producción de evidencia empírica” (Viejo Viñas, 2008, p. 4).

Sin embargo, es importante señalar que aquí solo se analizan las publicaciones, documentos internos y entrevistas, no el discurso emanado por La Tribu en su artística institucional. Es decir, no entra en este análisis el corpus de piezas sonoras, porque esta es la etapa de elaboración de la dimensión política de La Tribu que luego se comparará, precisamente, con la artística institucional.

CUADRO 2. EL ANÁLISIS DE MARCOS, UN MODELO EMPÍRICO.				
Tarea central	Variable principal	Variable secundaria	Operación	Indicador
DIAGNÓSTICO	El problema	Tema	Seleccionar (o mantener) el tema	Asignar un concepto como "autoevidencia"
			Verificación "empírica" del tema	Conferir validez mediante indicadores del mundo "real"
		Problematización	Dar credibilidad al problema	Concretar el problema en referencia a experiencias conocidas
				Contextualizar el problema en el mundo
			Construcción del agravio	Dramatizar la situación presente
				Asignar un concepto
	El origen	Causa	Identificación de la causa	Asignar un concepto
			Determinación del origen de la causa	Atribuir la responsabilidad a actores colectivos externos
		Agencia/"Ellos"	Identificación del agente	Personalizar los actores responsables
			Moralización	Atribuir intenciones
PRONÓSTICO	La solución	Metas	Definición de las metas	Atribuir intereses contrarios al bien común
			Definición de la alternativa	Deslegitimar como canal de comunicación
				Asignar un concepto central
				Enunciar los beneficios a obtener
MOTIVACIÓN	Los protagonistas	Agencia/"Nosotros"	Autodefinición y moralización	Defensa de valores abstractos
				Rememorar éxitos anteriores/aprender del pasado
			Mostrar fiabilidad	Atribuirse la representación exclusiva de valores universales
				Atribuirse la defensa exclusiva de los intereses colectivos
	La acción colectiva	Interpelación	Restitución del deber ser	Apropiarse de un valor social
				Reclutar figuras prominentes
			Participación	Acertar predicciones
				Apelar a la responsabilidad de cada individuo frente a la comunidad

Tabla 2: El análisis de marcos. un modelo empírico. Fuente: Viejo Viñas. 2008. n. 30.

Marcos conceptuales de La Tribu

Felicidad

El hecho de que el libro *Muerde* comience con este término es toda una declaración de principios: es posible pensar en la felicidad desde la comunicación alternativa. Ya no se trata solo de discursos solemnes, sino de cambiar la vida en la búsqueda de la felicidad. La Tribu asume la búsqueda de la felicidad como una idea rectora de su trabajo diario, la felicidad social como una "necesidad política" (Montells, 2007b). En la publicación mencionada aparecen aportes sobre la felicidad del periodista Sebastián Hacher, el grupo punk She Devils, el dibujante Liniers, el músico Gabo Ferro, el artista visual Fabricio Caiazza y los miembros de Radio La Colifata, la radio del hospital neuropsiquiátrico Borda. Y La Tribu define allí la felicidad con solo una fecha: 19 de junio de 1989, que es el día de la primera transmisión de la emisora. En el mismo libro, pero al trabajar sobre otro concepto (el de comunicación) el tema se hace presente. Allí dice Héctor Schmucler (2009) que "estamos aprendiendo a no ruborizarnos cuando empleamos la palabra felicidad o amor; cuando declaramos que los seres humanos no deberían estar después sino antes de los modelos sociales y económicos que se proponen en la actualidad" (p. 109).

Al relatar los comienzos, Ernesto Lamas señala que la radio era “un refugio para pasarla bien” (Lamas, entrevista 2). En ese sentido, Gastón Montells señala que “la radio no era solo lo que hacíamos al aire, sino la razón de estar juntos” (Montells, entrevista 4). Tanto en La Tribu como en otros proyectos de comunicación alternativa, “ha sido distintivo que el compromiso político no desatendiese la posibilidad de construir disfrute, placer y un encuentro festivo y celebratorio (...). Poner en relación la lucha y el baile” (Montells, entrevista 4).

En este sentido, se identifica en el marco conceptual de la felicidad una tarea de pronóstico, puesto que se basa en la propuesta de propender hacia una sociedad y una experiencia de vida felices, a la vez que hay tarea de motivación, pues la promesa de vivir en felicidad se presenta como un horizonte movilizador para la activa participación social en el camino de su construcción.

Conocimiento

El concepto de conocimiento es un concepto en disputa, que La Tribu plantea desde una perspectiva alternativa, asociada a los conceptos freireanos de educación popular, y por extensión, a la tradición de comunicación popular: “La producción, distribución y apropiación del conocimiento en la sociedad capitalista están atravesadas por relaciones de poder determinadas que permiten que unos decidan por otros, legitimando ciertos conocimientos como apropiados y eliminando o cooptando lo diverso” (Universidad Trashumante, en Colectivo La Tribu, 2009, p. 20).

En la concepción política que tiene La Tribu sobre el conocimiento, además, aparece la idea de la libre circulación de contenidos e ideas, del conocimiento construido colectivamente y compartido, y por eso el colectivo es militante de la cultura libre y las licencias libres como las creative commons.

Asimismo, es un eje programático de su gestión. De ahí que el proyecto incluyera un área de formación y durante el período estudiado, una biblioteca:

La línea investigación es histórica en La Tribu; sistematizar las prácticas es una línea. Así como la conformación y el fortalecimiento de un espacio de documentación, como lugar de búsqueda. Posicionar a La Tribu como articulador y sistematizador de saberes es fundamental para el proyecto. (DTN23/04, p. 4)

Se identifican en este marco un diagnóstico de que en el capitalismo el conocimiento es restrictivo y mercantilizado, y una propuesta de ir hacia una sociedad donde el conocimiento sea herramienta de liberación y a su vez sea de libre circulación (pronóstico).

Democracia

Luego de la primavera democrática inmediatamente posterior al fin de la dictadura cívico-militar, aparecen crisis políticas y económicas que exponen las falencias del sistema político para solucionar los problemas sociales. En ese contexto nace La Tribu y se empieza a desarrollar en una etapa neoliberal que subsume a la ciudadanía en el hambre y la pobreza, y por lo tanto su búsqueda incluye el anhelo por transformar los aspectos injustos de la realidad. Por lo tanto, la democracia que quiere La Tribu “no es la democracia burguesa, sino una democracia avanzada, participativa” (Lamas, entrevista 4).

La democracia se erige como un valor a defender contra las dictaduras, pero a criticar en su composición interna: “Entendemos el *proyecto político* como la necesidad de que la radio tenga un papel dinamizador y articulador de las diversas experiencias e iniciativas de la gente asumiendo a la democracia como un valor en sí” (Colectivo La Tribu, 1995, p. 11). La preocupación que La Tribu resalta al preguntarse por la democracia, implica escarbar en sus contradicciones y miserias, en su incompletitud: “La representación es la negación de la democracia porque sólo se puede representar al ausente, al que no puede, al que carece de condiciones” (Mattini, 2009b, p. 23). La idea de democracia de La Tribu implica auditar su funcionamiento, ejercerla más allá de lo electoral, no conformarse solo con poder votar, y entender que la democracia tiene que servir para conseguir una vida digna.

En la publicación *Muerde*, la Asamblea Gastón Riva escribe que parece ser una trampa la dicotomía democracia-dictadura, que impide criticar la desigualdad siempre que se pueda ir a las urnas: “Preferimos crear y partir de otros conceptos, de otras prácticas, que resuenan con el anarquismo, que resuenan con el socialismo, que resuenan en algunos sentidos de la palabra ‘democracia’, que resuenan con el zapatismo, que resuenan con el feminismo (...)” (Asamblea Gastón Riva, en Colectivo La Tribu, 2009b, p. 30). Y luego, hacen un relevamiento de expresiones de organización, acción directa y participación con las que bien puede identificarse La Tribu:

Asamblea, centro cultural, olla popular, huerta orgánica, medios de comunicación alternativos, convivencia de diferentes colectivos, cooperativa de

consumo, red de emprendimientos, proyectos de educación alternativa, talleres de género, biblioteca popular, resistencia al Código Contravencional, resistencia a la privatización de los recursos, interpelación a lo que va ocurriendo con nuestros espacios públicos, relaciones y solidaridad con otros grupos y movimientos. Nos zambullimos en el desafío de crear en lo concreto y cotidiano algo de las comunidades y mundos que sí queremos (...) (Asamblea Gastón Riva, en Colectivo La Tribu, 2009b, p. 30)

El diagnóstico que hace La Tribu, entonces, es que la democracia actual no garantiza el ejercicio de derechos y una vida digna. Se celebra la posibilidad de votar y de debatir, de dejar atrás las dictaduras, pero se propone construir un tipo de democracia más profunda en la que la garantía de vida digna y de justicia social sean parte de su definición.

Autonomía / autogestión

Muy influenciados por el proyecto de autonomía zapatista iniciado en 1994, este concepto marca un horizonte para La Tribu: la posibilidad de construir desde la independencia y con formas propias de gestión.

Esta idea ya aparece en el libro *La Tribu. Comunicación alternativa* (Colectivo La Tribu, 2000). Allí, Lamas y Tordini señalan:

La voluntad política de construir autonomía como colectivo, autonomía política, comunicacional, económica, significó la voluntad política de construir una organización. Es decir, un conjunto de personas organizadas de manera estable que trabajan en relación a objetivos autodeterminados con relaciones entre ellas definidas por ellas mismas y que garantizan el mantenimiento de las condiciones que hacen posible que el proyecto siga vivo y con posibilidades cotidianas de llevar adelante acciones para realizarse. (...) Construimos reglas propias y eso es táctica. Lo estratégico es cambiar las reglas de los demás. La autonomía es táctica. La violencia es táctica. El cambio de las relaciones de fuerza, la transformación, es estratégico. (Lamas y Tordini, en Colectivo La Tribu 2000, p. 274).

En documentos internos la mencionan como “autonomía político cultural” del propio proyecto, y es definida como “un espacio construido desde los deseos de los sujetos que lo conforman intentando correr los límites de las determinaciones” (DTN22/01, p. 1).

En 2007 (Colectivo La Tribu, 2007) Montells aborda la relación entre las ideas autonomistas y el Estado:

(...) hay que construir autonomía por fuera del Estado pero también hay que dialogar con el Estado y exigirle intervenir en ese espacio. No hay que abandonar la pelea con el Estado sobre lo que el Estado como institución debe hacer socialmente. No esperar tampoco que lo solucione, pero no abandonar la pelea. (p. 49)

Más adelante, en 2011 Tordini puntualiza: “Nunca consideramos que ser autónomos era no tener ningún tipo de relación con el Estado. La autonomía es un proceso de construcción, no una etiqueta de lo que somos” (Barrientos e Isaía, 2011, p. 271).

En el libro *Palabras que muerden. Definiciones colectivas* destacan las siguientes formas de definir la autonomía:

Autonomía es decir que una radio se pueda sentir libre de ser una radio (Eduardo Codina)

La autonomía es un compromiso con uno mismo y cuando uno se compromete con uno, se compromete con el pueblo (Bela)

Autonomía es libertad (Goy)

Una libertad que tiene que ver con darle la palabra al otro sin ninguna condición (Hebe de Bonafini)

Uno de los principios fundamentales de la autogestión, de ser tu propio gobierno. De proteger lo que tú necesitas (Liliana Felipe)

Principio de la auto-organización (Colectivo Situaciones)

La autonomía tiene una sola posibilidad, nunca es individual, siempre es una cooperativa, una nación liberada, una lucha conjunta (Tom Lupo)

En estos 15 años hemos vivido la traición sistemática de todos los partidos, el pueblo se tiene que refugiar en la autonomía (IMPA).

(Colectivo La Tribu, 2004, pp. 7-9)

En esta misma publicación, se cita una descripción más detallada que hace Intergaláctica y que resulta elocuente para establecer lo que La Tribu entiende sobre este concepto rector:

“Antipoder” o “contrapoder” significa la lucha por extender la *autonomía* de los oprimidos, la posibilidad de vivir bajo las reglas que *nosotros mismos* nos demos (...). Cada vez que se crea un espacio de *autonomía*, un sitio de *vida en común*, se abre una grieta en el sistema capitalista. Cuando los trabajadores se auto-organizan para defender sus derechos, cuando los campesinos toman los latifundios para sí, cuando los okupas convierten una casa abandonada en un centro cultural, cuando los indígenas defienden su derecho a conservar su modo de vida, cuando los desempleados desarrollan proyectos de economía autogestionada, cuando se abre un medio de comunicación alternativo como *La Tribu*, en todos esos casos la resistencia *contra* el capitalismo se convierte en una lucha *por* la autonomía (Intergaláctica). (Colectivo La Tribu, 2004, pp. 9-10)

En *Muerde* (Colectivo La Tribu, 2009b) también se le dedica un capítulo al término. Allí Ouviaña la define como “formas de construcción independientes del capital y del Estado, pero también de las organizaciones consideradas tradicionales, como los partidos políticos y los sindicatos” (Ouviaña, 2009, p. 31).

El concepto, político, tiene su correlación en lo económico con otro término importante para la vida de la emisora: la autogestión, es decir, la posibilidad de subsistencia material sin dependencia editorial ni ideológica de terceros, el “autofinanciamiento” (Colectivo La Tribu, 2000, p. 77). “Hay una idea matriz que tiene La Tribu en los 32 años que es la idea de ser un espacio autogestivo” (Demasi, entrevista 5). De hecho, esta doble faceta la expresa en *Muerde* el Movimiento de Trabajadores Desocupados:

Por un lado está la autogestión económica, cómo vos te proveés tu propio trabajo y empezás a desarrollar tu propia satisfacción de tus necesidades, esa es la

relación económica. Por otro lado, a la autonomía nosotros la inscribimos dentro de la política. (Movimiento de Trabajadores Desocupados, 2009, p. 32)

También aparece muy presente el concepto asociado de independencia: “Férrea independencia política y económica. Esta posición de principios permitió que en La Tribu tuvieran micrófono algunos grupos afectados, por ejemplo, por las empresas multinacionales que se hicieron cargo de las empresas del Estado privatizadas por Menem” (Marcos Salgado, en Colectivo La Tribu, 2000, p. 228). La independencia aparece también en el apoyo y valor dado a expresiones artísticas y culturales independientes: emisión de música de grupos independientes, realización de ferias de producciones independientes, etc.

Lo que como concepto muy general que me parece a mí es el concepto de autogestión, el concepto de... ahora se dice independencia pero no es independencia: autonomía se decía en los 90. En general desde el macrismo hasta el Partido Obrero entienden a los medios como un instrumento exclusivamente y no como un espacio de construcción en sí. (Valls, entrevista 8)

Se trata del interés por desarrollar proyectos alternativos al poder dominante, autosuficientes e independientes, y que permitan experimentar otras formas de organización y gestión que lleven impresos en ellas diferentes modos de transformar el mundo.

La cuestión de la autogestión es la más fuerte, incluso en términos personales; nunca después pude hacer otra cosa, pocas veces tuve un trabajo en un ámbito no autogestionado y nunca lo resistí mucho, y pienso que ese es el verdadero aporte político de la comunicación como-le-llamemos a la vida política: esa demostración de que se puede uno auto-organizar con otros y construir mejores condiciones de todo: de trabajo, de discusión, de creatividad, eso es lo más importante de La Tribu, en términos políticos y político-personales, es lo que nos ha marcado a todos. (Tordini, entrevista 6)

Asimismo, el apoyo brindado por La Tribu a otros proyectos para montar y gestionar sus propias emisoras, es visto en clave de multiplicar las voces y fortalecer la comunicación alternativa, pero también en clave de aportar a la generación de autonomías. En documentos internos de 2004 refieren a que el apoyo brindado al Movimiento Campesino de Santiago del Estero en la fundación

de sus emisoras fue “(...) con el objetivo de que ellos sean autónomos. Autónomos y multiplicadores. Teniendo a La Tribu como referencia. Acompañando el proceso de multiplicación que pueda emprender el MOCASE (...)”. (DTN23/04, p. 11).

Para La Tribu, las posibilidades de vida que ofrece el capitalismo son insuficientes y ofrece una solución diferente a las reglas del mercado, que es la autogestión en lo económico, identificada con la autonomía en lo político. Ofrece una solución a algunos problemas que emanan del capitalismo a partir de fortalecer las opciones de gestión y sostenibilidad de las organizaciones. La motivación que se ofrece para intentar este camino es la libertad y la independencia del poder político, económico y más concretamente en este caso, mediático.

Libertad

En *Muerde*, Leonor Silvestri (2009) habla de la libertad como “un arte de vivir contra la dominación” (p. 43). CORREPI (2009), por su parte, señala que libertad es una idea contradictoria con el sistema capitalista, “que se basa en la opresión de unos pocos poderosos sobre muchos desposeídos que, de la libertad, solo tienen bonitas definiciones teóricas” (p. 44). Para H.I.J.O.S (2009), “Nuestra libertad no es la de mercado, donde somos libres para morirnos de hambre o de represión” (p. 45). La Tribu (2009) allí define la libertad de esta manera: “Libertad: (f.) (neg.) 30.000” (p. 45) en alusión a la contradicción de la libertad con la dictadura.

La libertad funciona en La Tribu como un argumento que confirma la importancia de la autogestión y la autonomía. También como un horizonte de motivación para participar de experiencias que intentan la transformación.

Izquierda

Como ha sido revisado, el nacimiento del proyecto emana de un grupo de estudiantes militantes del Partido Comunista. Si bien al año siguiente de su fundación, se separaron del partido y el proyecto dejó de ser orgánico del PC, La Tribu construye históricamente una tradición que la consolida como un espacio donde circulan ideas de izquierda. En las reuniones de refundación de 1997 vuelven a identificarse explícitamente con la izquierda, aunque establecen la necesidad de resignificarla: “¿Resemantizar la palabra o buscar nuevos términos? No somos de izquierda: somos izquierda” (DTN12/97, p. 2). Más tarde se posicionan clara y explícitamente en ese lugar (Colectivo La Tribu, 2000, 2009).

La izquierda como ética significa seguir reafirmando la injusticia del orden en el que vivimos. La izquierda como ética puede recibir la acusación de anacrónica o de políticamente correcta o de pura palabrería. No importa. Porque la izquierda como ética significa que algunos no vamos a aceptar el orden y si vamos a vivir en él no vamos a dejar de señalar su injusticia. (Lamas y Tordini, en Colectivo la Tribu, 2000, p. 271)

En *Muerde*, en consonancia con la historia de La Tribu, los autores invitados (Jacoby, Adamovsky, Mattini, Villafañe) plantean una crisis de la izquierda tradicional, preguntas alrededor de sus alcances, pero sobre todo una necesidad de redefinición y de búsquedas hacia nuevas caras para las ideas que se orientan hacia una transformación anticapitalista, para definirse como “una ética radical de la igualdad y del cuidado del otro” (Adamovsky, 2009a, p. 52). Las matrices centralistas, jerárquicas y autoritarias de la izquierda tradicional son puestas en cuestión frente a formas nuevas que se basen en la cooperación y lo colectivo (Colectivo La Tribu, 2009b). La Tribu se trata de “encontrar nuevas respuestas desde la izquierda, o nueva izquierda” (Vívori, entrevista 9).

El concepto de izquierda funciona como marco de referencia dentro del cual se mueven las principales transformaciones que plantea La Tribu. También como alternativa al sistema capitalista, diagnosticado como la fuente de las injusticias. Impulsar ideas de izquierda es visto como una solución a los problemas que se identifican en la realidad.

Arte

El arte se piensa como vehículo de lo político y como necesidad de expresión pura: “Yo creo que en los años se ha logrado que La Tribu sea identificada como un proyecto propositivo a nivel artístico, por lo menos diferencial” (Montells, entrevista 4). El arte que tematiza La Tribu tiene la función de remecer lo establecido, de alertar, de remover, también de integrar lo excluido, subvertir lo esperable: “un hacer que no incluya, en alguno de los momentos del proceso, la integración de quienes quedan normalmente afuera de sus beneficios -cualquier clase de marginales, analfabetos, villeros, cartoneros, alcohólicos- deviene antiestético” (Eloisa Cartonera, 2009, p. 62). “No creo en las fronteras entre práctica artística y práctica política” señala en el mismo libro Eduardo Molinari (2009, p. 66).

El arte se entiende como un eje de intervención en lo político cultural. De ahí que La Tribu se interesara siempre por la generación de espacios y acontecimientos artísticos, por apoyar y vincularse con el arte independiente, por entender a la radio también como una forma de arte, y por tener un área, la del auditorio y más tarde bar, destinada a ser un espacio para actividades de esta índole: “El auditorio debería transformarse en una referencia político cultural. Construir una referencia político cultural. Articular con los que tengan un horizonte político, atravesar los distintos campos. Tenemos que fomentar redes cooperativas de actores/artistas culturales” (DTN23/04, p. 9).

La Tribu entiende a la forma y al disfrute, como partes esenciales de la transformación de fondo. El arte es considerado en estas coordenadas, propuesta como parte esencial de las soluciones que se esperan implementar, y también eje sustantivo de las posibilidades de movilización social en torno a las ideas. El arte, la estética, el disfrute, son parte esencial de la difusión de ideas y del llamado a la acción.

Tecnología

La tecnología es terreno de interés del colectivo. Por un lado, en cuanto a las posibilidades de exploración, innovación, creatividad. De participar de lo nuevo, de arriesgar. También para politizarla, y entenderla como herramienta a resignificar porque es “una expresión material de la sociedad y de la ideología imperante” (Chaparro, 2009, p. 70). De allí el interés creciente de la organización por el territorio digital como espacio de disputa, por novedades como el podcast o las apps, por el interés y la pelea (externa pero también interna) por el software libre y la filosofía que encarna. Es territorio de posibilidad para formas sociales más horizontales y participativas, para la democratización de la comunicación y la cultura, para paradigmas nuevos de creación y distribución (Colectivo La Tribu, 2009b).

La tecnología también, como territorio de disputa, interesa como blanco de denuncias sobre el mercado, la estandarización o el control (por la vía de la vigilancia y la falta de privacidad [Chaparro, 2009]). Como lugar de sospecha, pregunta y reapropiación:

La comunicación en su faceta puramente tecnológica es el nuevo sinónimo de progreso para la humanidad, la “sociedad de la información” nos promete un mundo interconectado económica y culturalmente; el desarrollo veloz de la tecnología comunicacional e informática marcaría el camino de la integración mundial. Tecnología invadida y configurada por la funcionalidad de la

comunicación para el desarrollo económico y mundial. (Lamas y Tordini, en Colectivo La tribu, 2000, p. 270)

La Tribu piensa en el desarrollo tecnológico en función de los usos e impactos políticos y sociales: “no existe tecnología sin humanos” (RedPanal, 2009, p. 82):

Resulta curioso el caso de la percepción que tienen en FM La Tribu. De las radios comunitarias es una que está a la vanguardia de la tecnología (...). Sin embargo mencionan a la comunicación presencial como la forma más importante de vinculación con la comunidad. (Binder y Godinez Galay, 2013, p. 41)

Así como observa y denuncia los aspectos restrictivos de la tecnología asociada a lo mercantil, explora y reivindica con optimismo las resignificaciones creativas de lo disponible para oponer resistencia al sistema. Dice Chaparro (2009):

Es cierto: hemos podido subvertir algunos aspectos de las tecnologías, en particular en el campo de los sistemas de información y comunicaciones, que nos permiten no presentarnos desarmados al campo de batalla. Y debemos continuar subvirtiéndolas. Debemos seguir creando espacios libres, cultura libre, alternativas al modelo hegemónico, porque en eso nos va la vida. (p. 73)

La tecnología ofrece un debate en torno a dos grandes modelos; uno mercantil, restrictivo, de control; y otro de creación, participación, democratización. Un modelo cerrado y otro abierto (RedPanal, 2009). La Tribu se decide por el segundo modelo y participa de la disputa. En este tema es de los pocos en los que se explaya en su propio libro *Muerde* y escribe un manifiesto tecnológico donde pueden leerse sentencias como “Algo está mal: el saber técnico se ha travestido de eficacia única” (Colectivo La Tribu, 2009b, p. 87). De ahí su interés por el software libre, la cultura libre, el copyleft, los desarrollos propios y los usos creativos y experimentales de las tecnologías.

En *La radio después de la radio* (2011), Montells, Tordini y Vanini, miembros de La Tribu, dicen:

Resulta necesario mantener a la tecnología como un tema en debate para que los cambios tecnológicos no se nos impongan sin mucha reflexión sobre los usos y

posibilidades de los mismos y las consecuencias que tienen en nuestras búsquedas y deseos. (Montells, Tordini y Vanini, 2011, p. 13)

Ya en 1993 entendían la importancia de la tecnología para el nuevo ámbito de la comunicación: “el avance tecnológico impuso una seria revisión y reestructuración de los presupuestos teóricos de todo lo que se entiende por ‘comunicación’” (DTN05/93, p. 1). En 1997 se reflexionaba sobre este asunto señalando que:

(...) parece que la forma actual de lo hegemónico tiende a constituirse a la manera de una triada: *tecnología-progreso-optimismo*. Donde lo “técnico” se constituye en sí ideología, al dejar de ser medio para ser fin, planteando una neutralidad que, aparentemente, acaba con las ideologías. (DTN15/97, p. 3)

Así como el arte, la tecnología es herramienta para lograr las transformaciones diagnosticadas como necesarias, a la vez que el enfoque que La Tribu tiene sobre la tecnología es también de disputa con las concepciones mercantiles y privativas de la tecnología capitalista. Por ende, el perfil de tecnología que entiende La Tribu emana de un diagnóstico crítico hacia el capitalismo, y propone una mirada alternativa sobre estas herramientas y desarrollos.

Comunidad / colectivo

La noción de comunidad que atraviesa a La Tribu, y que la hace una radio comunitaria, es la de una comunidad de intereses, ampliada, no necesariamente geográfica, más allá de la raigambre que en mayor o menor medida haya podido tener en el barrio y en la ciudad donde interviene. Dice el libro *Muerde*: “Comunidad, como solidaridad, significa interdependencia, esto es el carácter social de los seres humanos” (Mattini, 2009b, p. 88). Allí, también escribe Maristella Svampa, quien por su parte alerta sobre el doble carácter que adquiere el concepto de comunidad, sobre todo en la post crisis 2001, uno funcional y uno disruptivo:

En resumen, así como las redes comunitarias tienden a ser el nuevo *locus* del control y la dominación neoliberal, en nombre de las “nuevas formas de participación ciudadana”, éstas se han convertido, tanto aquí como en otros países de América Latina, en el espacio de producción de movimientos sociales innovadores. (Svampa, 2009, p. 91)

Junto con comunidad aparecen conceptos asociados como colectivo, cooperación, red, todos en el sentido de optar por lo relacional y social por sobre el individualismo: “La comunidad es la protagonista de la democracia participativa: donde se cocinan las ideas, donde se relevan las necesidades para que se transformen en derechos posibles de ser vividos intensamente” (Culebrón Timbal, 2009, p. 94).

En *Palabras que muerden...* (Colectivo La Tribu, 2004) se define a la palabra *colectivo*. Allí, aparece que es “una nueva forma de llamar a La Tribu (Daniel Tornero)” (p. 17), que “el colectivo es como una comunidad (Goy)” (p. 17), “una estructura perfecta para resistir (Daniel Iván)” (p. 18), “un entramado complejo de diversidades en la similitud (Programas La Tribu)” (p. 18) o “la necesidad de otros para dialogar, para discutir (...), para encontrar síntesis y caminar al paso del proyecto conjunto (El Mate)” (p. 18). Es el anclaje organizacional posible para gestionar los ideales conjuntos que orientan la práctica cotidiana de una organización como La Tribu, que así como realza el valor de la comunidad, realza el del colectivo, por sobre lo individual: “Forma de articulación basada en relaciones horizontales y que tiene un sentido contrario a, por un lado, las relaciones jerárquicas que pueden darse entre personas, y por otro, al individualismo como una forma de búsqueda de salvación personal (Luciano Tepper)” (Colectivo La Tribu, 2004, p. 19).

El concepto de colectivo también define las dinámicas de gestión hacia el interior del mismo proyecto. En relación a ello, es descripto así:

No se puede dudar de que La Tribu es un proyecto colectivo. Es objetivo. En la fábrica también se produce colectivamente, pero hay una apropiación privada del fruto de esa producción. Esto aparece velado. En La Tribu quitamos el velo y decimos que se trata de un proyecto colectivo donde no hay privatización de los frutos del proyecto (materiales y simbólicos). Se trata de un autor colectivo. El desafío es demostrar que nuestra forma de organización es tan eficiente y eficaz como otras formas de organización. El trabajo colectivo actúa como un mecanismo de control a las miserias de cada uno. El trabajo colectivo no ha anulado las individualidades, las ha potenciado. El trabajo colectivo no niega que haya liderazgos. Los colectivos no nacen solos, se construyen. En el trabajo colectivo hay acumulaciones. Acumulaciones que son colectivas e individuales. (DTN23/04, p. 12)

Esta idea de lo colectivo, de la comunidad, está en el centro de la dimensión política de La Tribu desde sus comienzos, pero adquiere mayor fuerza a partir de la crisis de 2001 por cuanto esa perspectiva logra corroborarse en más espacios y experiencias:

Fue un momento donde se habían esparcido algunas ideas sobre cómo luchar, que por ahí no estaban igual de expandidas antes: la idea de la asamblea, de la comunidad pero de lo cercano, no la comunidad de un partido; es como un momento donde la política y la vida estaban muy juntos, que fue muy propio de 2001 y es muy propio de las experiencias intensas de autogestión, donde una participa de eso, y es un eso que no se recorta con las categorías tradicionales con las que se recorta el uso del tiempo de las personas: estoy en La Tribu, es mi trabajo pero no es mi trabajo, es una militancia pero no en el sentido en que se entiende en un movimiento social. Bueno, esa dificultad de enunciarlo tiene que ver con que es un modo de vivir lo político que es particular. (Tordini, entrevista 6)

Convivían dos cuestiones: como cierta expectativa respecto de la potencia que puedan tener la organización colectiva, los movimientos fundamentalmente, pero por otro lado un profundo dolor porque la pobreza era tremenda, me acuerdo en 2002 o 2003, que hacemos un taller con radios de todo el país, tomamos claramente después de 2001 la decisión de acompañar la creación de medios comunitarios en todo el país, entendiendo que había en esta visibilización, movilización de las organizaciones, producto de un acumulado histórico más una articulación te diría hasta supranacional. Yo creo que ahí los espacios de articulación como el Foro Social Mundial o esos espacios de encuentro que luego tendrán mayor capacidad de incidencia, fueron muy importantes para poner en juego ese acumulado histórico. (Kejval, entrevista 7)

Como se ve, los entornos tienen incidencia sobre lo que La Tribu hace, a la vez que La Tribu trabaja para incidir en esos entornos. La crisis de 2001, que abre el período aquí estudiado es clave en todo sentido, pero sobre todo porque cristaliza y moviliza algunos conceptos que definen al proyecto de La Tribu y que le otorgan identidad, como el de lo colectivo. Lo colectivo por sobre lo individual, la comunidad como protagonista del cambio, son conceptos marco con los que La Tribu está proponiendo una mirada diferente a lo que propone el capitalismo con el individualismo, la

meritocracia, las estrellas de los medios de comunicación. Los conceptos de comunidad y colectivo son un pronóstico en sí que vienen a modificar una realidad individualista, a la vez que marco de motivación que moraliza y asegura la confianza en las transformaciones propuestas.

Revolución

El origen de La Tribu como una radio de izquierda hacen presente como norte la palabra revolución, como condensación de las necesidades de transformaciones de todo aquello que diagnostican como injusto, y que tiene que ver con la forma en que se organiza y funciona el sistema capitalista en general, y el neoliberalismo, particularmente en la primera década de existencia de la radio, y especialmente en países del Tercer Mundo como la Argentina:

Desde nuestra fundación, todo lo que tuvo que ver con la declaración de principios estaba súper presente. Veníamos de una organización que en una mirada maximalista, pretendía hacer la revolución. En La Tribu estaba esa concepción leninista cruzada por una mirada gramsciana de contrahegemonía. Y sumale el elemento de la comunicación alternativa. Pensamos que crear un medio de comunicación era parte de un proceso transformador. (Lamas, entrevista 2)

En documentos internos de 1998 se señala que La Tribu “es una construcción basada en la necesidad de cambio social. Primero fue la revolución. Después ‘democratizar las comunicaciones’” (DTN18/98, p. 1).

En el libro *Muerde*, Guillermo Almeyra (2009) se refiere a la evolución del concepto de revolución, señalando que la “La revolución que cambia un sistema es (...) un proceso social de masas, social, cultural, político, no un *putsch* de un puñado de iluminados” (p. 96), afirmando que la revolución hoy solo puede ser anticapitalista: “el socialismo es el resultado de la evolución moral, cultural, social, económica, de un conjunto de pueblos que hayan superado, a escala de la mayoría del planeta, el desarrollo capitalista” (p. 96). En el mismo libro, Grupo Al Dorso (2009) la define como “el cambio o transformación radical y profunda respecto al pasado inmediato” (p. 105), y Ezequiel Adamovsky (2009) la define como “un cambio radical y duradero de las relaciones sociales” (p. 97), pero señala acerca de la necesidad de rever el concepto, y critica la idea que la izquierda tradicional trae acerca de la revolución como un evento particular, como una toma del poder en un suceso, y “hoy sabemos que tomar el Estado no implica haber realizado un cambio radical en las relaciones sociales” (p. 97). En ese sentido, la mirada optimista es que la revolución

ocurre todos los días; que no hay que esperar un acontecimiento excepcional: “La revolución está en curso; sucede todos los días, cada vez que los hombres y mujeres desarrollan nuevas formas de resistir al poder y crean grietas de autonomía” (Adamovsky, 2009b, p. 97).

En *La Tribu. Comunicación alternativa*, Lamas y Tordini tocan el tema:

El sistema es injusto. Es injusto porque su desarrollo condena a muerte a seres humanos. Todo lo demás que podamos decir no son más que las palabras y las acciones que brotan de la esperanza. De la ilusión de que algo de lo que hagamos cambie algo de lo que pasa. (Lamas y Tordini, en Colectivo La Tribu, 2000, p. 269)

La revolución es un concepto que se construye como horizonte hacia donde ir, como marco de motivación, de llamado a la acción para construir una dirección y un sentido, hacia los cuales se orienta el trabajo de La Tribu, las propuestas para vivir mejor, emanadas de un diagnóstico de una realidad injusta.

Comunicación (alternativa)

“Comunicación alternativa (...) En cualquier caso la unión de las dos palabras articula dos dimensiones: la comunicación y la política”. (DTN21/00, p. 2). Lo relacionado a una comunicación inclusiva y democrática es mencionado como valor central ya en una presentación institucional de 1996: “Desde sus orígenes, FM La Tribu trabaja manteniendo como valores fundamentales la libertad de expresión, el pluralismo de ideas, y la propuesta de una comunicación alterativa, que cambie el orden establecido de la comunicación tradicional” (Colectivo La Tribu, 1996a, p. 1).

En el libro *La Tribu. Comunicación alternativa* (Colectivo La Tribu, 2000), aparece el concepto de comunicación alternativa como una idea fuerza. Allí también hay una posición respecto de la industria cultural:

La “industria cultural” nació como un concepto radicalmente crítico y hoy es una palabra que la misma industria cultural usa para nombrarse. Lo que la industria cultural hizo con el concepto es lo que hace con todo, y este proceso es justamente lo que el concepto sintetizaba. (Lamas y Tordini, en Colectivo La Tribu, 2000, p. 176)

A partir de allí, se evidencia y explicita una preocupación y una crítica a la mercantilización de la comunicación y la cultura:

La lógica del mercado dio forma a las comunicaciones de masas y éstas, en un complejo proceso histórico que implica decisiones políticas, económicas y culturales, reorganizaron la cultura. (...) Reducir la comunicación como experiencia constitutiva de individuos, de sujetos, de colectivos, de visiones de mundo. Reducirla al producto más exitoso del mercado. (Lamas y Tordini, en Colectivo La Tribu, 2000, p. 270)

Ya se habían pronunciado críticamente sobre la capacidad de la industria cultural de absorber la novedad y la transgresión y convertirlas en un producto:

Por otro lado, se ha incorporado el lenguaje y la transgresión de la *Rock & Pop* y las radios comunitarias. Lo que fue un estilo, una forma de identificación y representación se ha convertido en mercancía de la industria cultural. (Colectivo La Tribu, 1996b, p. 80)

Para la organización, la idea de comunicación alternativa “se opone a toda relación desigual ya sea económica, política, cultural y/o comunicacional” (Colectivo La Tribu, 2002, p. 107). También se alerta sobre el problema de la concentración económica en el mercado de los medios, y el rol de los medios alternativos y comunitarios para la toma de la palabra por parte de la ciudadanía y ofrecer mayor diversidad en ese escenario concentrado: “la concentración (...) se expresa en la característica alienante del sistema que homogeneiza las opiniones, sustituye los sueños de cambio por el consumo, (...) concibe que la acción conjunta debe ser la de ser espectador en la toma de decisiones” (Radio Sur, 2009, p. 115).

Tanto en *Palabras que muerden...* (Colectivo La Tribu, 2004) como en *Muerde* (Colectivo La Tribu, 2009b), el concepto listado no es el de comunicación alternativa, sino el de una más amplia comunicación, a secas, como “una práctica cotidiana (...), imprescindible para sentir que somos seres humanos y no somos objetos (...) (Bela)” (Colectivo La Tribu, 2004, p. 14). Allí, aparecen las ideas de un espacio ampliado: el de la comunicación/cultura a partir del cual “construir un nuevo espacio teórico, una nueva manera de entender y estimular prácticas sociales (...) La acción comunicativa es un hecho ético, es decir político, no instrumental” (Schmucler, 2009, p. 110).

Ya el colectivo había definido este asunto:

Podemos afirmar que los términos “comunicación alternativa” expresan, en sí mismos, una lucha. Cada una de las prácticas existentes realizan sus acciones orientadas por discusiones diferentes o se plantean problemas a resolver disímiles. En conjunto, estas prácticas, que podríamos empezar a llamar de “comunicación” a secas y desentendernos del adjetivo que hemos tenido que inventar en la batalla, en las que podemos incluir a los medios y a todos los espacios de intercambio para el cambio pretenden, en principio, transformar lo dominante en situaciones abiertas. (Colectivo La Tribu, 2002, p. 108)

También en *Muerde* se aborda el rol de la comunicación en sentido amplio, y las funciones que tienen para una organización que se plantea la transformación: como denuncia o contraposición a la comunicación dominante, como herramienta propositiva y de construcción, y también como terreno de revisión de las herramientas empleadas hasta el momento, es decir, como espacio de crítica de la propia militancia de izquierda:

Una resistencia a la cultura impuesta por la normalidad, pero a su vez no en el sentido de estar respondiendo al poder dominante todo el tiempo, sino que la búsqueda va por otro lado. Intentando no reproducir el modo de comunicación heredado de las militancias anteriores que circulan como estereotipos que son reappropriados sin reflexionar. (Grupo Arte Callejero, 2009, p. 111)

En la misma publicación el propio Colectivo La Tribu se expone con un texto sobre la comunicación donde se establecen de manera poética algunos ejes orientadores: “Colectivo. Comunidad. Política. Comunicación. Cultura. Interlocutor donde antes decía oyente o cliente o aparato para las infecciones del poder” (Colectivo La Tribu, 2009b, p. 117).

Previo al estallido social de 2001, La Tribu denunciaba el neoliberalismo y las privatizaciones. También hacía explícita una crítica a la concentración mediática y a la mercantilización de la comunicación:

Las empresas mediáticas expresan la concentración económica. (...) Los capitales financieros entraron al mercado nacional, el mapa de medios se transformó: canales de TV, emisoras radiales, medios gráficos, servidores de

Internet, agencias de noticias forman parte de grandes corporaciones. (...) La complementariedad y convergencia tecnológica entre sistemas (TV, radio, telefonía, Internet), trocó competencia por cooperación/concentración expresada sobre todo en la acumulación de medios de distribución y producción de soportes y contenidos. (Lamas y Tordini, en Colectivo La Tribu, 2000, p. 270)

Desde esta idea de comunicación alternativa, luego del estallido social de 2001, aquellas causas toman forma con crudeza, y así La Tribu critica el poder de los multimedios:

Algunos son mensajeros orgánicos de los sectores dominantes, otros muestran una realidad que excluye a las organizaciones sociales emergentes y a los conflictos y confrontaciones que se dan en todo el país, otros, algunas veces los mismos, convierten en tapa el hambre y hacen campañas de bien público como si el hambre que denuncian y el modelo que defienden no fueran causa y consecuencia. (Colectivo La Tribu, 2002, p. 108)

En *Medios y dictadura* (Colectivo La Tribu, 2003a) el colectivo también denuncia el rol de los medios de comunicación hegemónicos en la normalización de un sistema:

Cuando se habla de los medios de comunicación durante los últimos veintisiete años se habla de la relación entre los discursos -informaciones, relatos, ficciones- y la construcción de los consensos sociales necesarios para el establecimiento de un modelo de sociedad -el capitalista-, de un orden económico, social, cultural. Un orden de distribuciones desiguales y de costumbres aparentemente incuestionables.

Cuando se habla de los medios de comunicación durante lo que llamamos “democracia” se habla de la relación entre los periodistas y los poderes políticos, de la manipulación de la agenda informativa, de la concentración y convergencia de las empresas mediáticas. (p. 7)

En *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación* (Colectivo La Tribu, 2003b) también se denuncia el rol de los medios en los proyectos neoliberales: “Medios-

empresas que vendieron noticias apologéticas de un sistema que empobreció y profundizó la desigual distribución de las riquezas en toda la región” (p. 7).

En ese sentido, “La comunicación alternativa es eso (...). Cuando la comunicación no es un bien de consumo sino la posibilidad que tenemos de poder hacer algo con lo que la historia hizo con nosotros” (DTN21/00, p. 1).

En documentos internos de 1997 ya aparecen como objetivos políticos la “democratización de los medios, construcción de redes, favorecer constantes espacios de comunicación, intercambio de valores solidarios, transformadores” y a la radio como un “Espacio abierto a excluidos del sistema oficial/comercial de medios, comunicación, cultura” (DTN08/97).

En *Palabras que muerden...* (Colectivo La Tribu, 2004) le dedican un apartado al concepto de *medios*. Allí, se alude a los medios hegemónicos por generalización, y se los señala como “industrias de opinión (Diego Perrotta)” (p. 45), “el primer poder (...) (IMPA)” (p. 47) que “en manos del enemigo son máquinas destructoras (...) (Hebe de Bonafini)” (p. 46). Se menciona que “lo que tendrían que decir, no lo dicen, tergiversan, manipulan, desinforman (Bela)” (p. 45), que “son solo eso, el recurso, la libreta, y la página en blanco (...) Los medios son malos cuando se convierten en un fin (Daniel Iván)” (p. 46). Y también sobre la perspectiva alternativa que puede ofrecerse a ese diagnóstico: “El abuso, el absurdo, la construcción de hegemonía, el sentido común, y también lo otro, lo opuesto, la potencia, la posibilidad de crear contrahegemonía y poder popular (El Mate)” (p. 47). Que “Medios comunitarios son los que ponen la calidad del ser humano por encima de la noticia (Eduardo Codina)” (p. 45) y “ojalá La Tribu no sea un medio (...) (Goy)” (p. 45).

A partir de la crisis de 2001, La Tribu decide apoyar la creación de nuevas radios comunitarias y alternativas como una política de la organización para incidir sobre el sistema infocomunicacional: “Todo el mundo quería poner una radio y ahí estábamos nosotros acompañando a poner tu radio con un concepto de multipliquemos los emisores y las emisoras como forma de hackear la concentración” (Kejval, entrevista 7).

En *Fuga* (2015), describiendo el concepto de “Inseguridad acústica” utilizado en parte de su artística institucional durante el período aquí elegido, La Tribu vuelve a hacer explícita la crítica a la noción mercantilista de la comunicación y discute sus ideas fuerza, como la de audiencia: “Sustraer a la noción de ‘audiencia’ el desgraciado rol de sumisión que comercialmente se le espera y alentar

la incomodidad transformadora de logramos interlocutores para mancharlo todo de novedad y reelaboración” (Anónimo, 2015, p. 46). La noción de audiencia o de oyentes del mercado infocomunicacional es criticada desde mucho tiempo atrás: “(...) no usamos el término ‘oyente’ que sentimos devaluado por la pasividad que tiene el vocablo, y preferimos hablar de ‘interlocutores’” dice Gastón Montells (Petti, 2004a, p. 10).

Todos estos son valores nodales de la razón de ser de La Tribu y perduran desde su nacimiento hasta el presente:

Para democratizar la sociedad hay que transformar y democratizar la comunicación, y esa idea de que solo el Estado o solo los medios privados pueden hacer comunicación, la queremos dar vuelta. Eso guió la fundación y hasta hoy está presente: hay un derecho a buscar, a recibir y difundir información. (Lamas, entrevista 2)

En este aspecto, La Tribu mantiene una posición táctica respecto de las industrias culturales: si bien como todos los medios comunitarios, quieren ser reconocidos como un interlocutor válido y como una parte esencial del ecosistema de medios, se distancian de los estándares y de las lógicas que guían a las industrias culturales desde su aspecto comercial:

Comunicacionalmente La Tribu siempre se despegó de las industrias culturales: esta idea de desmercantilizar toda práctica. Pero no es lo que le ocurría y lo que le ocurre de hecho, porque genera marcas, valores de mercado, porque ya no hay afuera de las industrias culturales. Ya la periferia ha sido incorporada al centro. Con lo radiofónico siempre hay un intento de despegue de lo mercantil: esto no es una radio comercial, esto no es un producto, aunque cada vez lo veo más como una quijotada. (Skliar, entrevista 3)

Depende de la correlación de fuerzas: articulación, y cuando estabas más fuerte, confrontación; un poco y un poco con la industria, y lo mismo con el Estado. Articulación y confrontación. (Vívori, entrevista 9)

Se trata de “construir otra lógica dentro de un sistema pero con una práctica anticapitalista que no sea la competencia lo que guía, que no sea el lucro lo que mueve al proyecto” (Lamas, entrevista 2).

La concepción que La Tribu maneja, construye y propone sobre la comunicación es una concepción basada en una mirada alternativa a la mirada comercial y hegemónica, una mirada que se apoya en la comunidad, y por lo tanto en la comunicación en sentido amplio, entendida como derecho y no como mercancía. Esa mirada es una propuesta de construcción de organización, y la motivación a fortalecerla es la libertad de expresión, el poder hablar en un medio, el construir dialógicamente con otros y otras para emprender las tareas de transformación anheladas. El diagnóstico en el cual se basan estas propuestas tiene que ver con una crítica al funcionamiento del sistema de medios, a la mirada mercantil sobre la comunicación, a la concentración, y al rol legitimador y normalizador de los medios hegemónicos, funcional a la perpetuación de los sistemas desiguales.

Cultura

Cultura es el primer concepto que no está presente como capítulo específico en la publicación *Muerde* (Colectivo La Tribu, 2009b). Sin embargo sí aparece en la publicación antecedente de ésta, *Palabras que muerden...* (Colectivo La Tribu, 2004). El concepto de cultura que interesa a la organización mostrar encarna una disputa de sentido, es “una batalla. Un lugar donde se disputa permanentemente entre una cultura dominante y otra de signo opuesto a ésta -contracultura- (...) (Luciano Tepper)” (p. 23). Se trata no solo de un concepto que enmarca a los productos de las industrias culturales, sino que se deja en claro que es algo más allá del consumo: “Identidad, historia y sangre de mi país (Diego Perrotta)” (p. 20); “Es la sonrisa. La consecuencia de la política (...) (Ezequiel Ábalos)” (p. 20); “Lo que me enseñó mi abuela (...) (Daniel Tornero)” (p. 20); “Es el alma de la gente (...) (Goy)” (p. 20); “Está allí donde alguien crea belleza, amistad, solidaridad, amor, calidez (...) (Abuelas de Plaza de Mayo) (p. 21); “Ver a Daniel Melero en el Instituto Goethe es cultura. Si vas a un bar y hay un borracho también (...) (FM Bajo Flores)” (p. 23).

El concepto de cultura que ofrece La Tribu hace énfasis en la construcción de identidad, en la circulación de ideas, en el desarrollo de la vida digna y del cotidiano. Y cuando considera a los productos, al arte, a la música, a los bienes de la cultura, lo hace ofreciendo una mirada que discute que la única posibilidad de disfrutar esos bienes sea con las reglas del mercado, porque la cultura no solo es economía sino también política y relaciones sociales. Y es allí donde se pone en relación con el arte que entiende La Tribu, con la tecnología que entiende La Tribu, con la comunicación que entiende La Tribu. Asimismo nace de la noción de que el campo cultural estaba fundamentalmente orientado por el campo comunicacional y que había que incorporar otros campos de intervención más allá del radiofónico (Vívori, entrevista 9), cosa que sucede a partir de la definición de La Tribu

como Espacio de Medios/Comunicación/Cultura y las actividades realizadas tanto en su propio espacio cultural en Lambaré 873 como afuera.

Cultura se transforma en un marco conceptual en la medida que pensarla en las perspectivas expuestas por la organización se convierte en una propuesta de transformación (pronóstico) que incluye a la ciudadanía como protagonista y la llama a vivir su identidad y su arte también (motivación).

El concepto de cultura enmarca a La Tribu por cuanto, como se venía diciendo, forma parte de un sector que se incluye en las industrias culturales pero que discute algunos de sus postulados economicistas. También porque La Tribu, además de definirse como una radio comunitaria y alternativa, se define como un espacio de comunicación y cultura.

Utopía

Es el sendero que permite avanzar, las motivaciones de ir hacia un futuro y en ese camino ir construyendo. Es la versión poética de los rumbos planificados, las orientaciones, las direcciones. “El mapa del mundo que se construye incluye la utopía. La utopía es la suma de deseos colectivos. La radio es una manera de contarlos” (DTN21/00, p. 1). En ese posicionamiento aparece nuevamente un marcado distanciamiento y crítica de lo que ofrece el mercado de medios: “La utopía de La Tribu. Volver a dar a la comunicación el lugar social e individual arrasado por el desarrollo capitalista de las industrias culturales” (DTN21/00, p. 2).

En *Palabras que muerden...* (Colectivo La Tribu, 2004), el concepto de utopía está unido al de deseos. Se construye con el horizonte de aquello que la organización desearía transformar y el modo en que desearía que eso se transforme. También la motivación para seguir caminando en ese sentido: “(...) es lo que le permite al ser humano, justamente lanzarse, arriesgarse, tratar de lograrlo (Liliana Felipe)” (p. 63); es “lo que no descansa (...) (Colectivo Situaciones)” (p. 63); “el horizonte que tiene que estar siempre presente. Los deseos y la utopía son los criterios que deben guiar nuestras acciones -y pensares-. Juntos son lo impostergable de nuestra existencia (Luciano Tepper)” (p. 65).

Cuando se le pide a Ximena Tordini que defina La Tribu, señala:

Creo que teníamos cierta idea de que todo era posible. No sé cómo decirlo, no en el sentido de posibilismo, en un sentido que es el espíritu de 2001: nunca

fuimos cínicos respecto de nuestra práctica, que es algo que es un espíritu muy posterior que tiene que ver con las redes sociales, cierto cinismo al progresismo, que todo no sirve para nada, o es al pedo, o naif, ese clima de época no era el clima de La Tribu; teníamos una relación de total convicción, esa idea de que tenía sentido. (Tordini, entrevista 6)

En documentos internos de 1997 aparece mencionada la utopía como “simplemente el plan de un objetivo en términos ideales” (DTN15/97, p. 2). En este sentido, la idea de utopía funciona calibrando el sentido y dirección de la experiencia que ha de vivirse en el presente. Como marco conceptual, brinda una idea de pronóstico de un futuro mejor, y por ende, una motivación para empezar a alcanzarlo desde el presente.

Anticapitalismo

Este marco conceptual no figura explícitamente en la publicación *Muerde*, pero es un hilo conductor entre todos los conceptos y las motivaciones antes revisadas. Todo está atravesado por una crítica constante al capitalismo y su potencia constructora de desigualdad. El anticapitalismo es el gran concepto que guía al resto de los conceptos, devenido del gran diagnóstico sobre la causa de los problemas de nuestras sociedades: el capitalismo. De hecho, en la publicación mencionada, si bien no hay un capítulo dedicado al capitalismo/anticapitalismo, los términos aparecen mencionados 58 veces a lo largo de 110 páginas de textos, y en todos los capítulos, es decir, que atraviesa el pensamiento de la organización.

Si La Tribu es de izquierda, es porque piensa una agenda contraria a la del neoliberalismo (“‘Neoliberalismo’ suena mejor que ‘capitalismo salvaje’”, dicen irónicamente Lamas y Tordini [Colectivo La Tribu, 2000, p. 269]); si La Tribu piensa en la democracia, lo hace criticando los aspectos de la democracia que no alcanzan para garantizar una vida digna y se apoyan en lo mercantil; si La Tribu habla de revolución y autonomía, lo hace como una opción al sistema imperante, el capitalista; si La Tribu habla de comunicación alternativa, lo hace en franca crítica hacia la cultura y la comunicación mercantilizadas, y como herramienta para divulgar las reivindicaciones que propongan un mundo diferente; porque los medios comunitarios y alternativos “intentaron recordar (...) la vigencia del capitalismo y sus consecuencias” (Colectivo La Tribu, 2002, p. 107). “La Tribu es un proyecto profundamente anticapitalista”, dice Larisa Kejval (Kejval, entrevista 7).

La Tribu siempre fue, por lo menos cuando estuve, un proyecto anticapitalista, con diferentes formas de entender cuál era la misión del anticapitalismo, pero nunca hubo otra visión política. Y fue un proyecto con mucha raíz, mucha cabeza en la cuestión de la autogestión. (Tordini, entrevista 6)

El capitalismo es un paraguas que abraza diferentes conceptos y causas que La Tribu elige seguir, que intenta transformar y en función de los cuales se define. Está tematizado expresamente como capitalismo o anticapitalismo a la hora de describir la razón de ser del proyecto, y también mediante reflexiones en torno al mercado, a la industria, al sistema. “El mercado es la telaraña mejor tejida” establecen en documentos internos (DTN22/01, p. 2)

El concepto de anticapitalismo es aglutinador y movilizador de todos los otros conceptos. El diagnóstico que hace la organización es que la fuente de todos los males es el sistema capitalista. Para modificar esta situación propone diferentes soluciones, muchas de las cuales se basan en transformar los aspectos injustos del sistema, ofreciendo alternativas plausibles y estableciendo una mirada crítica constante. Alternativas para mejorar la calidad de vida en el contexto actual, y alternativas para pensar en las transformaciones radicales que diagnostican y pronostican como necesarias. Los llamados a la acción en la tarea de movilización tienen que ver con la conciencia sobre los mecanismos excluyentes del capitalismo y la posibilidad de experimentar una mejora en las condiciones de vida si se intentan formas alternativas, anticapitalistas.

Otros conceptos

Otros conceptos aparecen referidos, ya no en la publicación *Muerde*, sino en una que es antecedente: *Palabras que muerden*. Algunos de ellos están contemplados dentro de los ya revisados: *Estado* aparece implicado en democracia y en anticapitalismo; *medios*, *La Tribu*, *diálogo* y *radio* forman parte del marco comunicación; *diálogo* también aparece implicado en el concepto de comunidad; *política* está contemplado transversalmente, y más puntualmente en izquierda, democracia o revolución. *Futuro* y *proyecto* están implicados en el marco de utopía. Otros conceptos no llegan a ser categorizables como marcos conceptuales del modo en que aquí se contempla, como conceptos que impliquen un horizonte de diagnóstico, pronóstico y motivación: *calle*, y *época/tiempo/15 años*, muy enfocados en el posicionamiento de la propia emisora y en virtud de su cumpleaños 15, momento de publicación del mencionado libro. Por ello no han sido tenidos en cuenta como un marco en sí mismo en la presente caracterización.

3.3.5. Causas de intervención

Los marcos conceptuales que orientan la existencia y trabajo de La Tribu se asientan, materializan y confirman en causas concretas de intervención. Se llama así a aquellas luchas puntuales que La Tribu ha decidido impulsar o acompañar, que se manifiestan en el terreno de lo concreto, y que se despliegan en el trabajo cotidiano de La Tribu como en el reclamo hacia políticas públicas o normativas que atiendan esas reivindicaciones. Por eso, por un lado están los valores trascendentales y transversales que guían la razón de ser y la filosofía de La Tribu y por otro, las transformaciones concretas, coyunturales, en el aquí y ahora sobre los que La Tribu elige intervenir o apoyar.

Si bien las causas tienen un nivel más concreto que los marcos conceptuales, pueden entenderse también en virtud de ellos y de las tareas de diagnóstico, pronóstico y motivación (Viejo Viñas, 2008), puesto que su reivindicación emerge de diagnosticar necesidades o falencias en el terreno de los derechos, proponer soluciones que enmienden estas carencias, y en la difusión y movilización de las mismas, llamar a la motivación de la ciudadanía a comprometerse y ser agente de cambio para que estas causas se concreten.

De este modo, se puede entender que hay dos capas conceptuales de la dimensión política de un proyecto como La Tribu. Por un lado, los marcos conceptuales que funcionan como hilo orientador de la identidad y la práctica, que son en cierto sentido abstractos; y por otro lado, la intervención en causas concretas, que son la traducción o materialización de aquellos principios al contexto inmediato y palpable:

Si nosotros tuviéramos una manera sola de traducir un concepto político en una práctica concreta, hubiera dejado de existir en la primera refundación de La Tribu. Parte de la vitalidad de los proyectos como estos tiene que ser la capacidad de transformarse en función del contexto externo e interno. Sí hay ideas motrices, pero el desafío es cómo traducirlas al hoy, y cómo hacer que eso que nos moviliza tenga sentido ponerlo en práctica hoy con las condiciones que tenemos (Demasi, entrevista 5).

Entonces, además de los principios ya revisados, hay una forma complementaria de entender la dimensión política de un proyecto, y es a través de las causas que defiende e impulsa, que son la

forma en que las ideas fuerza generales se concretan, en que las visiones de mundo trascendentales se traducen en temáticas puntuales sobre las que el proyecto entiende que debe intervenir, y que están puestas ya no en relación con el sistema o realidad en sentido amplio, sino en relación a los entornos determinados en el que se mueve la organización, son causas que emanan del diagnóstico que hace la organización sobre el contexto político, social y económico, y que son parte de una tarea de pronóstico que indica un horizonte deseado. La motivación está en que esas causas implican mejorar las condiciones de vida y el ejercicio de derechos para muchas personas.

Interesa relevarlas para luego contrastar con la artística institucional y constatar si aquellas causas que declaran que creen justas tanto en bibliografía como en las entrevistas, han sido protagonistas de la voz institucional de la emisora para el período elegido.

De este modo, se hace un relevamiento bibliográfico de las menciones a causas concretas y temas en las publicaciones firmadas por el Colectivo La Tribu. Esto funciona como una referencia ya que en general las publicaciones abordan, como se vio, marcos conceptuales y no se dedican a incidir en causas concretas. Sin embargo, algunas referencias se hacen presentes allí. Asimismo, el relevamiento sirve como orientación que será confirmada con los testimonios de las entrevistas que responden a la pregunta concreta acerca de las causas que interesan a la organización.

En *Palabras que muerden* (Colectivo La Tribu, 2004) aparecen neoliberalismo (p. 7, p. 25), pobreza (p. 11, p. 64), dictadura (p. 13, p. 33), pueblos originarios (p. 20), soberanía alimentaria (p. 39).

En el libro de referencia *Muerde* (Colectivo La Tribu, 2009b) aparecen menciones a temas y causas como la legalización del aborto (p. 10), a la dictadura cívico-militar (p. 22, p. 30, p. 45, p. 70, p. 106, p. 107), derechos laborales (p. 24), Derechos Humanos (p. 27, p. 45, p. 85, p. 104, p. 107), género (p. 30), economía social (p. 30), privatizaciones (p. 30), gatillo fácil (p. 44), cultura libre (p. 73, p. 74, p. 82, p. 83, p. 84, p. 86), neoliberalismo (p. 54, p. 67, p. 82, p. 89, p. 90, p. 91), desempleo (p. 82), diversidad cultural (p. 85), feminismo (p. 30, p. 98), antirracismo (p. 98), diversidad sexual (p. 98), pobreza (p. 106), medio ambiente (p. 54, p. 106, p. 107), soberanía alimentaria (p. 107, p. 108), concentración mediática (p. 115).

Adicionalmente, en *La Tribu. Comunicación alternativa* (Colectivo La Tribu, 2000) se mencionan la lucha por la democratización de las comunicaciones (p. 9, p. 183, p. 188, p. 270), Derechos Humanos (p. 17, p. 109, p. 186), lucha contra el neoliberalismo (p. 23, p. 183, p. 269), ley

de radiodifusión (p. 25, p. 167, p. 210), derechos de los jóvenes (p. 109), derechos de las mujeres (p. 109), rechazo a la dictadura (p. 145, p. 161, p. 187), diversidad sexual (p. 156), libertad de expresión (p. 187), feminismo (p. 269), ecología (p. 269), no discriminación (p. 269), pueblos originarios (p. 269).

También aparecen demandas en torno a la defensa de los derechos de sectores como la juventud, las mujeres y los jubilados y “contra la discriminación, la represión policial y la privatización de los espacios públicos” (Colectivo La Tribu, 1996a, p. 1), la democratización de los medios se menciona como un objetivo en las reuniones de refundación de 1997 (DTN12/97), “libertad de expresión, defensa de los derechos de los jóvenes, de las mujeres, de los excluidos social, laboral, culturalmente” (DTN09/97, p. 1). En otro documento de trabajo sobre la comunicación institucional se menciona la reivindicación del derecho a la comunicación, la crítica a la concentración y a las privatizaciones, y como interlocutores/causa de su trabajo aparecen “vecinos, estudiantes, ecologistas, homosexuales, inmigrantes, artistas, organizaciones sindicales, partidarias, vecinales, derechos humanos, productores/difusores de música no comercial” (DTN20/99, p. 2). También se mencionan campañas contra los edictos policiales, por el parque centenario, rebalanceo telefónico, defensa de radios comunitarias (DTN20/99, p. 2)

En documentos internos de 1997 aparecen como principios “defensa de las libertades individuales, libertad de expresión, rechazo a la discriminación, democratización de las comunicaciones, contribución al desarrollo social con equidad y justicia, solidaridad” (DTN10/97). La dictadura es tema central de la publicación *Medios y dictadura* (Colectivo La Tribu, 2003a). La ley de radiodifusión democrática también aparece como causa en la nota “La Tribu, a los 20” (Colectivo La Tribu, 2009a, p. 43).

En las entrevistas realizadas para esta investigación, aparecen como temas o causas violencia institucional, medio ambiente, derechos laborales, la búsqueda de reconocimiento legal de las radios comunitarias, soberanía alimentaria, legalización del aborto, perspectiva de género, la juventud como sujeto, las libertades llevadas a la amplificación de las disidencias, derechos de salud reproductiva, la discusión de la incidencia de la tecnología y la apertura tecnológica en la organización laboral, software libre, discutir la propiedad, pueblos originarios, movimiento campesino, minería a cielo abierto, despenalización de tenencia de drogas para consumo personal, reducción de la jornada laboral, deuda externa, la producción cultural a partir de Cromañón (Montells, entrevista 4); la lucha por la memoria de los crímenes de la dictadura, legalización del

aborto, contra los edictos policiales, contra la escuela shopping, pobreza, migración, ley de radiodifusión de la democracia (Lamas, entrevista 2); juicios a los genocidas, legalización del aborto, derechos LGTBIQ+, gatillo fácil, represión policial, soberanía alimentaria, acompañamiento a pueblos originarios en sus disputas, modelos alternativos de economía como fábricas recuperadas, conflictos gremiales (Kejval, entrevista 7); ambientalismo, Derechos Humanos, la producción autogestiva de arte, economía social y solidaria (Skliar, entrevista 3). Tordini señala la disputa por las condiciones legales de las radios, la pelea contra la impunidad de la dictadura, la cuestión sindical, el tema de la autogestión como de fábricas recuperadas, el derecho al aborto, mucha agenda cultural, disidencias sexuales “que no estaba muy tematizado pero estaba ahí” (Tordini, entrevista 6). Quizás en el presente aparecen más explícitamente los feminismos y las diversidades como una causa que en períodos anteriores, como se desarrollará más adelante. Vívori señala la Ley de Medios Vecinales de Ciudad de Buenos Aires, todas las causas políticas de los noventa vinculadas a derechos laborales, desocupados, la temática campesina, lo latinoamericano, el proceso de memoria, verdad y justicia, surgimiento de nuevas radios, la Ley de Radiodifusión (Vívori, entrevista 9).

Una de las causas que persiguió La Tribu fue la democratización de las comunicaciones, y más en concreto la sanción de una Ley de Radiodifusión de la democracia y el reconocimiento de los medios comunitarios y alternativos. Sobre el final del período analizado, la propia sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual marca un punto de tensión interna pues no se salda la discusión de si el proyecto, que se reconoce de izquierda, debe apoyar a un gobierno peronista que se hizo eco de algunas reivindicaciones históricas del sector, o mantenerse en una actitud crítica frente a la efectiva ejecución de lo que la nueva ley defendía.

Qué es lo que pasa con el kirchnerismo que mete el ruido y la discusión. Discusión que La Tribu no necesita saldar, puede convivir con esa tensión hasta la Ley; después yo creo que se tensiona mucho más porque se mete con el corazón de lo que te dio identidad. (...) La Tribu nunca fue un proyecto peronista. Siempre se reconoció en la izquierda. Entonces claro, cuando hay un peronismo en el gobierno que recupera esas demandas históricas que habían sido gestadas desde estas organizaciones y movimientos, sí, nos atravesaron las discusiones. (Kejval, entrevista 7)

Estas tensiones, como ya se vio, son ejemplo de las diferencias entre diversas perspectivas y es un tema que más adelante se revisará en relación a la artística institucional del período elegido.

Feminismos

Un eje especial, que es causa puntual, pero que es transversal, es el del feminismo (y también la defensa de los derechos de las diversidades sexuales). La Tribu siempre tuvo programas con línea feminista, pero el feminismo se convirtió en un eje orientador oficial, posteriormente al período analizado en esta investigación; y más allá de una causa a defender, un marco conceptual identitario para la organización. Sin embargo, sí empezaron a colocar en agenda estos temas antes de que se generalizaran y que explotaran a nivel nacional con movimientos como el #NiUnaMenos y con la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo:

La permeabilidad de La Tribu nos permitió muchos años tener una brújula anticipada en un montón de temas y asuntos: feminismo es uno. Si lo feminista tenía que ser un contenido al aire en alguna franja en particular o debíamos permear toda la programación de feminismo era una discusión desde que entré en 2006 y eso tuvo un fervor social masivo recién en 2015. (Skliar, entrevista 3)

Hoy en día La Tribu sí puede definirse explícitamente como feminista, pero en el período que aquí se estudia, si bien está el germen de esa preocupación, aún no es una línea que defina el proyecto como tal.

En el colectivo eso era una tensión, era la época en que estaba muy estigmatizado, era difícil para las mujeres discutir con los varones. Después de algún tiempo creo que ese ex colectivo ha podido reflexionar sobre cuán machista era la cosa, pero es una reflexión posterior. (...) Que una pudiera decir que esto pasa porque ustedes son machistas, era decible pero no escuchable. Ahora ninguno de los compañeros varones lo negaría. Pero eso no es único de La Tribu, sino parte de la historia de las mujeres y las disidencias, pero no era agenda principal; ahora lo es un montón. (...)

Había proyectos en ese momento que se definían como feministas pero La Tribu no, la verdad que no lo era. Había muchas compañeras que hacían cosas. Y había cosas que no estaban en discusión: no por no ser feminista no era importante

el aborto, sí, siempre fue parte de la agenda y nunca se la discutió, sin que eso supusiera una discusión más profunda sobre el desigualitarismo de género del proyecto. (Tordini, entrevista 6)

Este es un ejemplo de cómo hay principios orientadores permanentes que se van enfatizando o desarrollando en virtud de la necesidad o materializando en causas concretas en virtud de la oportunidad o el contexto. El nivel que mostraba la identificación con el feminismo en el período estudiado, es el de defender ciertas reivindicaciones en el plano de las causas concretas, mas no necesariamente incluir a los feminismos como un marco definitorio de la identidad y la orientación política general de la emisora.

Creo que hoy La Tribu sí tiene una práctica, por la intervención de las compañeras, porque han cambiado los tiempos, porque hay temas que ya no pueden reproducirse de la manera en que se reproducían y porque nosotros incluso éramos hijos sanos del patriarcado. (Lamas, entrevista 2)

Si bien para el período del corpus sonoro aquí estudiado, La Tribu no se definía como una radio feminista como sí lo hace posteriormente, ya había desde tiempos prematuros algunas menciones (Colectivo La Tribu, 2000, p. 269; Colectivo La Tribu, 2009b, p. 30, p. 98), inquietudes de la agenda feminista presentes en diferentes instancias de la emisora, ya sea a través de programas de mujeres o de la organización de actividades para poner el tema en discusión:

La cuestión empezó a ser políticamente correcta desde hace bastante tiempo, entonces había cierta corrección política con el asunto como también lo hay hoy, entonces no es que había un rechazo, pero costaba. Básicamente quienes introducen el problema, la perspectiva, son viejas compañeras feministas que tienen sus programas primero y a partir de ahí empezamos con las más jóvenes a generar algunos espacios, no orgánicamente, no sistemáticamente. Organizamos un seminario en el año 2000, un taller por primera vez de organizaciones de mujeres y feministas con las redes de medios comunitarios, y el tema fue legalización del aborto directamente. Fue una inflexión. (...) Pero era algo aislado, periférico, y luego fue tomando más centralidad. Yo ya no estaba cuando en La Tribu empieza a tener más centralidad la perspectiva feminista, fue después de 2011. Pero sí teníamos estas primeras articulaciones, empezamos a procesar las desigualdades en clave de género. (Kejval, entrevista 7)

En resumen, si bien el de los feminismos puede considerarse un marco conceptual, y sus causas, primordiales para La Tribu en la actualidad, no lo eran explícitamente en el período estudiado, pero sí hay que tener en cuenta que la organización ya estaba atravesada por preocupaciones en torno a los derechos de las mujeres y de las diversidades sexuales. Esto interesa particularmente porque muestra cómo la esencia de la dimensión política de La Tribu tiene perdurabilidad, pero en algunos aspectos se va afinando, adaptando y fortaleciendo. Los rudimentos y la exploración sobre las causas y reivindicaciones de feminismos y las disidencias, están presentes en 2001-2009, pero aún como causas, y no como marco conceptual orientador de toda la práctica política, cosa que puede pensarse para el período siguiente al del presente análisis, donde ya La Tribu se define como feminista. Interesa en este sentido, tener en cuenta este punto para observar si esos rudimentos o en todo caso las tensiones sobre este punto aparecen expresados de algún modo en la artística institucional.

3.3.6. Análisis de marcos

La gran fundamentación, razón de ser del proyecto tiene que ver centralmente con discutir las condiciones de vida y crear las condiciones de existencia de manera autónoma, colectiva y socialmente justa e igualitaria.

(Montells, entrevista 4)

Los marcos conceptuales que orientan y construyen la dimensión política de La Tribu pueden resumirse del siguiente modo: la organización ha diagnosticado que las principales injusticias y la imposibilidad de realizar una vida digna provienen del capitalismo (desigualdad, pobreza, concentración de la riqueza, hambre), tanto de la violencia de las dictaduras como de la ineficiencia y las injusticias de las democracias capitalistas. Para transformar esta situación ofrece un marco de pronóstico con ideas de izquierda capaces de movilizar una revolución, de remecer lo establecido y normalizado para modificar los aspectos más excluyentes del capitalismo y producir una democracia fuerte, participativa, anticapitalista. Dentro de estas soluciones, implementa y propone la autonomía y la autogestión en un proyecto colectivo de cultura y comunicación alternativa y comunitaria, donde conocimiento, tecnología y arte son herramienta parte de la solución, la comunidad el agente de cambio y donde el marco de motivación es disputar sentido para construir un futuro de libertad y felicidad hacia el cual se camine guiado por la utopía.

Marco conceptual de La Tribu	Enfoque
Felicidad	La felicidad es un norte que debe perseguirse con la transformación social y un elemento que debe estar presente en las prácticas cotidianas.
Conocimiento	El conocimiento es una herramienta para la transformación. El enfoque es sobre un conocimiento que reivindique los saberes sociales y que sea de libre circulación para no resultar excluyente.
Democracia	La democracia es un marco desde el cual se da todo el desarrollo de las posibilidades de transformación, pero la democracia que quiere La Tribu es participativa y que sirva para satisfacer necesidades. Por eso se mantiene una posición crítica y vigiladora sobre la democracia capitalista que perpetúa las desigualdades.
Autonomía/autogestión	La autonomía es un marco de acción que La Tribu intenta para su organización política y ofrece como posibilidad de gestión independiente. La autonomía política tiene su correlato en la autogestión económica: la posibilidad de desarrollar proyectos transformadores de forma libre e independiente como una alternativa de construcción política emancipadora y transformadora.
Libertad	La libertad es un valor que funciona como horizonte y que se busca a partir de la gestión autónoma. La transformación social que busca La Tribu implica ir hacia la búsqueda de la libertad.
Izquierda	La izquierda es el marco político general en el que se ubica la organización -y no de manera acrítica- para llevar adelante su proyecto de alternativa al capitalismo como sistema. Las ideas de izquierda que suponen fortalecimiento de derechos, reducción de injusticias y desigualdades, orientan su práctica.
Arte	El arte es herramienta de transformación y es elemento de disfrute. La Tribu otorga un lugar importante al arte como expresión y al arte independiente como aliado de la transformación.

Marco conceptual de La Tribu	Enfoque
Tecnología	La tecnología es herramienta de transformación. El enfoque que ofrece La Tribu sobre la tecnología es una mirada diferente a la del mercado, donde la tecnología es libre, es apropiada por la comunidad, contribuye con la construcción de autonomía y libertad y en su concepto lleva impreso el tipo de sociedad que se busca.
Comunidad/colectivo	El agente del cambio es el colectivo, contra la concepción individualista y meritocrática que ofrecen el capitalismo y el mercado. La Tribu es parte de la comunidad y es esa comunidad la que logrará transformar el mundo.
Revolución	El marco de revolución orienta las ideas de izquierda aplicadas al contexto y en relación con una mirada utópica que permita seguir caminando. La revolución es marco metáfora de la necesidad de cambio y de su factibilidad.
Comunicación (alternativa)	La comunicación que entiende La Tribu es aquella que se da dialógicamente, aquella que se constituye en derecho y no en mercancía. Por eso se trata de una concepción alternativa de la comunicación respecto del mercado y de las industrias infocomunicacionales. La comunicación que entiende La Tribu y que orienta su práctica cotidiana es colectiva, de comunidad, es un derecho y se construye en red.
Cultura	La cultura es un marco amplio que va unido al de comunicación. La cultura que propone La Tribu reivindica las formas de vivir ciudadanas, refuerza su valor simbólico y social por sobre el mercantil.
Utopía	La utopía es un marco metáfora que propone el camino que emprende la organización. Se relaciona con la revolución, se orienta hacia la libertad y la felicidad y lleva inscripta la idea de futuro y proyecto. Es la faz poética de un objetivo político.
Anticapitalismo	El capitalismo es construido como la fuente de las desigualdades y los sufrimientos. Por ende, el anticapitalismo es el marco que orienta, hilvana y cose todos los marcos de acción y pensamiento de La Tribu, que

Marco conceptual de La Tribu	Enfoque
	desde la izquierda intenta ofrecer alternativas autónomas y autogestivas para modificar en colectivo los aspectos más injustos del sistema político y económico para construir mejores condiciones de vida para las mayorías, tanto dentro del sistema imperante como proyectando una transformación mayor.

Tabla 3: Marcos conceptuales de La Tribu. Fuente: elaboración propia

Respecto de las causas concretas de interés, si bien se relevan muchas y variadas en la bibliografía, en el corpus documental y en las entrevistas, cuando se trazan coincidencias, reagrupamientos de términos y repeticiones se puede establecer que algunas de ellas son más mencionadas. Este criterio alcanza para entender que hay mayor acuerdo sobre que son esas las causas prioritarias, sobre todo hasta el período del corpus sonoro elegido. En este caso, las siguientes:

Principales causas/temas	Enfoque
Derechos Humanos	La Tribu menciona habitualmente la lucha por los Derechos Humanos en sentido amplio como una de sus causas concretas más habituales.
Dictadura	El tema de la dictadura está muy presente desde el enfoque de la lucha contra los delitos de lesa humanidad, por los juicios a los genocidas, por la memoria de los crímenes cometidos, reparación y no repetición.
Neoliberalismo	Otro de los temas muy presentes en la agenda concreta que declara la organización. El neoliberalismo es visto como la faz concreta del capitalismo, del que emanan todas las desigualdades. La democracia que critica La Tribu es la democracia neoliberal que prolonga los aspectos desiguales originados en la dictadura.
Género	Si bien La Tribu no se declara como feminista sino hasta después del período elegido en esta investigación, los diferentes subtemas relacionados ya aparecen fuertemente en la agenda de causas que se apoyan: derechos de las mujeres, derechos LGTBIQ+, diversidad sexual, etc.
Cultura y software libres	Si cultura, tecnología y libertad son marcos conceptuales, se expresan entre otras cosas en la pelea concreta por la cultura libre (y desde allí, el software libre). Temas que están en la agenda de La Tribu fuertemente en el período que inicia en 2001.
Ecología	Las causas ambientales también son mencionadas. Defensa del medio ambiente, preocupaciones por contaminación, calentamiento global.
Derechos de comunicación	La comunicación atraviesa toda la práctica de La Tribu. No solo es marco conceptual, sino que también sus diferentes subtemas se convierten en causas de intervención de la organización: el derecho a la comunicación, la lucha por una Ley de Radiodifusión de la democracia, la legalización de los medios comunitarios, la libertad de expresión, la lucha contra la concentración de medios.

Principales causas/temas	Enfoque
Derechos laborales	También está en la agenda de La Tribu la defensa de los derechos laborales y gremiales, el tema de la desocupación y el trabajo, la lucha contra la explotación.
Soberanía alimentaria	Se relaciona con una posibilidad efectiva de que no haya hambre y que la producción alimentaria sea sustentable y sana.
Legalización del aborto	La interrupción voluntaria del embarazo es una causa primordial de La Tribu, más allá de la agenda de géneros y de la conciencia o no sobre el feminismo como aspecto definitorio.
Derechos indígenas	El acompañamiento a los pueblos originarios en sus reivindicaciones sobre sus derechos, lengua, territorio.
Violencia institucional	Denunciada por La Tribu desde los noventa con los edictos policiales, el tema de la violencia institucional, la represión policial y el gatillo fácil siempre ha estado presente.
Economía social y solidaria	No solo desde 2001, pero con más fuerza a partir de allí, La Tribu ha apoyado distintas expresiones autónomas de economía como las fábricas recuperadas, las cooperativas, las huertas orgánicas, las ferias de producciones independientes, en búsqueda de una economía alternativa.
Pobreza	La lucha contra la pobreza y el hambre es una clave de las causas que orientan a La Tribu.
Derechos de jóvenes	La juventud es un actor que interesa particularmente a La Tribu, que se ha dedicado a brindar canales de expresión y atender sus preocupaciones.
Producción cultural	La producción de cultura en general, y expresiones artísticas en particular, son preocupación de La Tribu, sobre todo para dar espacio a expresiones marginadas por el mercado.

Tabla 4: Causas de intervención de La Tribu. Fuente: elaboración propia

Esta lista de causas, junto con la de marcos conceptuales, servirán a la hora de analizar el corpus sonoro para establecer si en la artística institucional La Tribu expresa lo que cree prioritario en su dimensión política.

3.3.7. El rol de La Tribu

La Tribu se plantea como un aporte para la transformación del mundo y de las formas de vivir en él (los aspectos diagnosticados como negativos) desde la mirada de ser parte del subsector de la radio comunitaria y alternativa:

¿Para qué hacemos La Tribu? Para cambiar el mundo, puede uno decir. Para cambiar mi vida, puede otro decir. En ese cruce se encuentra un germen que ha hecho de los medios de comunicación alternativos, comunitarios, un espacio de participación activa para una gran cantidad de personas en todo el mundo. (Colectivo La Tribu, 2009a, p. 41)

El rol que La Tribu identifica para sí misma en esta construcción de una alternativa superadora para la vida digna, está en el plano de la disputa de sentido: proponer miradas alternativas, enfrentarse a los discursos dominantes, difundir causas identificadas como necesarias, articular con otros y otras, sabiéndose parte del escenario infocomunicacional con el que discute, sobre el que denuncia sus aspectos normalizadores, de instalación de sentidos comunes funcionales al poder económico y político. Y la principal herramienta para contribuir con esa transformación es la comunicación, sobre todo la radiofónica: “La Tribu debería ser productora de cosas nuevas y articuladora de otros que hacen cosas nuevas, en la ciudad y fuera de ella. La instalación de La Tribu como medio de transformación del mundo con un fuerte sentido político” (DTN23/04, pp. 1-2).

La estrategia que el propio colectivo identifica para lograr esto, sobre todo en el período del corpus sonoro a analizar, es la provocación de la reflexión, el remecer lo establecido: “El gran propósito político, además de intentar discutir y cambiar ese mundo que ha sido normalizado de un modo, siempre ha sido intervenir, desacomodar, desnormalizar, desacostumbrar, pero sobre todo para animarnos a protagonizar la vida que deseamos en términos colectivos” (Montells, entrevista 4).

Entonces, La Tribu ante la identificación de problemas y cómo intervenir en ellos, elige “La denuncia (...) y dotar, por medio de la construcción, a las luchas contra ese sistema de la posibilidad de comunicarse” (Colectivo La Tribu, 2002, p. 107). Es decir, construir un discurso alternativo y contestatario y a la vez abrir los micrófonos a voces sociales. De ahí que se constata el rol de la emisora como comunitaria (construcción de agenda propia) y como alternativa (crítica y confrontación a la agenda hegemónica), y la importancia del marco conceptual comunidad/colectivo.

Para la construcción del discurso propio se plantea pensar desde lo poético, desde los formatos, para incidir en esos temas de una manera creativa y original:

La Tribu tiene un enorme tópico poético desde siempre, porque logró hacer que toda esa agenda de temas, de las militancias y las organizaciones, impregnaran. Logró encontrar una estética, una manera de narrar, un atractivo para gente que por ahí no está enterada para convocar a esas cosas sin el lenguaje semiótico militante aburrido. Logró hacer de esa agenda de temas algo que se podía contar de manera poética y artística. (Skliar, entrevista 3)

También, para transformar lo que cree injusto, La Tribu incorpora a los actores damnificados o participantes con su propia voz al colectivo:

No representemos a HIJOS, no solo le demos una entrevista; que HIJOS tome la herramienta comunicacional en sus manos y tome a La Tribu como plataforma desde la cual haga su programa. O una asamblea ambiental. O un músico. (Skliar, entrevista 3)

Se indagará entonces si en la artística institucional aparecen estos temas y enfoques como formas de llamar a la acción y a la reflexión.

3.3.8. La organización y lo prefigurativo

Como se revisaba con Ouviaña (2013), las organizaciones sociales muchas veces tienen en sus prácticas cotidianas el germen de las transformaciones sociales que se plantean como anhelo. Allí aparecen ciertas formas de hacer que pueden formar parte de lo que algunos autores señalan como

la dimensión organizacional (Lamas y Tordini, 2007; ALER y AMARC-ALC, 2008; Villamayor y Marino, 2011) o incluso lo que puede ser denominado como una nueva dimensión, la afectiva:

Apareció una nueva dimensión de la gestión de los proyectos: la afectiva. Cómo estamos los que la llevamos. El riesgo es que estés demasiado tiempo mirando el ombligo. No digo que no sea importante; digo que no te puede tapar el bosque de tu dimensión política. Tampoco puede haber una dimensión política que sea recontra copada y potente y que toda la gente que sostiene eso esté hecha mierda. (Skliar, entrevista 3)

En el caso de esta investigación, un aspecto de lo organizacional que tiene que ver con el orden y las tareas internas administrativas, queda subsumido en la dimensión económico-administrativa. Pero hay un aspecto de lo organizacional que es el de las formas internas de organizarse, las relaciones personales, los mecanismos de toma de decisiones, y las metodologías de trabajo, que por este concepto de política prefigurativa aquí es tomado como parte de la dimensión política de un proyecto, porque en las formas con las que los individuos habitan el proyecto y construyen el colectivo que lo impulsa, están impresas ciertas características de lo que se necesita y lo que se espera del mundo a construir. Y eso está íntimamente relacionado, como ya se mencionaba, con conceptos huidizos o poco académicos como el amor, el afecto, la intuición, la alegría, el bienestar, la improvisación, la creatividad, que deben ser considerados para entender la cotidianidad y la política en un medio comunitario.

El hecho de que La Tribu sea un espacio de contención -emocional, afectiva, política- para personas que no se ven interpeladas por las propuestas que ofrece el mercado es importante en razón de que a partir de esa contención se hace posible la construcción de alternativas concretas que se opongan a aquellos aspectos expulsivos del sistema capitalista (en concreto, el sistema de medios de mercado): “La Tribu fue un refugio frente a esta manera neoliberal de vivir, desde el modelo económico hasta un modo de vivir consumista, de un feroz individualismo” (Tordini en Colectivo La Tribu, 2007, p. 29).

En este sentido, para Diego Skliar (entrevista 3), un rasgo importante de la dimensión política de La Tribu tiene que ver con el *laboratorio de formas de existencia*; es decir, la práctica de formas de ser, vincularse y funcionar que vienen aparejadas con visiones de mundo profundamente políticas, y que podrían entenderse como aquello que La Tribu practica para su organización interna

porque lo cree importante, necesario y posible para proyectar hacia el mundo tal y como pretende construir:

Es el proceso más invisible para el afuera, es parte de una especie de dimensión política interior de quienes integran la organización en las distintas épocas: todos los que pasamos por La Tribu con mucho compromiso, pusimos algo más que una herramienta de trabajo o un saber comunicacional. Los que le metimos horas duras y mucho de nuestra vida, y postergamos otras cosas por sostener el proyecto La Tribu, lo que metimos ahí fue un laboratorio de formas de vida distinta en una ciudad que te lleva cada vez más a caminar por el profesionalismo, la formación personal, el individualismo. (Skliar, entrevista 3)

Coincide Alejandro Demasi: “A La Tribu siempre le llamó la atención y propuso comunicar formas alternativas de vivir donde vivimos, independientemente de lo que sea: desde las de pueblos originarios hasta una huerta urbana en la Ciudad de Buenos Aires, cómo podemos organizarnos de otra manera” (Demasi, entrevista 5). En sintonía con esa idea, Gastón Montells menciona el objetivo de “construir una existencia colectiva que además de tener autodeterminación, autonomía, libertad, pudiese construir un modelo de gestión incluso para nuestras propias vidas singulares” (Montells, entrevista 4). Ernesto Lamas, por su parte, destaca la construcción de “otros vínculos entre nosotros, otra manera de tomar las decisiones” (Lamas, entrevista 2).

La Tribu pasó a ser un refugio, y de hecho una de las artísticas decía eso: el último refugio del tercer mundo. Y no estoy seguro porque hace mucho que no estoy en La Tribu, pero creo que lo sigue siendo. Es como un espacio que puede tener sus cosas buenas y sus cosas malas, porque a veces se transforma en algo endogámico, metido para adentro, de cuidarse entre nosotros, de buscar cierta perfección desde la pureza ideológica, cuidarse del afuera que es hostil, pero a la vez eso te puede volver algo marginal. (Lamas, entrevista 2)

Esa dimensión nunca fue menospreciada. De hecho, desde muy temprano la emisora “se convirtió en un lugar para hacer alguna cosa, para charlar, construir algo, discutir, enamorarse, para vivir” (Valls, entrevista 8). Y nunca le tuvieron miedo a que lo afectivo tuviera lugar también como tema: el slogan de los afiches por los 20 años de la radio, por ejemplo, fue “La Tribu. 20 años de amor”.

También fue un refugio para quienes necesitábamos un lugar de contención para nuestras propias ideas políticas, inquietudes, algunas ni siquiera tan claras. Un espacio de formación, un espacio de amistad, de compañerismo, también un lugar donde a muchos se nos jugó mucha afectividad, como los proyectos grosos que a veces nos toca vivir en la vida, que los vivís con la cabeza, con el cuerpo y con los afectos. (Kejval, entrevista 7)

Otros entrevistados dejan entrever que mucho de lo que aprendieron, tanto en lo profesional como en las formas de vincularse y lo personal en la emisora, lo mantuvieron luego de pertenecer al proyecto: “Laburábamos como unos enfermos todo el día todos. Y eso medio después marcó un ritmo, un ritmo que nunca perdí en mi vida en otras cosas que hice” (Valls, entrevista 8).

En 2002, ante la necesidad emanada de la crisis política y social, La Tribu conformó una red de corresponsales populares. En aquella convocatoria se condensan varios de los conceptos antes relevados y de la intención prefigurativa de su práctica:

La diferencia entre emisores y receptores no es propia de los medios de comunicación. Es sostenida por medio de medidas económicas y administrativas. La Tribu es una radio y el espacio de un intercambio que no petrifica las relaciones. Que va más allá de las mediaciones tecnológicas. Que no hace del lugar de la emisión la guarida del poder. No queremos oyentes. No queremos un sólo lenguaje ni un único código. No queremos hacer de la comunicación una mercancía. No queremos sonidos artificiales. No queremos seguridades acústicas.

Queremos interlocutores. Queremos prácticas comunicacionales que son siempre prácticas políticas. Queremos testimonios y transformaciones. Queremos construir autonomía colectiva en la manera de leer y contar la realidad. No somos micrófonos de un lado y parlantes del otro. Ni una manera de hablar. Ni una manera diferente de construir un espacio comunicacional y cultural. Somos las mujeres y los hombres que hacemos de nuestra fuerza colectiva uno de los tantos espacios de construcción, en el presente, de las relaciones que deseamos y del diseño de un futuro colectivo que pueda pensarse más allá de la reproducción planificada de la injusticia. (Colectivo La Tribu, 2002, p. 111)

En ese texto aparece un distanciamiento explícito de la forma de funcionamiento de los medios de comunicación tradicionales, la superación de las mediaciones tecnológicas, la crítica a la concepción mercantil de la comunicación, a la concepción de emisores y receptores. También una nueva forma de construcción de izquierda, distanciada de las formas tradicionales. Aparece la transformación, la autonomía, lo colectivo. Y la intención de construir un futuro desde la construcción de otro tipo de relaciones.

Los entornos general y específico en los que La Tribu se inserta en la etapa 2001-2009 están signados por la crisis política, económica y social que da apertura al período, un progresivo acomodamiento y recuperación, hasta el hito que significa la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Un período de ambigüedades, marchas y contramarchas, en el que el sector de la radio comunitaria en el país gana protagonismo aunque no garantiza estructuralmente las condiciones ideales para subsistir con tranquilidad.

Además de los hitos que configuran el comienzo y el final del período elegido, figuran dos períodos de elecciones (2003 y 2007), la crisis cultural con el incendio del local Cromañón (2004), las discusiones en torno al ALCA (2005), el conflicto del gobierno con el campo (2008).

En ese contexto, la dimensión política de La Tribu, si bien evoluciona con el correr de los años, y está atenta a las transformaciones de la realidad, esencialmente sostiene algunos postulados básicos desde su origen, aquellos que le dan movimiento y guían el quehacer de la emisora y cómo se piensa a sí misma y en relación a la actualidad y a una visión transformadora de largo plazo. La Tribu políticamente es una emisora comunitaria y alternativa, devenida en organización con múltiples tipos de intervención en el terreno de la cultura y la comunicación. En el cruce entre los documentos internos, las publicaciones y las entrevistas realizadas, se coincide en que La Tribu es una radio y organización de comunicación y cultura con una mirada anticapitalista, de izquierda, y que tiene como valores y horizontes la búsqueda de la autonomía y la autogestión. Por otra parte, aboga por la construcción de una democracia participativa, con protagonismo de la comunidad y lo colectivo, donde el conocimiento, el arte y la tecnología son herramientas para transformar la sociedad de manera que la felicidad y la libertad sean parte de un horizonte posible que se orienta por las ideas de revolución y utopía. Para ello se constituye en un laboratorio de formas de existencia, esto es que en su disposición organizativa y en los vínculos que intenta construir hacia adentro y hacia afuera, está impreso el germen de un camino de largo plazo hacia la construcción de

una sociedad más justa donde se reivindicquen algunas causas políticas, sociales y culturales históricamente desplazadas.

Entre sus temas y causas principales de intervención concreta mediante los cuales materializan sus ideales están el fortalecimiento de los Derechos Humanos, la lucha contra la impunidad de la dictadura, la lucha contra el neoliberalismo, las causas de género y diversidades (nombrados muchas veces aún no como feminismo sino como derechos de las mujeres), cultura libre, medio ambiente, derecho a la comunicación, incluyendo la lucha por una Ley de Radiodifusión, derechos laborales, soberanía alimentaria, legalización del aborto, derechos de pueblos originarios, resistencia a la violencia institucional, la construcción de una economía social y solidaria, lucha contra la pobreza, los derechos de los jóvenes y la producción cultural, entre otros.

La Tribu es una organización colectiva que critica la mercantilización de la comunicación porque la entiende como un derecho, y construye una agenda propia en relación con diferentes expresiones sociales y comunitarias, a la vez que denuncia los aspectos más desiguales de la sociedad, expresados en la economía capitalista, un sistema político hegemónico y represivo, y un mercado de medios de comunicación concentrado y normalizador.

En los capítulos siguientes se observará el corpus de artísticas institucionales para identificar en ellas temas políticos, económicos, mediáticos, o referencias de actualidad. También se indagará en las formas de producción de la artística institucional a fines de determinar si existe una metodología sostenida en el tiempo, y cómo es. Luego, se analizará si esas formas de producción más los textos y temas presentes en la artística institucional permiten leer la coyuntura y un posicionamiento institucional de La Tribu respecto de ella, por un lado, como así también si en esa artística institucional se evidencia la dimensión política ya descripta, es decir, si lo que piensa la organización a través de sus marcos conceptuales, lo expresa en este tipo de producción sonora y de qué modo.

Capítulo 4. La artística institucional en La Tribu

*Alternativa. De izquierda. Joven. Urbana. Caliente. Profesional. Humana. Abierta.
Esta es la lista de conceptos. ¿Cómo se convierten en un lenguaje sonoro,
gráfico, audiovisual, gestual? Este es el problema.
Porque La Tribu usa el lenguaje pero quiere crear uno nuevo.*

Ximena Tordini en Colectivo La Tribu, 2000, p. 233

Aquí se hace un abordaje descriptivo de los principales rasgos de la artística institucional de La Tribu, sobre todo en cuanto a sus textos y a las referencias que incluye, y se reconstruyen y sistematizan sus métodos de producción para el período estudiado. El objetivo de este capítulo es conocer las piezas en cuestión a la vez que la forma de organización y producción que las hizo posibles, a fin de analizar en el próximo capítulo las correspondencias o no entre la artística institucional y la dimensión política de la emisora.

Para ello, y en la perspectiva de una investigación sobre el funcionamiento de una radio del subsector comunitario, se retoma el tema desde las dimensiones de la gestión y sostenibilidad de la radio comunitaria, para describir puntualmente la dimensión comunicacional, dentro de la que la artística institucional es uno de sus aspectos posibles, acaso aquel en el que la voz colectiva de una radio de este tipo está más presente.

Luego, se describe la historia de la artística institucional de La Tribu previa al período elegido en esta investigación, para luego sí hacer un trabajo descriptivo y analítico sobre el corpus sonoro 2001-2009 organizándolo en sagas generales y sagas que responden a algún acontecimiento anclado temporalmente. Luego de ese abordaje, que incluye ejemplos, se hace una primera clasificación de las piezas en informativas, declarativas y de opinión como una forma de seguir conociendo el corpus sonoro, lo cual será útil para el análisis. Asimismo, se identifican en las piezas sonoras referencias a diferentes temas. Aún no se diferencia aquí entre temas generales plausibles de ser ubicados en los marcos conceptuales y causas concretas entendidas como luchas o reivindicaciones puntuales. Este es un primer grado de abordaje al contenido de las piezas sonoras, de un modo descriptivo, y no puesto en relación aún con la dimensión política.

También se identifican en el corpus sonoro referencias al contexto de intervención de la emisora (noticias, hechos o personajes propios de la época y el lugar); es decir, se busca aquí

enumerar referencias de los entornos con los que las piezas sonoras dialogan. Esto será útil para en el capítulo siguiente poder establecer si existen correspondencias entre la dimensión política declarada por La Tribu y aquellos temas, acontecimientos, causas que la misma emisora elige tratar en su artística institucional.

Por último, se indaga en este capítulo sobre los métodos de trabajo para la creación de la artística institucional en el período, de modo de establecer si existe una metodología y de qué tipo es, lo que será útil más adelante para establecer si en la forma de creación hay inscriptas formas y dinámicas que se correspondan con la dimensión política de La Tribu explorada en el capítulo anterior, desde el punto de vista de la política prefigurativa (Ouviña, 2013).

4.1. Dimensión comunicacional de la gestión de la radio comunitaria

Aquí se define a la dimensión comunicacional de la gestión de un medio comunitario o alternativo como todos los aspectos que se vinculan con la puesta al aire, la emisión misma, la concepción y producción de contenidos destinados a ser emitidos por las antenas o redes, pero también todo lo otro que comunica: la marca, el logo, los afiches, la producción de otros productos como libros, revistas, discos. Incluso la realización de actividades públicas como recitales, festivales, eventos culturales; en definitiva, contenido puesto a vincular a la organización con sus audiencias en los que van -a priori- las visiones de mundo, los principios y las opiniones del colectivo sobre la actualidad y la realidad, aquellos que sustentan al proyecto. Por eso oportunamente se señalaba a la dimensión comunicacional como “el cómo” de los proyectos de radio comunitaria (Godinez Galay, 2019, p. 6).

Si bien la dimensión comunicacional incluye diversos aspectos y tipos de contenido, en una radio preponderan los contenidos radiofónicos. En Binder, Fisher y Godinez Galay (2017) esta dimensión es definida como "el aspecto comunicacional puro y duro (...): el tipo de programación, qué tipo de música transmitir, el tratamiento noticioso, la participación de la comunidad, la identidad sonora de la emisora, etc." (p. 27).

El Colectivo La Tribu y el Colectivo FM Alas (2007) definen la dimensión comunicacional como “la radio propiamente dicha” (p. 11), y allí incluyen “qué voces, lenguas, músicas rotan; qué sonido tiene, qué agenda; qué audiencia” (p. 11). Villamayor y Lamas (1998) definen esta

dimensión como “perfil de la radio y su programación, inserción en el marco de los medios locales, nacionales o regionales, estéticas y construcción de contenidos, proyección cultural y política con las audiencias, conformación de audiencias y perfil comunicacional” (p. 20). Más adelante la definen como “la relación comunicativa entre la programación y el público” (p. 59). Y al describirla de forma más pormenorizada, agregan:

Los objetivos comunicacionales de la radio son las orientaciones elegidas para expresar cómo deseamos comunicarnos con la comunidad. Son las formas comunicativas y los contenidos que un equipo de radialistas decide para construir su relación con la audiencia. Estas formas se ponen de manifiesto fundamentalmente a través de la programación y deben ser coherentes con el proyecto político-cultural. (Villamayor y Lamas, 1998, p. 62)

Para Villamayor y Marino (2011) esta dimensión incluye “(p)úblicos o metas de lectura, escucha y usos culturales audiovisuales. Esa relación conversacional generada a partir de géneros y formatos, producción de contenidos y tematización de la problemática social, cultural, política y económica” (p. 18).

Para Lamas y Tordini (2007), además de los contenidos, esta dimensión incluye a la comunicación interna, es decir, la forma en que la comunicación es utilizada como herramienta de gestión y de relacionamiento dentro de la organización. Esta inclusión de la comunicación interna como parte de la dimensión comunicacional confirma que el componente organizacional es transversal a todas las dimensiones, más allá de que -como se revisaba- algunos autores lo toman como una dimensión en sí misma (ALER y AMARC-ALC, 2008; Jaimes et al, 2014; Lamas y Tordini, 2007; Ramos, 2013; Villamayor y Lamas, 1998; Villamayor y Marino, 2011).

En la presente investigación, lo comunicacional es tomado como un conjunto que se compone de diferentes elementos. Por un lado, la programación radiofónica, lo que suena al aire. Asimismo, esta programación se compone de programas propios, independientes y en algunos casos mixtos. Además de programas, existen las tandas comerciales y diferentes formatos que forman parte de los programas o de esas tandas: informes, documentales, radioteatros, campañas, publicidades y la artística institucional.

Además de lo estrictamente radiofónico, la dimensión comunicacional se completa con productos físicos de publicación eventual como discos, revistas y libros, productos digitales de

publicación eventual como discos o libros digitales, productos digitales de publicación periódica como newsletters. También acontecimientos como eventos culturales, fiestas, festivales, recitales. Y la gráfica e imagen de la emisora, expresada en logo, isologo, afiches institucionales o de programación, publicidad en la vía pública, etc. Y todo lo que se expresa como parte del territorio digital institucional (página web, redes sociales, plataformas de podcast), entre otros.

4.2. Antecedentes del corpus sonoro: la artística institucional de La Tribu 1989-2000

El corpus sonoro, como fue mencionado, supone un período que se abre y se cierra con dos episodios significativos para la coyuntura política argentina, y significativos también para el desarrollo de las industrias infocomunicacionales en las que tanto La Tribu como otras radios comunitarias se inscriben a la vez que discuten algunos de sus postulados dominantes: la crisis de 2001 y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009.

Pero antes de ese período elegido, La Tribu ya tenía otra década de desarrollo, en la que el proyecto político-comunicacional fue delineándose sobre la marcha, modificándose, afianzándose. En esa primera época, que constituye un importante antecedente para el período elegido, ya el equipo de la emisora consideraba a la artística institucional como un espacio fundamental en su capacidad y posibilidad de decir colectivamente: “(...) spots que además de recordarle al oyente el nombre y la frecuencia que está sintonizando, le dicen cómo piensa la radio” (Colectivo La Tribu, 1995, p. 19). Por esto es que hay razones para entender que la artística institucional es un espacio de condensación y expresión de las ideas del colectivo, de una forma de ser, y también de construcción de una imagen hacia afuera. En documentos internos de 1992 aparece la artística señalada como importante para construir el perfil general de la emisora, el cual es establecido como “político/barrial/juvenil/experimental/cultural” (DTN01/92, p. 1). Además, la artística contribuye a la consolidación de una identidad hacia adentro: “La artística debiera condensar el ‘espíritu’ que nos anima a trabajar en La Tribu, por qué estamos acá y no en otro lado y por qué el oyente debe estar acá y no en otra parte” (DTN03/93, p. 1).

También estaba presente y consciente la noción de que la artística institucional es un lugar donde sentar posición sobre el contexto. Así se deduce de documentos internos de 1995, donde la organización se plantea cómo hacer la cobertura de las elecciones nacionales del 14 de mayo. Luego

de hacer un diagnóstico del contexto político y el tipo de campaña electoral, se plantea qué puede hacer la radio, y allí aparece la artística: “Plantar una línea de comentario editorial (tanto desde el comentario-género como desde la artística, para respetar en cierta forma lo que venimos haciendo en el último año)” (DTN06/95, p. 2).

Ahora bien, para describir el período anterior al corpus sonoro, en lo que artística institucional refiere, el propio colectivo reflexiona y describe sobre ello con la firma de uno de sus fundadores, Hugo Lewin (Colectivo La Tribu, 2000, pp. 218-219), que además junto a Damián Valls, son quienes más se encargaron de la creación de estas piezas durante la primera etapa (Valls, entrevista 8).

Lewin, entonces, reconoce cuatro etapas en la historia de la artística institucional de La Tribu entre 1989 y 2000. La primera, donde la artística “representaba un modelo ideológico-sonoro a seguir” (Colectivo La Tribu, 2000, p. 218), que servía para dar una idea de lo que era la radio, sobre todo ante interesados en sumarse con sus programas en la emisora: lo que la radio era y quería ser podía inferirse en el aire, y eso debía alcanzar para ubicar a grandes rasgos a los interesados en sumarse sobre qué tipo de radio, estéticas, músicas, temas y enfoques allí iban a encajar. Esa artística estaba constituida por fragmentos de temas musicales con algún texto corto encima:

El texto -fiel a nuestra tradición de cultura escrita- era la “bajada de línea editorial”. Ahí las cosas eran más claras. Nadie dudaba qué era una “radio no colonizada” o lo que significaba estar en “el último refugio del tercer mundo”.
(Lewin en Colectivo La Tribu, 2000, p. 218)

Es importante esta primera aproximación por cuanto desde el comienzo se reconoce y explicita que la artística institucional puede ser un espacio de declaración de principios de la emisora a nivel público, que es lo que se quiere indagar con la presente investigación en torno a casos concretos y su relación con la dimensión política de la emisora y la coyuntura externa de actualidad. Ya en documentos internos de 1993 aparece entre las funciones de la artística la de opinar y dar la visión de mundo: “Nos planteamos mejorar los relatos, editorializar a través de la artística, dar presencia a la radio como institución entre programa y programa” (DTN03/93, p. 1). Pero reconocían que aún faltaba trabajo en una materia que sin embargo veían como necesaria: “La artística todavía no logró editorializar el momento político, social, económico o cultural” (DTN03/93, p. 2).

En una segunda etapa, contenido y forma parecen ir cada vez más de la mano. Si al comienzo lo importante era la “bajada de línea”, lo textual, ahora la búsqueda, también política, comienza a darle importancia a lo estético:

Pero además de darnos placer desde el ritmo y la melodía, lo que comunicaba ese sonido, mezcla de guitarras, tambores y bajos a alto volumen era expresable en conceptos, es decir, racionalmente. Las piezas de artística no solo sonaban fuertes, sino que decían cosas sobre La Tribu: fuerza, tierra, continente, juventud, rebeldía, por ejemplo. (Lewin en Colectivo La Tribu, 2000, p, 218)

En la tercera etapa se reconoce el carácter diverso y variopinto de una programación de tipo mosaico, que aunque se compone de programas que han llegado a la radio por cierta afinidad (producciones independientes), además de los programas institucionales de tira (producción propia), requerían de “costuras”: “la artística tiene que reforzar y sintetizar lo denotado y connotado en el aire, colaborando así en la costura de la programación” (Lewin en Colectivo La Tribu, 2000, p. 218). Es decir que de cara a la coherencia interna y a la aglutinación de la programación, la artística institucional ya no es solo el punto de referencia para sumarse al proyecto, sino que tiene funciones de tejido de identidad junto a la programación misma: “la artística era, a partir de entonces, el sonido general de la radio, y estaba constituido por el diálogo entre la música, determinado uso de la voz y las palabras y el significado literal de lo que se decía” (Lewin en Colectivo La Tribu, 2000, p. 219). A la vez que se reconoce el valor hilvanador de la artística institucional, se comprende que no solo de hilos puede hacerse esa identidad, y que debe ser un elemento más de una programación coherente y trabajada integralmente.

La cuarta y última etapa de esta década en palabras de Hugo Lewin (Colectivo La Tribu, 2000, p. 219) es la de la crisis, que se abre hacia el próximo decenio, el del presente análisis.

Más allá de esta clasificación en cuatro etapas, también el Colectivo La Tribu (2000, p. 111) releva estos primeros once años de artística institucional, a partir de recuperar su historial de eslóganes, que dan estructura e hilo a cada época. Esta historia se compone de las siguientes expresiones

1. La Tribu, en el aire con los pies en la tierra
2. La Tribu, una radio no colonizada

3. La Tribu, el último refugio del tercer mundo
4. La Tribu, la reserva moral de occidente
5. Si usted cree que las utopías no existen, esta radio no existe
6. La Tribu, en el medio de la gente
7. 500 años después de la llegada de Colón, los indios te van a conquistar
8. La Tribu, radio fucking
9. La Tribu, un atentado cultural en los noventa
10. Apagá La Tribu y hacé tu radio

Todos estos eslóganes, salvo el último, fueron realizados antes de 1995. En la publicación *La Tribu, un atentado cultural en los '90* (Colectivo La Tribu, 1995) ya se los menciona. Allí, además, figura otro que no es señalado en el texto del año 2000: “La Tribu, crea hábito” (Colectivo La Tribu, 1995, p. 20). Esto permite inferir que hubo gran efervescencia en los primeros años, una búsqueda constante de identidad, y cierto estancamiento o sedimentación de lo que se quería mostrar entre 1995 y 2000. Como se verá, a partir del período elegido se desarrolla una década donde se emplean diversos eslóganes, que se usan en paralelo, se suman, y como el corpus sonoro lo permite evidenciar, se da una prolífica producción de piezas, lo que habla de la importancia otorgada por el colectivo a este tipo de producción radiofónica.

En documentos internos de 1997 se discute sobre el rol de la artística y se evidencia que se le adjudica importancia no solo como identificatoria de la marca sino como espacio de despliegue de la dimensión política: “La artística de una radio tiene como objeto AFIRMAR su línea editorial y estética. Funciona como refuerzo semántico” (DTN11/97, p. 1); “La artística negocia permanentemente con el oyente: es sugerencia de línea, condensación, no bajada. El sentido cierra en la cabeza del oyente” (DTN11/97, p. 1).

Como se puede ver, todas expresiones de un perfil político que emana de los objetivos de la radio, de sus formas de hacer y provocar y de la imagen que quiere construir para incidir en transformar el contexto.

4.3. La artística institucional de La Tribu 2001-2009

Se construyó un corpus sonoro de 317 piezas, con un total de 217 minutos con 49 segundos. Es menester reiterar que se construye con base en el archivo disponible. También que se analizan las piezas sonoras y no su puesta al aire ni su escucha. La descripción detallada del corpus sonoro se encuentra en tabla anexa.

El corpus sonoro se compone de 312 piezas cedidas por la actual gestión de La Tribu con base en lo preservado y organizado por la emisora. Las 5 piezas restantes fueron cedidas por Gastón Montells de su archivo personal. Se estima que el corpus sonoro es significativo para dar cuenta de algunas regularidades en el actuar de la emisora a este respecto.

Dentro del corpus sonoro se pueden identificar lo que puede ser llamado como sagas o series, agrupadas bajo algún eslogan, en una misma época y con un tipo de guión específico. Sin embargo, la división de las series por sus eslóganes no es suficiente por cuanto la emisora juega con ellos libremente: un eslogan de años anteriores puede aparecer sumado en una nueva serie o modificarse su redacción aunque mantenga la esencia. Asimismo hay series que expresan un eslogan institucional, y otras más específicas o temáticas. También los eslóganes pueden estar al final, al comienzo o en el medio del spot; y figurar varios en una misma pieza. Todas apuestas que refuerzan la idea de creatividad y de innovación del colectivo, que ha definido al eslogan como “la expresión sintética, atractiva y seductora del proyecto” (DTN19/98, p. 6). De todos modos, no es relevante para esta investigación intentar clasificarlas en compartimentos estancos, pero sí a continuación serán descriptos los principales grupos de artísticas del período, identificados de modo orientativo mediante su eslogan de referencia o su carácter de serie especial.

Por esto, y para empezar a abordar el corpus sonoro, se lo divide en sagas generales y sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento. Esta división, no completamente rígida, es relevante por cuanto permite comenzar a ver el interés de la emisora por intervenir en la actualidad inmediata y en la realidad en sentido amplio, lo cual será analizado en detalle en el próximo capítulo. Ahora se revisan estas series y se ofrecen algunos ejemplos de cada una. Se deja en claro que no es intención de este apartado hacer una clasificación de las piezas en series cerradas, puesto que no resulta útil a los fines de la investigación y tampoco, como se verá, posible por la forma en que las sagas se entrecruzan y se solapan. Solo es una manera de presentarlas para hacer una breve descripción general del material con el que se trabaja.

4.3.1. Sagas generales

Se prefiere llamar así a las sagas que estando agrupadas por eslóganes, y por más que en sus piezas pueda opinarse sobre la realidad y sobre la actualidad, tienen una perdurabilidad larga y permiten englobar diversas expresiones y mayor flexibilidad que las sagas ancladas a eventos de actualidad exclusivamente, como se referirá más adelante. Su característica fundamental, a priori, es que funcionan como carta de presentación de la emisora y no tienen caducidad aparente. Se describen a continuación las once sagas generales de artística institucional de La Tribu para el período 2001-2009.

Apagá La Tribu y hacé tu radio

Este eslogan está presente en piezas de 2001, y sus derivaciones llegan hasta el año 2008, es decir que convive con otros eslóganes y series. Y se dice derivaciones porque es un ejemplo de lo mencionado anteriormente: La Tribu elabora un eslogan que expresa una idea de quiénes son, de cómo quieren ser vistos, que aglutina una identidad hacia adentro y que brinda una visión de mundo, y cuando la idea del eslogan se afianza, se permiten jugar con él. Por eso, en el presente corpus sonoro hay 45 piezas con la frase “Apagá La Tribu y hacé tu radio”, 15 con la frase “Apagala y hacé tu radio”, 3 con la frase “Apagala” y 3 con la frase “Apagá la radio y hacé tu tribu”. Además, de esos 66 spots, en 7 convive con otros eslóganes (Inseguridad acústica, Menos silencio, Prohibida, Inhabilitada por la Ley de Radiodifusión).

El desconcierto como provocación aparece presente en las intenciones de la emisora para con este eslogan: “Cuando todas decían ‘escuchame a mí que somos los mejores, la verdad, la potencia, la primicia, escuchanos’, La Tribu decía ‘apagá La Tribu y hacé tu radio’. Es desconcertante” (Montells, entrevista 4). Por otro lado, está presente una idea "punk" (Vívori, entrevista 9) que propone más emisores: "una radio comunitaria no va a resolver el problema de disputas de agenda ni de audiencia, por eso esta idea de hacé tu radio, que seamos miles de radios comunitarias, cada oyente, una radio" (Vívori, entrevista 9).

Algunos ejemplos:

PN002/01, “Discurso” Escuchar:  https://bit.ly/PN002-01	LOC: La Tribu AUDIO (<i>testimonio español</i>): Hay mucha gente que veo haciendo grandes discursos políticos y de puta madre y luego llegan a casa y le pegan a la mujer. LOC: 88.7 La Tribu. Apagá La Tribu y hacé tu radio
PN056/05, “Saliva latina” Escuchar:  https://bit.ly/PN056-05	AUDIO: La radio es imagen AUDIO: revolución permanente LOC: Esto es La Tribu AUDIO: La radio somos LOC: Esto es el 88.7 megaciclos AUDIO Inseguridad acústica es cuando tu sonido no te suena bien LOC: Un nuevo ciclo AUDIO: La radio es un espacio de encuentro. El miedo a decir de un modo y que del otro lado se escuche completamente distinto LOC: Esto es una nueva temporada AUDIO: Es pánico LOC: Esto es mi saliva (<i>risas</i>) AUDIO: Pánico, pánico, pánico, pánico LOC: Apagá la radio y hacé tu Tribu
PN275/08, “08 Inst Kristina” Escuchar:  https://bit.ly/PN275-08	AUDIO: Y no solamente nos castigan a nosotros, sino que empobrecen a los pueblos del interior, estamos como en la década de... AUDIO CRISTINA FERNÁNDEZ: Quiero comunicarles, a todos los argentinos y argentinas, que Argentina ha votado. AUDIO: el mismo camino, no bajemos los brazos, vamos a seguir peleando, no nos queda otra LOC: Sonidos, La Tribu. Apagala y hacé tu radio.

Bajo este mismo eslogan se encuentra la sub-saga elaborada a partir de audios del film Radio Favela donde la radio alternativa es protagonista a la que se llamará aquí "Radio pirata". Allí se cortan fragmentos de los diálogos (doblaje al español), y se intervienen y se firman con los datos de la radio y el eslogan. Se trata de 15 piezas.

Algunos ejemplos:

PN069/05, "Sello-Las ramas son de los monos" Escuchar:  https://bit.ly/PN069-05	LOC: La Tribu, ochentayo... AUDIO (<i>película. Doblaje español</i>) VOZ 1 (hombre): ¿Sabéis que montar una emisora sin permiso es ilegal y si nos echan el guante, todos iremos a la cárcel? VOZ 2 (hombre): El aire no tiene dueño, así que nadie puede impedir que la montemos. El aire, tío, es un regalo de Dios. La calle es de la gente y el circo de los payasos. Las ramas de los monos y el aire es nuestro. LOC: Apagá La Tribu y hacé tu radio.
PN076/05, "Sello-Permiso nunca" Escuchar:  https://bit.ly/PN076-05	LOC: La Tribu, ochentayo... AUDIO (<i>película. Doblaje español</i>) VOZ 1 (hombre): Ándate con cuidado, chaval. En el barrio todo el mundo sabe que diriges esta mierda de radio. VOZ 2 (hombre): No tengo nada que ver con eso. ¿Cómo ha dicho que se llama la radio? VOZ 1 (hombre): Todos los días recibimos llamadas de gente quejándose que vive cerca de vosotros. Se quejan de que interferís en sus radios y televisiones. No quieren que sus hijos escuchen vuestra basura. VOZ 2 (hombre): No sé de qué me está hablando. VOZ 1 (hombre): ¿Quién los financia? ¿Los traficantes? Está prohibido emitir por radio sin autorización federal. ¿Sabes cuándo vas a conseguir ese permiso? Nunca. LOC: Apagá La Tribu y hacé tu radio.

Como se verá más adelante, el eslogan se utiliza en otras series ancladas temporalmente como la saga especial elaborada para los 30 años del Golpe de Estado.

Acostumbrarse es morir

Usada durante el año 2001, pero desde antes del estallido social. Según La Tribu es una “frase que intentaba ser movilizadora, intentaba sonar indignada, lograba ser un testimonio de nuestra cólera contra un sistema y contra la complacencia de muchos de nuestros contemporáneos con él” (Colectivo La Tribu, 2002, p. 107). Expresión que condensa toda una posición frente a la realidad, y que intenta conmover a otros. Eso contiene el germen de la acción sobre la comunidad de escucha, sumar a la inminente transformación desde la reflexión.

Bajo esta idea de “Acostumbrarse es morir” también aparecen variaciones, profundizaciones, derivaciones del eslogan o texto madre, reforzando la idea de que el eslogan es una idea más allá de cómo se exprese. Así, en el corpus sonoro se identifican 10 piezas y el eslogan casi nunca se repite igual. Hay una serie de frases intercambiables, que se van sumando y que responden a la idea paraguas de la serie:

- Acostumbrarse es morir.
- Que te acostumbres no quiere decir que tenga que ser así.
- Quien ve no puede quedarse sentado.
- La impaciencia furiosa.
- La costumbre es calmante.
- La costumbre es Lexotamil.

Algunos ejemplos:

PN005/01, “Corte de ruta 2” Escuchar:  https://bit.ly/PN005-01	AUDIO (<i>testimonios</i>): Yo vivo acá, carajo, no se puede vivir acá. Quieren que agarre la escopeta / No nos vamos a ir, no estamos dispuestos a irnos de la tierra, porque la tierra es como una madre AUDIO (<i>medio</i>): ... de la mano del administrador con voladura de dinamita, la pérdida del ojo de un cooperativista con disparo de arma de fuego... LOC: Que te acostumbres no quiere decir que tenga que ser así. Quien ve no puede quedarse sentado. La Tribu 88.7 MHz. La impaciencia furiosa. (<i>audio ambiente protesta</i>) La costumbre es calmante.
--	---

PN010/01, "Hada no"
Escuchar:



<https://bit.ly/PN010-01>

LOC: Acostumbrarse a la ley, a la violencia, a la actualidad, a que te caguen, a cagar. Acostumbrarse a la propiedad. A mirar cómo otros cortan la ruta, a la indiferencia. Acostumbrarse a Hada. Acostumbrarse es morir. Que te acostumbres no quiere decir que tenga que ser así. La Tribu 88.7 MHz. La impaciencia furiosa. La costumbre es calmante.

Inseguridad acústica

Un concepto relacionado con lo radiofónico y con la idea de irrupción, que se hizo presente en las artísticas institucionales del período aquí estudiado. La Tribu, además, traslada el concepto a lo audible y decide romper la marca, jugar con lo sonoro en el nombre, donde en varias de las piezas no alcanza a decirse completamente el nombre de la radio ni el dial donde encontrarla porque antes hay una interrupción, un ruido, una rotura del sonido, contra lo que indican los estándares tradicionales: que la marca debe ser clara para ser recordable:

A nivel de las normativas de la enunciación, la seguridad acústica es todo lo que garantiza el entendimiento y que la enunciación se reproduzca a sí misma. Conversar con seguridades acústicas significa que no ponemos en riesgo la discursividad, que nos entendemos, que no hay conflicto. Y cuando empezamos a entender esos conceptos, que son de la filosofía, nosotros tomamos esa idea y tomamos la palabra de inseguridad en un contexto nacional donde la palabra inseguridad aparecía fuertemente como problemática, y todo era instalar la inseguridad como estado de vida: inseguridad económica, seguridad privada, la inseguridad de construir un proyecto de vida. Era la palabra más negativa y peligrosa del sistema. (Montells, entrevista 4)

Detrás de la frase, entonces, hay una remisión y una resignificación de un concepto latente como problemática social. En el corpus sonoro son 18 piezas las que la utilizan, y algunas de ellas hacen convivir a este eslogan con otros como "Apagala" y "Menos silencio".

Algunos ejemplos:

PN226/08, “08 Inst sonido - control doloroso” Escuchar:  https://bit.ly/PN226-08	LOC: 88.7 La Tribu. 88.7. Inseguridad acústica AUDIO: Pero tiene un control de volumen que te permite suficiente potencia como para provocarle a las personas una gran malestar LOC: La Tribu. Prohibida AUDIO: porque nuestros oídos son un instrumento sensible, y cuando aumento el volumen de habla hasta un cierto umbral se vuelve físicamente doloroso LOC: Apagala y hacé tu radio
PN256/08, “08 Inst sonido – silencio” Escuchar:  https://bit.ly/PN256-08	AUDIO: Siempre me atrajo el sonido y siempre me di cuenta que el parlante era el eslabón débil. LOC: 88.7 La Tribu. La Tribu. Prohibida AUDIO: Así en cierta forma creamos silencio, tanto como creamos sonido. Imagínate tomar una gaseosa fría. - ¿Cómo obtienes este nivel de fidelidad con esto? LOC: Inseguridad acústica MÚSICA

Prohibida

Como con “Acostumbrarse es morir”, la saga de “Prohibida” adopta diferentes formas que expresan ideas bajo el mismo paraguas. Se hace presente el uso del concepto de prohibición de diferentes maneras, pero también el de clausura y el de inhabilitación, importantes, como se verá más adelante respecto del contexto cultural atravesado en la ciudad de Buenos Aires y también de forma particular en La Tribu: la época que se abre luego del incendio del local musical Cromañón en el barrio de Once, en el que murieron 194 personas que habían ido a un recital. Esta idea de prohibición y de clausura se convierte poéticamente en multiuso para expresar diversos impedimentos de la vida en la ciudad: “Es post Cromañón. En 2005 tocaba Estelares y clausuraron La Tribu. Esa clausura costó mucho tiempo levantarla” apunta al respecto Diego Skliar (Skliar,

entrevista 3). Así, el corpus sonoro tiene 47 spots donde aparecen alguna o algunas de las siguientes frases eslogan:

- Prohibido escuchar La Tribu.
- La Tribu. Prohibida.
- Prohibida La Tribu.
- Prohibido ser joven.
- Inhabilitada por la Ley de Radiodifusión.
- Cómo habitar una ciudad clausurada.

Algunos ejemplos:

PN054/05, “Inhabilitación” Escuchar:  https://bit.ly/PN054-05	LOC: Inhabilitada la Iglesia, el hospital, el supermercado. Inhabilitada la universidad, el restorán, el baño de caballeros. Inhabilitado el churrasco, el café, la nafta. La clase ejecutiva de los aviones. Inhabilitado el modo en el que se muere de hambre, se asesina al joven, se mira televisión. Inhabilitado el mismo discurso de la habilitación. Inhabilitado el capitalismo. 88.7 MHz. Apagá La Tribu y hacé tu radio. Inhabilitada por la Ley de Radiodifusión.
PN169/07, “Inst prohibida 02” Escuchar:  https://bit.ly/PN169-07	LOC: La Tribu AUDIO <i>testimonio</i>: siempre hay una manera de reinventarse y organizarse LOC: La Tribu 88.7 Prohibida. Cómo habitar una ciudad clausurada. AUDIO <i>testimonio</i>: la gente joven que quiere crear un espacio lo que hay que hacer es juntarse LOC: Prohibido escuchar La Tribu AUDIO <i>testimonio</i>: La rutina y la masividad está hoy convertida en empujar hacia la tendencia del individualismo LOC: La Tribu, prohibida.

Dentro de esta idea de “Prohibida” se identifica una sub-saga que es la titulada “Turismo” que consta de 9 piezas y todas se coronan con “Cómo habitar una ciudad clausurada. Prohibido escuchar La Tribu”.

Algunos ejemplos:

PN161/07, “Inst 07 Turismo – El Chocón” Escuchar:  https://bit.ly/PN161-07	LOC FEM: Testimonio y presencia de la acción mancomunada del hombre y la naturaleza, sus formaciones rojizas y orgullosas son remanso de gigantes prehistóricos, y son hoy albergue de la potencia humana. La villa, testigo de turbinas y generadores, le ofrece una experiencia energética que le pondrá los pelos de punta. Va a estar bueno El Chocón. LOC: La Tribu 88.7. Cómo habitar una ciudad clausurada. Secretaría de Turismo de la Nación. Pro pro pro prohibido escuchar La Tribu AUDIO <i>archivo Chávez?</i>: Hay una revolución turística en marcha, es una verdadera revolución.
PN165/07, “Inst 07 Turismo – Suncho Corral” Escuchar:  https://bit.ly/PN165-07	LOC FEM: Miles de leyendas cobran vida en cada uno de sus rincones, tesoros arqueológicos lo invitan a un recorrido único por la cultura de los pueblos autóctonos. La mejor opción para disfrutar de la aventura rural en la tierra del quebracho y el poroto. Va a estar bueno Suncho Corral. LOC: La Tribu 88.7. Cómo habitar una ciudad clausurada. Secretaría de Turismo de la Nación. Pro pro pro prohibido escuchar La Tribu AUDIO <i>archivo Chávez?</i>: Hay una revolución turística en marcha, es una verdadera revolución

Sonido - Menos silencio

Existe una tanda de piezas institucionales nombradas por La Tribu bajo el nombre de “Sonido - Control”, y que en su mayoría utilizan el eslogan de “Menos silencio”. Se trata de una serie de 2008 con una búsqueda en la misma tónica de “Inseguridad acústica”, de jugar con los conceptos en torno a lo sonoro. De hecho, cuesta despegar ambas campañas y en sí forman parte de

un todo estético y narrativo buscado por la emisora. En esta ocasión, es una serie de 38 spots, de los cuales la mayoría pero no todos utilizan la frase “Menos silencio”: en 8 para introducir las piezas, y en 11 al final de las mismas. Pero también hay piezas de esta saga que utilizan otras de las expresiones como “Inseguridad acústica”, “Apagala” y “Prohibida”, afianzando la idea de que las artísticas no solo funcionan de costura de la programación, sino que se van cosiendo entre sí, solapando, superponiendo, combinando, y que no es del todo posible dividir la producción de La Tribu en series cerradas y puras. A su vez, hay 6 piezas que no tienen ningún eslogan, pero por estética y narrativa se reconocen como parte de la misma serie, realizada con audios de una película, constituyendo un indicio para confirmar el poder identitario logrado con la producción de la artística institucional, que por momentos puede prescindir de elementos clave como el eslogan aglutinante o incluso, como se vio en sagas anteriores, el nombre y dial de la emisora.

Además, se encuentran 5 spots adicionales que utilizan el eslogan “Menos silencio” pero que no forman parte de esa saga, y de hecho a pesar de ser del mismo año, no están nombradas del mismo modo que la saga “Sonido – Control”.

Algunos ejemplos:

PN224/08, “08 Inst Sonido – Control Beck” Escuchar:  https://bit.ly/PN224-08	LOC: La Tribu. Menos silencio AUDIO: Pero tiene un control de volumen que te permite obtener suficiente potencia LOC: FM 88.7 Frecuencia modulada estereofónica AUDIO: Y la potencia se incrementa unas 5 mil veces, es como un láser que golpea mi tímpano MÚSICA (Beck)
PN278/08, “08 Inst No	LOC: Las personas generan muchos sonidos. AUDIO: <i>Macri cantando como Queen</i> LOC: FM 88.7 frecuencia modulada estereofónica AUDIO Macri cantando: <i>we will we will rock you, singing! we will we will rock you</i> SONIDO: disparo

PN278/08, “08 Inst No es Pro” Escuchar:  https://bit.ly/PN278-08	LOC: Menos silencio. AUDIO: Eso no es pro... eso no es pro... eso no es pro.
--	--

De la vida tribal

Son 9 piezas producidas en 2003 que están basadas en audios de archivo con testimonios o registros de ciudadanos y ciudadanas, sobre diferentes problemáticas, intervenidos sonoramente y coronados con el eslogan “De la vida tribal”. Son piezas institucionales en la que se escuchan voces anónimas, situaciones reales y problemáticas actuales.

Algunos ejemplos:

PN018/03, “De la vida tribal 4” Escuchar:  https://bit.ly/PN018-03	LOC: De la vida tribal. AUDIO (<i>ambiente, mujer</i>): cuatro barritas de cereal a un peso AUDIO (<i>ambiente, hombre</i>): Dos pesitos la mentita las dos por un peso AUDIO <i>nena</i>: Hay Mantecol a un peso, mentitas dos por un peso AUDIO <i>nenes</i>: ¿Para qué radio es? ¿Para qué radio es? LOC: De la vida tribal.
PN021/03, “De la vida tribal 7”	LOC: De la vida tribal. AUDIO <i>cobertura</i>: Los incidentes comenzaron cuando un grupo de mujeres, las mujeres trabajadores de Brukman, se acercaron al

Escuchar:  https://bit.ly/PN021-03	vallado, lo derrumbaron, y ahí la policía comenzó a arrojar gases y balazos de goma AUDIO (<i>voz infantilizada caricaturizada</i>): Viene la policía, la policía que tira un bombazo y miren esto es muy difícil, ahí viene la policía, uh no, no puede ser. Pega, pega, pero cómo puede ser. Esto es muy feo. Viene la policía de vuelta. Cómo interrumpe esta policía. AUDIO (<i>¿película?</i>): Qué onda AUDIO (<i>voz infantilizada</i>): Para que podamos vivir felices y tranquilos LOC: De la vida tribal.
---	--

El capitalismo mata

Son 4 piezas sonoras construidas con base en una definición leída por el locutor y algún audio de archivo, de cobertura mediática, testimonio o registro, coronadas con la frase “El capitalismo mata”.

Algunos ejemplos:

PN025/04, “Capitalismo, la góndola o la vida” Escuchar:  https://bit.ly/PN025-04	LOC: El capitalismo es un supermercado que en caso de incendio salva las góndolas en vez de los compradores. AUDIO (<i>cobertura mediática Paraguay</i>): Y confirman todos el hecho de que las puertas se cerraron a la salida de los accidentados LOC: El capitalismo mata.
	LOC: El capitalismo es una ciudad en la que algunos viven de lo que otros tiran a la basura. AUDIO (<i>especialista</i>): Si vos ves el consumo que hay en los shoppings y los comercios de la zona norte de la ciudad, estamos en récord de venta de TV plana. Al mismo tiempo que sucede eso, seguimos teniendo a la mitad de la población bajo la línea de pobreza.

PN027/04, “Capitalismo TV plana” Escuchar:  https://bit.ly/PN027-04	LOC: El capitalismo mata.
--	---------------------------

Poética del incompleto – Radio sin oyentes

Son 23 piezas de 2009 en las que en casi todas (22), aparecen ambos eslóganes haciendo sistema. En la restante aparece sola la expresión “Radio sin oyentes”. Utilizan audios de poemas de Chantal Maillard y de Jaime Sabines, fragmentos que funcionan en un nivel poético y sonoro y también por la provocación de los textos. También porque se menciona la palabra “tribu”.

Nos gustaba mucho la voz de Chantal Maillard y de Jaime Sabines y fue como un poco “che esta voz la quiero escuchar todos los días, después vemos cómo se enmarca, qué parte del poema funciona y parece que dice algo de lo que hacemos”, pero hay casi un capricho. Había algo de las voces cálidas, una búsqueda de bajar el tono, me parece. (Skliar, entrevista 3)

Algunos ejemplos:

PN287/09, “Inst poética 03 - Llamas no” Escuchar:	LOC: La Tribu 88.7 Veinte años AUDIO: No medirás la llama con palabras dictadas por la tribu. No pondrás nombre al fuego, no medirás su alcance LOC: Poética del incompleto AUDIO: Todas las llamas son el mismo fuego LOC: fmlatribu.com. Radio sin oyentes.
--	---

 https://bit.ly/PN287-09	
PN294/09, “Inst poética 07 – JS Silencio” Escuchar:  https://bit.ly/PN294-09	LOC: La Tribu 88.7 Veinte años AUDIO: Todo se hace en silencio. En silencio se van llenando el uno al otro LOC: Poética del incompleto. Fmlatribu.com. Radio sin oyentes

Plataforma de descargas

Una serie de 14 piezas de 2009 en la cual se escuchan testimonios de ciudadanos y ciudadanas expresando algo. Se trata de un espacio abierto a las expresiones de la comunidad, titulados con la idea de ser un lugar de descarga, de catarsis, de contar problemas y preocupaciones, y también hacer un juego de palabras con el mundo tecnológico: “venía un poco de los cruces entre territorio y digitalización” (Skliar, entrevista 3).

Algunos ejemplos:

PN304/09, “z2” Escuchar:	LOC: La Tribu. FM 88.7. Plataforma de descargas. AUDIO: De los vecinos que consideran a la música ruidos molestos, está bien que al principio pero después ruido molesto. Yo toco el saxo ya que estamos y nada, vengo acá a desahogarme porque sí,
--	---

 https://bit.ly/PN304-09	porque te mandan cartas documento al edificio, porque si hacés música, estás molestando a la gente, igual la cosa es no quedarnos con eso, tratar de cambiar las cosas pero bueno. LOC: La Tribu. Veinte años
PN309/09, "z23" Escuchar:  https://bit.ly/PN309-09	LOC: La Tribu. FM 88.7. Plataforma de descargas AUDIO: Quiero quejarme que trabajo nueve horas por día, llego a las diez de la noche porque vivo a dos horas de mi trabajo, encima después tengo que ir a cursar, no tengo tiempo para estudiar, no tengo tiempo para descansar, me acuesto todos los días a las doce de la noche y me tengo que levantar a las seis de la mañana, odio el tráfico, viajar en subte a las seis de la tarde, todo. AUDIO: Ladies and gentleman, welcome LOC: La Tribu. Veinte años

Negro Cariño - Invierno

Esta saga está basada en ficción, protagonizada por un personaje de humor: el Negro Cariño. El personaje aparece en otras sagas de artística, como se verá a continuación con ejemplos situados en relación a acontecimientos. Son 10 spots largos (algunos superan los dos minutos) de 2008 en los que el personaje aborda diferentes temas de interés social, y pregunta de manera coloquial a ciudadanos y ciudadanas. Por la utilización de ficción y por la narrativa y el contenido, es un tipo de saga que rompe con la estética y con lo que viene haciendo la emisora en su artística institucional, resultando disonante dentro de su estilo, identidad y objetivos. Esto puede explicarse porque estas sagas no eran producidas por las mismas personas que decidían la identidad de la artística institucional, sino que eran aportadas por un programa de la radio. Esto se verá en detalle cuando se aborden los métodos de producción, pero aquí puede adelantarse que si su perfil es disonante respecto del resto de la producción, es porque no está elaborado por la emisora como organización, sino por un programa en particular, aunque con la confianza y margen de acción dado por la gestión de la emisora. En estas artísticas se borra la voz institucional de Damián Valls, y es el personaje del Negro Cariño quien lleva la narrativa.

Algunos ejemplos:

PN260/08, “Negro invierno – A favor y en contra” Escuchar:  https://bit.ly/PN260-08	NC: El Negro Cariño transmitiendo. Como siempre, tenemos gente a favor, tenemos gente en contra. A ver qué me dicen a favor de Cristina, o en contra. ¿Qué dirá la calle? ¿Que hay hambre, que hay malaria, que se come pancho nada más? Se acabó el pingüino, se acabó la milanesita a caballo. Vamo a darle al pancho que no hay tiempo. O no hay billete, ¿cuál es la onda? AUDIO (<i>testimonios</i>): No tiene aguante, no yo creo que no, que no tiene aguante Cristina. El gobierno está bastante debilitado después de todo este conflicto. Hay un montón de cuestiones que amenazan al gobierno que va más allá del terreno nacional que es la crisis financiera internacional, que son los problemas estructurales que tiene Argentina / si lo dijo ella tendrá aguante / Está bancando con sus instrumentos, sus mecanismos pero bueno, todavía sigue remando NC: Soy el Negro Cariño, bocha de besos
PN267/08, “Negro invierno – Ley de Radiodifusión” Escuchar:  https://bit.ly/PN267-08	NC: Ley de Radiodifusión. Por ahora como en los grandes medios, los grandes pooles informáticos, y nosotros los comunitarios que somos los que estamos con el pueblo y que sabemos y que la sufrimos y que vemos el hambre en las veredas, no nos dan bola, claro. No tenemos qué informar. El Negro Cariño te informa AUDIO (<i>testimonios</i>): No sé de qué se trata la Ley de Radiodifusión, si me contás / No, no tengo ni idea / Hay que cambiarla urgente porque no puede ser que estemos bajo una ley dictada en la dictadura / Tiene que posibilitar mayor acceso a las voces no reflejadas habitualmente por los medios y que tiene que evitar la concentración / Ah ok, no, pienso que es una cagada entonces porque si la reclama por algo es / Está bien, tendría que ser más dura de lo que creo que va a ser, tendría que poner más límites / Está bueno porque es light y estaría muy bueno que venga con una porción de papas / Creo que es una base más por parte del gobierno en tratar de mantener todo bajo su control y que ahora está tratando de pensar en los medios porque los medios están haciendo oposición a la política del gobierno / La verdad que no la conozco mucho, me molestan los monopolios, los grupos de medios grandes / O el gobierno que le concedió por diez años más las licencias de radiodifusión, concentración de la propiedad de los medios de comunicación NC: Estamos acá en la calle transmitiendo para radio La Tribu 88.7 por supuesto ¿para qué programa? Para el Negro Cariño, sí vos mirame, vení

	HOMBRE: ¿A quién le gritás? NC: A un peatón. Pero no es nocturno, es sonámbulo.
--	---

Página web

Son 4 spots de 2005 para promocionar la página web de La Tribu, hechas con una misma narrativa, que consiste en escuchar diferentes idiomas presentando la web de la emisora.

Algunos ejemplos:

PN039/05, "Francia" Escuchar:  https://bit.ly/PN039-05	VOZ en francés: FM 88.7 comunicación alternativa. Ahora la novedad es que podés escucharla en Internet www.fmlatribu.com Música Manu Chao LOC: Podés escucharla on line
PN041/05, "Italia" Escuchar:  https://bit.ly/PN041-05	VOZ en italiano: FM 88.7 comunicación alternativa. Ahora la novedad es que podés escucharla en Internet www.fmlatribu.com LOC: Podés escucharla on line

Otras piezas

Algunas otras piezas del corpus sonoro salen de las sagas y los eslóganes descriptos: se trata de 8 piezas únicas, excepcionales o con eslóganes que solo aparecen en una sola ocasión. Algunos

de ellos son “El hambre es todo”, “15 años de inesperado éxito”, “Oyentes de FM La Tribu: 15 años haciendo gimnasia” y “Boicotea toda expresión del capitalismo”. Otros no tienen eslogan y se tratan de spots institucionales con datos de la radio como la página web, el dial o los teléfonos.

Algunos ejemplos:

PN014/02, “Gas con dólar” Escuchar:  https://bit.ly/PN014-02	LOC: Violento el ahorro, el hambre, el gas lacrimógeno. Violento el hábito de no sorprenderse, el silencio. Violenta la especulación del periodismo. Violento el dólar. El hambre es todo. La Tribu 88.7 mhz.
PN034/04, “No hay radio” Escuchar:  https://bit.ly/PN034-04	AUDIO <i>conversaciones</i> : Estamos sin radio, son las 6 y 25 / Son las 9 de la mañana, no estamos saliendo al aire, no sé qué problema estamos teniendo / Son las diez menos veinte, se ha cortado la transmisión MÚSICA: <i>Nada me importa que critiquen la humildad de mi cariño, el dinero no es la vida</i> LOC: 88.7 mhz AUDIO: Marcela acá de Terapia, te quería avisar que ya estamos en el aire de nuevo MÚSICA: <i>Y si ahora no me quieres, yo sé que algún día me darás con tu cariño toda la felicidad</i> LOC: La Tribu. 15 años de inesperado... éxito
PN036/04, “Ilegal” Escuchar:	LOC: Escuchá esto que grabamos en otras radios. HOMBRE: ahí, ahí, sí, dale MUJER: Sí, ¿acá? HOMBRE: acá, dale, un poquito a la izquierda MUJER: Ay, sí, ¿ahí? HOMBRE: ay, un poquito a la izquierda, a la izquierda MUJER: ¿a la izquierda?



<https://bit.ly/PN036-04>

HOMBRE: a la derecha, a la derecha, arriba

MUJER: ah no, arriba... ¿abajo?

HOMBRE: No, no, esperá, abajo, ahí, ahí. Ahí sí. Ahora sí se escucha

MUJER: Por fin

LOC DEL AUDIO: ¿Es esto lo que tenés que hacer cuando no podés escuchar bien la radio? Las interferencias y las radios ilegales son culpables de que no puedas elegir libremente lo que querés escuchar. Y el gobierno nacional debe garantizar tu derecho a que sintonices la radio sin interferencias. Los que hacemos radio en Argentina queremos que cada día nos escuches mejor. Es un mensaje de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas

LOC: ¿Quién es ilegal? ¿La comunidad que toma el derecho de decir lo que pasa? ¿O las empresas que violan el derecho del otro para decir lo que les conviene? Con un multimedio en el medio no es posible la comunicación. Oyentes de FM La Tribu, quince años haciendo gimnasia.

4.3.2. Sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento

Aquí se describen cinco series creadas especialmente para usar en un determinado período en relación a algún acontecimiento social. No pueden ser planteadas como de larga perdurabilidad porque el anclaje temporal desde lo temático y desde el texto de la firma o eslogan es específico y situado.

Canciones que a Bush no le van a gustar (2005)

Son 10 spots hechos en 2005 en ocasión de la visita a Argentina del por entonces presidente de Estados Unidos George W. Bush. El locutor presenta canciones que según la emisora no le gustarían al mandatario, y luego suenan fragmentos de temas con letras críticas o de protesta.

Algunos ejemplos:

PN043/05, "Bush No – CAS"

Escuchar:

LOC: Esta no es la canción preferida de Bush

MÚSICA: *Tienes que decidir quién prefieres que te mate. Un comando terrorista o tu propio gobierno para salvarte del comando*

 https://bit.ly/PN043-05	<i>terrorista</i> LOC: La Tribu. Canciones que a Bush no le van a gustar.
PN052/05, “Bush No – Rijchariy” Escuchar:  https://bit.ly/PN052-05	LOC: Esta no es la canción preferida de Bush MÚSICA: <i>Señores de Norteamérica, y el viejo mundo caduco. Señores de Norteamérica, y el viejo mundo caduco. Ya nos robaron la plata Potosí, el oro pero no la coca. Ya nos robaron la plata, el oro pero no la coca.</i> LOC: La Tribu. Canciones que a Bush no le van a gustar.

El mundo hecho pelota (2006)

Saga realizada en ocasión del mundial de fútbol Alemania 2006. “Una frase muy elemental pero que llamó mucho la atención. Es una frase pícaro, muy elemental en su enunciación, pero muy fuerte en términos de su sentido” (Montells, entrevista 4). Se trata de una serie que cuenta la historia de los mundiales de fútbol, anclándolos a narrar algún acontecimiento del contexto, testimonios ciudadanos, y la editorialización con alguna frase humorística o irónica. En el corpus sonoro solo se cuenta con dos ejemplos, pero es suficiente para comprender la estructura y la función.

Algunos ejemplos:

PN135/06, “Serie	LOC: <i>off the record</i>: Un programa del Mundial que pase música clásica. Para fútbol está todo el resto. LOC: Mundial de 1930. Sede: Uruguay. Campeón: Uruguay. Hipólito Yrigoyen es derrocado en nuestro país. Se inaugura la década infame.
-------------------------	---

 https://bit.ly/PN135-06	AUDIO <i>testimonios</i>: Yo creo que la gente que gana plata por la organización de un campeonato es / los que están ahí / la FIFA, la AFA, todas esas instituciones / todo por plata / el organizador / el francés y Grondona, lo tipos están arriba LOC: 2006. El mundo hecho pelota. La Tribu 88.7
PN136/06, “Serie Mundial 1954” Escuchar:  https://bit.ly/PN136-06	LOC: <i>off the record</i>: Yo quiero hacer una denuncia. Se están regalando en este momento unos 70 millones de viajes a Alemania. Y como todo el mundo sabe, no hay Mundial que resista así. Esto va a ser un quilombo y no va a ser una fiesta del fútbol, va a ser un desastre. LOC: Mundial de 1954. Sede: Suiza. Campeón: Alemania Federal. Elvis graba su primer disco. Estados Unidos prueba la bomba de hidrógeno en el Pacífico. AUDIO <i>testimonios</i>: Qué dejaría / ¿para ir hasta allá? / trabajar jajaja / dejaría un montón de cosas / dejaría de tomar vino / me gustaría viajar a Alemania por Alemania en sí, no por el Mundial / es un lindo viaje, es Europa, hay mucha cultura allá LOC: 2006. El mundo hecho pelota. La Tribu 88.7.

30 años del Golpe (2006)

Es una larga saga especial de spots dedicados al tema de la dictadura militar 1976-1983 al cumplirse treinta años de su inicio. Se puede dividir en dos: una titulada “Hechos” con relato de hechos históricos, a modo de línea del tiempo, en donde aparece en la firma el eslogan “Apagá La Tribu y hacé tu radio”, y otra nombrada como “30A ELBN”, subserie variopinta con testimonios sobre la dictadura, audios de archivo, descripción de hechos y tratamiento de temas donde no hay eslogan. En total se trata de 55 piezas, por lo que adquiere gran relevancia en el contexto del corpus sonoro entero.

Algunos ejemplos:

PN083/06, “30A Hechos 05 Madres”	LOC: La Tribu. 30 de abril de 1977. Catorce madres de desaparecidos, cansadas de golpear las puertas buscando noticias de sus hijos, se reúnen en la Plaza de Mayo para que la gente se
---	--

Escuchar:  https://bit.ly/PN083-06	entere de lo que les pasaba (A treinta años...AUDIO <i>insert</i>: trompetas militares). El Estado de Sitio prohibía los grupos de tres o más personas, entonces las madres empiezan a caminar, de a dos, alrededor de la plaza. Apagá La Tribu y hacé tu radio.
PN088/06, "30A ELBN Comunicado 1 Libertad" Escuchar:  https://bit.ly/PN088-06	LOC: 88.7 La Tribu. Comunicado número 1 de las fuerzas armadas: se comunica a la población que a partir de la fecha el país se encuentra bajo el control operacional de la Junta de Comandantes Generales de las Fuerzas Armadas, se recomienda a los habitantes en estricto acatamiento de las disposiciones y directivas que emanen de la autoridad militar AUDIO <i>archivo</i>: ...teniente general, comandante general del ejército... AUDIO <i>testimonios</i>: la libertad hasta donde yo sé es andar libre / es lo que quiere todo el mundo, algunos no, pretenden pero no pueden / no tener ataduras de nada, poder expresarte libremente, poder actuar libremente / libertad como individuo / libertad libertad, una parte del himno nacional. LOC. A treinta años del golpe, La Tribu.
PN096/06, "30A ELBN Homenaje Andrea" Escuchar:  https://bit.ly/PN096-06	AUDIO <i>archivo</i>: Comunicado número 1 de la Junta de Comandantes Generales LOC: A treinta años del Golpe, La Tribu. AUDIO <i>testimonio</i>: Mi nombre es Andrea, tengo 21 años, el proceso militar lo relaciono a la toma del Estado por la fuerza por parte de militares. Considero que a la gente se la llevaban por expresar sus derechos y querer un país mejor sin la necesidad de esconderse y responder a un gobierno militar que los presione y que los ate LOC: A treinta años del Golpe, FM La Tribu rinde homenaje a todos aquellos que olvidan, que les chupa un huevo, que no se enteraron ni quieren, gracias por hacer de la Argentina un mejor país, muchas gracias 88.7 La Tribu

Elecciones 2007 (2007)

Serie especialmente creada para las elecciones del año 2007. Son 22 spots que giran con ironía y tono crítico en torno a las elecciones, al sistema electoral, a las candidaturas. Utilizan sobre todo una voz coloquial del locutor y se editorializa con audios y música. También se utilizan testimonios. En algunos casos aparecen coronados con eslóganes como “Inseguridad acústica” (4 spots) y “Apagala y hacé tu radio” (2 spots), pero el resto no posee eslogan, solo una firma institucional.

Algunos ejemplos:

PN137/07, “Elecciones 07 - Ahora es tarde” Escuchar:  https://bit.ly/PN137-07	LOC: Este año tenemos elecciones. Este año vamos a elegir. Vamos a elegir intendentes, vamos a elegir concejales, vamos a elegir diputados provinciales, gobernadores, diputados, senadores, presidente. AUDIO: Ay de nosotros mi pueblo que no hemos dado atención a ellos, mas ya es tarde, ahora es tarde. LOC: 88.7. Inseguridad acústica.
PN147/07, “Elecciones 07 – Ni enterada” Escuchar:  https://bit.ly/PN147-07	LOC: 88.7 AUDIO (<i>testimonios</i>): La gente de capital es medio rara, incierto, por ahí se respeta lo de siempre, que nunca gana un peronista, la veo peleada / Hay muchos que hoy dejan una feta de salame o se dan cuenta de Macri, Filmus, Telerman / No tengo idea, no estoy enterada, sé que anda Macri por ahí, se que anda también coso, ¿cómo es?, Telerman. LOC: La Tribu.
PN154/07,	AUDIO <i>archivo mix políticos</i>: Me molestó / yo agradezco a Dios / con

“Elecciones 07 – Si sacan a uno de GH se pudre”

Escuchar:



<https://bit.ly/PN154-07>

todo respeto y cariño / efectivamente existen, esos problemas / la producción, el desarrollo económico / digo esto para que no confundamos.

LOC: Mucha gente vota, porque la gente en Argentina es muy participativa, la gente sabe votar, sí que sabe votar, vota y al otro día está contenta si ganó el que votó. Un rato, después si echan alguno de Gran Hermano se pudre el rancho.

LOC: La Tribu.

Elecciones 2007 – Negro Cariño (2007)

También realizada en ocasión de las elecciones de 2007, esta es una nueva saga que tiene como protagonista al personaje El Negro Cariño, que hace móviles y recoge testimonios. Son piezas humorísticas, pero que abordan la actualidad electoral. Son 31 piezas sonoras que se vinculan con la otra serie de la radio sobre las elecciones gracias a la voz de Damián Valls, que a diferencia de la otra saga del Negro Cariño, aquí sí participa.

Sin embargo, sigue siendo una serie disonante respecto del resto del corpus sonoro. A pesar de abordar las elecciones y hacer sistema con la serie institucional de la radio, es menester recordar que la producción de Negro Cariño era aportada por un programa en particular, y no era elaborada por la emisora institucionalmente. En esta saga incluso hay pasajes del guión que hoy puede decirse que no tienen que ver con la agenda y con la perspectiva política de la emisora, como también se mencionará en el capítulo que sigue. El Negro Cariño es un personaje popular, cotidiano, un ciudadano común que tiene el micrófono y con él pregunta, y si bien sus comentarios pueden sonar a “sátira del estereotipo porteño”, el hecho de que el personaje sea presentado como un comunicador alternativo, movilero de La Tribu, genera una contradicción, porque tiene algunas expresiones que hoy pueden ser leídas como machistas y discriminatorias, lo cual queda en un provocador hiato entre la crítica irónica y el mal gusto, distinto a todo el resto de la producción de la emisora. Es menester también comprender la época de su producción, en la cual, como se desarrolló en el capítulo anterior, si bien La Tribu siempre se preocupó por las problemáticas de género, las

diversidades y los derechos de las mujeres, esa agenda no era tan fuerte como en la actualidad y la emisora no se definía explícitamente como una radio feminista.

Algunos ejemplos:

PN192/07, “Track 1 presentación” Escuchar:  https://bit.ly/PN192-07	LOC: Este año tenemos elecciones. Este año vamos a elegir NC: sí, elecciones locutor, el Negro Cariño se hace cargo acá en la calle donde está la gente que realmente patea la vereda. Vamos a estar desde las escuelas paso a paso siguiendo estas elecciones de la ciudad de Buenos Aires, el Negro Cariño y FM La Tribu con el pueblo LOC: La Tribu
PN195/07, “Track 4 Chicas de LT” Escuchar:  https://bit.ly/PN195-07	NC: Transmitiendo por FM La Tribu acá el Negro Cariño desde la vereda, el 88.7 FM La Tribu te cuenta sobre elecciones. Mucha gente de La Tribu cubriendo las elecciones, muchas chicas, hola Alcira, cada vez está más linda, mirá Ximena mamocha, Antonella qué bien que te calzan esos jeans sos un jamón del medio y hay muchos chicos pero viste lo dejamos para las chicas, les mando beso chicas un piquito para ustedes, sigan trabajando así transpiren la bombachita que acá las vamos a estar esperando. LOC: La Tribu
PN202/07, “Track 11 Escuelas” Escuchar:  https://bit.ly/PN202-07	NC: señores votantes estoy acá en la calle supervisando la elección, el Negro Cariño, mucho frío, estoy en la puerta de una escuela, acá no solo van a votar, ojo con lo que están en la esquina, ellos son los que se llevan los mp3 de los pibes, el lunes no hay clases, medias de lana, calzoncillo largo, bufanda, gorrito, campera, qué macana cómo vamos a tardar para sacarnos la pilcha en el telo che jajajaj.

4.3.3. Informativas, declarativas y de opinión

Una vez descriptas sucintamente las piezas sonoras, los eslóganes, las series especiales, se clasificará a las piezas, de modo de poder elaborar las primeras conclusiones acerca de la importancia que tiene este espacio sonoro para la emisora, y para la expresión o no de sus principios políticos.

Una primera clasificación planteada aquí es la que permite dividir a las piezas en *informativas*, *declarativas* o *de opinión*, basada en la descripción de AMARC-ALC e Interconexiones (2006). Esta clasificación permite observar grados de cercanía de lo que dice la artística con la realidad; o dicho de otro modo, grados de vinculación de la artística con lo político. Funciona como una forma de organización orientativa, pero no del todo pura, pues en general las piezas cumplen varias funciones. De este modo, se hará eje en los énfasis que hacen las piezas como una forma de brindar claridad al abordaje.

Las *informativas* son las piezas que tienen la función principal de brindar datos de la emisora como el nombre y el dial. Si bien nunca las funciones son puras, puesto que incluso en las piezas informativas, hay una puesta sonora que funciona como provocación artística, una estética que contribuye a la costura de la programación y a forjar la identidad de la radio hacia afuera y hacia adentro, la función primordial es la de ser una presentación institucional, la de ubicar al oyente, decirle dónde está y qué está escuchando. En principio, la relación con lo político en este tipo de piezas, es la menor.

Algunos ejemplos de piezas informativas:

PN059/05, “Apagala 01” Escuchar:  https://bit.ly/PN059-05	LOC: La Tribu. La Tribu 88.7. Apagala. Apagala y hacé tu radio
PN229/08, “08 Inst Sonido – Control Jazz” Escuchar:  https://bit.ly/PN229-08	LOC: La Tribu. Inseguridad acústica AUDIO: Pero tiene un control de volumen que te permite obtener suficiente potencia LOC: 887. Frecuencia modulada estereofónica AUDIO: Y la potencia se incrementa unas 5 mil veces por unidad de control de volumen. Es como un golpe en el tímpano, realmente es, es como un láser que golpea mi tímpano LOC: Menos silencio

Las *declarativas*, por su parte, hacen énfasis en brindar principios generales y abstractos de la visión de mundo de la emisora. Son piezas puestas en función de la realidad en sentido amplio y más allá de la noticia o el anclaje temporal inmediato. Puede decirse que se relacionan con la realidad, que están ancladas a su tiempo, pero que no son reacción a un acontecimiento puntual. Funcionan o pueden funcionar en períodos largos de tiempo pues versan sobre aspectos nodales de la realidad y no sobre hechos puntuales; se manejan en el plano de los principios ideológicos. La relación con lo político es directa, pero en el plano de lo abstracto o general de lo que desea la emisora.

Algunos ejemplos de piezas declarativas:

PN032/04, "La televisión" Escuchar:  https://bit.ly/PN032-04	LOC: La televisión administra el discurso, el poder, la pobreza, la Iglesia, la esperanza. La seguridad usada, trucha, falsificada. Tu cuerpo es de otro. La miseria no tiene glamour y sí un montón de guionistas. El futuro no tiene propiedad, tiene que hacérselo. Apagá La Tribu y hacé tu radio.
PN170/07, "Inst Prohibida 03" Escuchar:  https://bit.ly/PN170-07	LOC: La Tribu, 88.7. Prohibido ser joven. AUDIO <i>testimonio</i>: La juventud es un sujeto muy apasionado. LOC: Prohibido ser joven. AUDIO <i>testimonio</i>: Hay muchas prohibiciones hacia los jóvenes. La institución educativa. LOC: Prohibido escuchar La Tribu. AUDIO <i>testimonio</i>: La institución cumple ese rol de adiestrar a esas camadas de jóvenes para poder ser uno más dentro de la sociedad, un sujeto civilizado. LOC: Prohibido escuchar La Tribu.

Las *de opinión* son aquellas que hacen énfasis sobre un tema puntual de la actualidad. Ya no opinan o intervienen sobre lo abstracto, sobre lo general, sobre una visión de mundo, sino sobre lo concreto, opinando sobre lo inmediato, un suceso, una noticia, un personaje, intentando incidir en contextos específicos, sobre la coyuntura. Están más ancladas temporalmente y dialogan con las competencias que los y las oyentes sincrónicos tienen. Es decir, se completan con la información que tiene el oyente de su tiempo. Si se escuchan, como en este caso, fuera de su tiempo, pueden requerir una explicación referencial complementaria para ser comprendidas. La relación con lo político en ellas también es directa, pero con énfasis en el plano de lo concreto, del hecho, noticia o referente identificable. En el caso del presente análisis, siempre que hubo alguna referencia de la actualidad identificable, pudo clasificarse esa pieza como de opinión.

Algunos ejemplos de piezas de opinión:

PN047/05, “Bush No – Paquita” Escuchar:  https://bit.ly/PN047-05	LOC: Esta no es la canción preferida de Bush MÚSICA: <i>Rata inmunda, animal rastrero, escoria de la vida, adefesio mal hecho</i> LOC: La Tribu. Canciones que a Bush no le van a gustar MÚSICA: <i>Rata de dos patas, te estoy hablando a ti, porque un bicho rastrero, aún siendo el más maldito, comparado contigo se queda muy chiquito</i>
PN277/08, “08 Inst Macri 01” Escuchar:  https://bit.ly/3QhGeAt	LOC: Las personas generan muchos sonidos. AUDIO: Yo Mauricio Macri juro por Dios, la patria y los santos evangelios desempeñar con lealtad y patriotismo el cargo de jefe de gobierno de la Ciudad Autónoma de la Ciudad de Buenos Aires LOC: Cómo habitar una ciudad clausurada. FM 88.7. frecuencia modulada estereofónica. Menos silencio AUDIO: Eso no es pro, no es pro, no es pro

Se clasifican, entonces, a las artísticas institucionales según en cuál de estas tres categorías está puesto el énfasis. Sin embargo, como se verá, La Tribu elabora muchas de sus piezas institucionales en un diálogo entre lo declarativo y lo de opinión, por lo que resultaría frágil y poco provechoso no reconocer el carácter doble de las piezas que lo contienen. Por eso se ha optado por adaptar la clasificación tripartita de AMARC e Interconexiones (2006) y señalar este doble carácter (declarativo/de opinión) cuando el caso lo amerita, pues puede constituir un sello distintivo de la emisora en sus estrategias para cristalizar en la dimensión comunicacional su dimensión política: ir de la opinión sobre una noticia específica al principio general que la explica y justifica; y al revés, ir de la crítica general abstracta a su ejemplificación en el terreno de lo concreto y cotidiano.

Algunos ejemplos de piezas mixtas declarativas/de opinión:

PN142/07, “Elecciones 07 – El documento limpio” Escuchar:  https://bit.ly/45xyNtd	LOC: Este año tenemos elecciones. Mucha gente vota, mucha gente, candidato, votar, yo tuve democracia una vuelta. AUDIO <i>testimonios</i>: No, nunca estoy preparado, en realidad no voto, creo que voté una vez sola, no voté nunca a Menem. La única vez que voté, una para jefe de gobierno no me acuerdo a quién voté, y después otra vez lo voté al pelotudo de De la Rúa, así que sigo con la misma postura, tengo el documento limpio, voy por el sextuplicado. LOC: Inseguridad acústica
PN267/08, “Negro Invierno – Ley de Radiodifusión” Escuchar:  https://bit.ly/PN267-08	NC: Ley de Radiodifusión. Por ahora como en los grandes medios, los grandes pooles informáticos, y nosotros los comunitarios que somos los que estamos con el pueblo y que sabemos y que la sufrimos y que vemos el hambre en las veredas, no nos dan bola, claro No tenemos qué informar. El Negro Cariño te informa AUDIO: No sé de qué se trata la Ley de Radiodifusión, si me contás/ No, no tengo ni idea / Hay que cambiarla urgente porque no puede ser que estemos bajo una ley dictada en la dictadura / Tiene que posibilitar mayor acceso a las voces no reflejadas habitualmente por los medios y que tiene que evitar la concentración / Ah ok, no pienso que es una cagada entonces porque si la reclama por algo es / Está bien, tendría que ser más dura de lo que creo que va a ser, tendría que poner más límites / Está bueno porque es light y estaría muy bueno que venga con una porción de papas / Creo que es una base más por parte del gobierno en tratar de mantener todo bajo su control y que ahora está tratando de pensar en los medios porque los medios están haciendo oposición a la política del gobierno / La verdad que no la conozco mucho, me molestan los monopolios, los grupos de medios grandes / O el gobierno que le concedió por diez años más las licencias de radiodifusión, concentración de la propiedad de los medios de comunicación NC: Estamos acá en la calle transmitiendo para radio La Tribu 88.7 por supuesto ¿para qué programa? Para el Negro Cariño, sí vos mirame, vení NC: A un peatón. Pero no es nocturno, es sonámbulo.

En el corpus sonoro de 317 piezas, entonces, se identifica un 31,2% de informativas (99), un 28,7% de declarativas (91), un 27,1% de opinión (86) y un 12,9% declarativas/de opinión (41). A su

vez, dentro de las 99 informativas, algunas contienen referencias, como lo decíamos, de crítica política, económica o mediática, lo cual será mencionado con mayor precisión en el próximo capítulo. Sin detenerse en esto, aquí puede decirse que de las 317 piezas del corpus sonoro, 218 tienen algún tipo de vinculación clara y preponderante con la realidad en sentido amplio, tanto con noticias y acontecimientos de época, como con temas políticos e ideológicos. Es decir que a priori, y antes de análisis más detallados, un 68,7% del corpus sonoro cumple con esta caracterización.

4.3.4. Identificación de temas y referencias

Hecha la descripción de las principales sagas de artística institucional, y una primera clasificación en informativas, declarativas, de opinión y declarativas/de opinión, se procede ahora a identificar los principales temas y causas sobre los cuales versan las piezas, como así las referencias a la actualidad que vienen inscriptas en ellas. El objetivo de estas identificaciones es notar qué está diciendo el corpus sonoro sobre su época, sobre la realidad, sobre los entornos en los que se inscribe, saber sobre qué temas está hablando, y en cuáles pueden identificarse referencias que activen una vinculación entre la pieza sonora y algún aspecto o acontecimiento puntual del entorno general. Esta información permitirá, en el capítulo que sigue, trazar las correspondencias entre aquello de lo que la artística institucional habla y aquello que fue identificado previamente como la dimensión política de La Tribu, ya sea en cuanto a marcos conceptuales que orientan su trabajo, como causas concretas por las que el colectivo se ha posicionado. Esto permitirá establecer si La Tribu utiliza la artística institucional para opinar sobre la realidad, si esa realidad se hace presente como tema de la artística institucional de La Tribu, y a su vez, si aquello que la organización piensa se hace presente y se corresponde en las piezas sonoras que elabora.

La identificación de temas se ha hecho escuchando las piezas sonoras, transcribiendo su contenido y analizando esos textos para clasificarlas en temas bajo la mirada del investigador. No se elaboró una lista de temas posibles antes de la escucha de las piezas, sino que las propias piezas son las que inspiran su clasificación en temas. También hay que señalar que puede haber piezas con más de un tema.

Temas y causas

En principio aquí se identifica en general de qué hablan las artísticas del período, a qué se refieren, sin distinción de si se trata de temas (marcos conceptuales) o causas concretas. Aquello

será parte del análisis del próximo capítulo, donde se tracen las correspondencias entre lo identificado sobre la dimensión política de La Tribu y lo identificado en las piezas sonoras que forman la artística institucional de 2001 a 2009 como temáticas abordadas. Tampoco se identifican temas en un nivel interpretativo o metafórico, sino menciones de un orden explícito. La interpretación de las temáticas presentes en el corpus sonoro será tema del capítulo siguiente en el que se trazan los diálogos que pudiera haber entre los valores de la organización y su discurso emanado al aire en forma de artística institucional. Esto quiere decir, por ejemplo, que si se identifica en un spot que habla de costo de vida, no se interpreta con qué enfoque, qué quiere decir La Tribu sobre el costo de vida, con cuál marco conceptual de la organización se relaciona y cómo, ni cuál es la relación con los entornos; esos aspectos serán tema del capítulo siguiente que cuenta con un análisis de mayor interpretación e ida y vuelta entre el corpus sonoro y la dimensión política reconstruida por esta investigación.

De este modo, la temática institucional está presente en 99 piezas, es decir, aquellas que se refieren a La Tribu en sí; en las que el tema central es difundir la propia emisora. Las mismas son las que se clasifican como "informativas" según la definición adaptada desde la que propone AMARC-ALC e Interconexiones (2006): "institucionales informativos como «Estás escuchando Radio La voz de la sierra»" (p. 18). Sin perjuicio de lo anterior, en algunas piezas informativas se pueden identificar algunos temas políticos explícitos, y dados los objetivos de la presente investigación, serán tenidos en cuenta más adelante.

Por otro lado, se encontró que en 218 piezas aparecen representados temas (en 129 de ellas, más de uno). En cuanto a temas, en las piezas analizadas se encuentran mencionados los siguientes de forma explícita:

Tópicos identificados	Frecuencia de aparición
Dictadura cívico-militar	57
Crítica política	54
Elecciones	52
Buenos Aires	27
Medios de comunicación	20
Radio comunitaria-alternativa	15
Violencia institucional-represión	11
Comunicación alternativa	10
Democracia / Pobreza	9
Capitalismo / Malvinas	7
Crisis / Normalización de lo establecido / Protesta	6
Libertad / Seguridad / Juventud / Fútbol / Indulto / Inflación-precios / Economía en general / Libertad de expresión / Desigualdad	5
Autonomía / Arte / Ley de Radiodifusión / Legalización de la marihuana / Trabajo / Costo de vida	4
Colectivismo / Derechos Humanos / Mercantilismo / Hambre / Precarización-explotación / Cotidianidad	3
Feminismo-género-mujeres / Venta ambulante / Deuda externa / Ocio / Futuro	2
Cultura libre / Revolución / Xenofobia / Consumismo / Religión / Aborto / Autoridad / Progreso / Utopía / Privatizaciones / Desapariciones en democracia / Redistribución de la riqueza / Felicidad / Individualismo / Cultura / Derechos migrantes / Narcotráfico / Prostitución / Vivienda / Gentrificación / Medio ambiente / Energía / Acceso a la tierra / Desempleo / Corrupción / Trabajo infantil	1

Tabla 5: Temas identificados en el corpus sonoro. Fuente: elaboración propia

Como se puede ver, el corpus sonoro de 317 piezas versa sobre varios tópicos. Sin contar el aspecto de difusión institucional, en el corpus sonoro se identificaron 67 temas. La frecuencia es variable. Mientras que muchos tópicos aparecen en uno o dos spots, otros tienen una presencia

mayor y más constante en el corpus sonoro. También se puede evidenciar una relevancia particular por temas vinculados a la dictadura cívico-militar, por incursiones en la vida política y la democracia, y el interés por hablar sobre medios de comunicación.

Referencias a los entornos

Por otra parte, se entiende como relevante identificar en el corpus sonoro referencias a los entornos con los que La Tribu como medio de comunicación se vincula. Si desde la economía política de la comunicación es importante entender a los medios de comunicación y otras industrias culturales en vinculación con los intereses políticos y económicos, en la presente investigación, para establecer si la artística institucional es un espacio relevante para que una radio comunitaria opine sobre el contexto y despliegue su dimensión política en la arena pública, se hace fundamental, además de establecer una relación entre la artística y lo que la organización piensa, identificar el modo en que la voz de la emisora se relaciona con sus entornos. Ya sea para opinar sobre la actualidad y la realidad con el bagaje de sus valores y principios, como para identificarse con la audiencia o la forma en que esos entornos inciden sobre el trabajo de la emisora. Por lo tanto, se hace una escucha para identificar en las piezas del corpus sonoro referencias concretas a los contextos, es decir a noticias, hechos, datos o personajes del momento.

A este respecto, en el corpus sonoro de 317 piezas, se han identificado referencias a los entornos en 127 piezas, es decir, un 40%. Entre estas referencias presentes se identifican noticias o acontecimientos del momento (por ejemplo, Mundial de fútbol Alemania 2006, visita de Bush a la Argentina, tragedia del supermercado en Paraguay), y personajes del momento (mención a políticos del momento como Mauricio Macri o Cristina Fernández, o la presencia de voces reconocibles de personajes como los ya mencionados o Luis D'Elía).

Tipo de referencia	Referencias mencionadas	Cantidad
Referencias a noticias/ acontecimientos del momento	• Crisis de 2001 • Cortes de ruta/calle • Registro de protesta real • Datos de pobreza • Asesinato de manifestantes • El dólar • Quiebra de bancos • Elecciones de 2003 • Aprobación de ley indígena de México • Represión en Brukman • Tragedia del supermercado de Paraguay • Datos de consumo • Spot de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas • Visita de Bush a la Argentina • Ley de Radiodifusión vigente • Inhabilitación de La Tribu • Mundial de fútbol 2006 • Elecciones de 2007 • Gran Hermano • Slogan de campaña de Macri en Bs. As. • Precios del momento • Noticia, móvil, registro de suceso • Crecimiento de la construcción en Bs. As • Costo del gas • Cuestionamiento al INDEC • Enfrentamiento gobierno Cristina Fernández-medios de comunicación • Decreto que prorrogó el uso de licencias a los medios • Retenciones al campo • Hechos puntuales pero cotidianos de	130

	personas no reconocibles	
Referencias a personajes del momento	• Cristina Fernández • Mauricio Macri • Néstor Kirchner • Jorge Telerman • Daniel Filmus • Piqueteros • Mohamed Alí Seineldín • Luis D'Elía • Hebe de Bonafini • Susana Giménez • Jorge Julio López • Juan Carlos Blumberg • Daniel Hadad • George Bush • José Luis Cabezas • Santo Biasati • Fernando De la Rúa	40
Referencias de contexto totales		170

Tabla 6: Referencias contextuales. Fuente: elaboración propia

Los spots en los que se identifica alguna referencia de este tipo coinciden con los clasificados como "de opinión". Siempre que al escuchar la pieza sonora, su contenido llevó a alguna referencia de actualidad fue clasificada como "de opinión" en virtud de la definición adaptada de la clasificación de AMARC-ALC e Interconexiones (2016), que las entiende como aquellas que "se inclinan por manifestar opiniones sobre algún tema" (p. 18). A los fines de esta investigación, se usó esta perspectiva para temas sincrónicos al momento de elaboración de cada pieza, es decir, a la coyuntura y no a los principios y valores de fondo y fundantes que guían el trabajo de la radio en general, los cuales son abordados en las piezas nombradas como "declarativas". Por lo tanto, la presencia de algún elemento de la actualidad en las piezas, se considera una garantía para señalarlas

como "de opinión" (o mixtas, es decir las "declarativas/de opinión") porque se entiende que la presencia de estos elementos es decidida para opinar sobre ellos, para introducir la mirada de la emisora sobre aquellos acontecimientos que elige mencionar.

Vale hacer una aclaración especial acerca de la serie sobre el trigésimo aniversario del Golpe de Estado cívico-militar realizada en 2006. Si bien es una seña de época, porque se trata de una serie de piezas realizadas para ese aniversario, y así es mencionado en los spots, el hecho de abordar temas históricos, coloca a la saga en el plano de lo declarativo, porque le permite a La Tribu desplegar sus valores y principios en relación a los acontecimientos narrados, más que intervenir en una coyuntura. El hecho de que sea una saga-efeméride no alcanza para que se transforme en una saga de opinión, por cuanto no está interviniendo directamente en temas del presente, sino difundiendo hechos históricos para realzar principios en torno a la memoria, la verdad y la justicia, y contra las dictaduras. La efeméride se transforma entonces en una oportunidad para expresar una posición en torno a temas que exceden lo coyuntural.

Cabe reiterar aquí que en la búsqueda de una primera clasificación del corpus sonoro se identificó que en el caso de La Tribu, varias piezas sonoras podían ser clasificadas tanto como "declarativas" como "de opinión"; por lo tanto se decidió abrir un nuevo criterio clasificatorio para las piezas que cumplen con ambas funciones, por cuanto resultaba artificial forzar las piezas para que entraran en una sola de ellas, en lugar de comprender la riqueza narrativa y de funciones que estaban proponiendo y que puede ser una característica a profundizar a futuro para otros casos del subsector comunitario de la radio. En virtud de esto, hay 41 piezas del corpus sonoro que contienen tanto referencias concretas a los entornos, como miradas y valores generales sobre la realidad. Es decir que un 12,9% del corpus sonoro es de función mixta.

Es menester enfatizar también que lo que aquí se describió es lo que las piezas sonoras ofrecen en un nivel cero: el de una escucha de identificación de tópicos presentes que prescinde de un análisis interpretativo o de relaciones con la dimensión política de la emisora. El ejercicio aquí es desde el corpus sonoro. Este trabajo descriptivo será un insumo en el capítulo siguiente para allí sí, reagrupar temáticamente, buscar la presencia de los marcos conceptuales de La Tribu en aspectos menos explícitos de la artística, hilar más fino entre lo que dicen los eslóganes de las sagas y el resto del contenido, observar qué de lo establecido como dimensión política de la emisora puede encontrarse en el corpus sonoro y de qué manera, haciendo un ejercicio que allí puede ir y volver entre la dimensión política y la artística institucional, leyéndolas en clave relacional.

4.4. El método de creación de la artística: el modelo C-I-C

Además del análisis que permitió clasificar los distintos tipos de piezas del corpus sonoro, y determinar sobre qué temas versan o a qué elementos del contexto hacen referencia, interesa averiguar las formas en que fueron realizadas, ya que ese aspecto de la creación incluye elementos organizativos que contribuyen a completar el panorama de vinculación entre la dimensión comunicacional y la dimensión política de La Tribu, tal el interés de esta investigación.

El modelo llamado aquí como modelo C-I-C se hace útil para establecer los grandes rasgos del trabajo productivo de La Tribu, al menos en lo que a su artística institucional refiere. Se trata de un modelo que se inicia en lo colectivo (los debates, discusiones y definiciones políticas del colectivo), de allí va a una instancia de trabajo individual (de alguno o algunos miembros del colectivo que toman la tarea por interés o necesidad), donde se crean los guiones y las sonoridades de las artísticas institucionales, y de allí vuelve a una nueva instancia colectiva. Esta última instancia colectiva es más informal y variable, puede ser tanto en asamblea o en reuniones informales de pasillo, y es donde las piezas sonoras vuelven al resto del equipo que no participó activamente de su producción para que hagan comentarios, correcciones, sugerencias o las confirmen como idóneas para su puesta al aire. Más allá de las diversas formas que el trabajo sobre la artística institucional adoptó entre 2001 y 2009 en La Tribu, se puede decir que en general todas coinciden con este circuito que podría acaso ser un rasgo particular del proceso productivo cuando se trata de expresar al aire la voz colectiva de la organización. Por ejemplo, para Gustavo Hoffman, editor de la radio: "la construcción del texto es colectiva y lo sonoro puede ir de la mano de quien edita, que es otro sello" (Hoffman, entrevista 1)

La sistematización que aquí se hace para llegar al modelo C-I-C se basa en lo declarado por los y las entrevistadas para esta investigación, y tiene que ver con los métodos de producción, las formas de organización del trabajo, las personas intervinientes, la constancia o no de estas formas de trabajo a lo largo de los años. Con esto, se pretende tener una idea más acabada de cómo es la "cocina" de estas piezas sonoras, con el objetivo de contar con más información sobre la dimensión comunicacional y las particularidades de la artística institucional para una radio comunitaria y alternativa como La Tribu. Teniendo en cuenta que las formas de organización de un medio comunitario son entendidas aquí como parte de la dimensión política del medio, averiguar si hay alguna especificidad en los métodos de producción, se sumará a la información ya vertida en el capítulo anterior sobre las opiniones que tiene la emisora sobre la realidad y la actualidad, para

luego, en el capítulo siguiente, contrastar toda esa información con aquello que la radio ha sido capaz de decir en su artística institucional, a los fines de reconocer compatibilidades, correspondencias o desajustes entre la dimensión política (incluido lo organizacional expresado en los modos de producción sonora) y la dimensión comunicacional (puntualmente en la artística institucional de 2001 a 2009 disponible en el corpus sonoro).

Lo primero que hay que decir es que no es posible identificar un solo método de trabajo a este respecto que se haya mantenido a lo largo de la historia. Y tampoco que en todos los momentos la forma de elaborar la artística haya sido estandarizada y de pasos explícitamente acordados. Más bien se trata de un área donde prima la creatividad, la flexibilidad, basada en algunos preceptos de la forma de organización de la emisora que funcionan de telón de fondo y guía para el ejercicio del trabajo en este tema en particular. En algunas épocas ha habido responsables designados explícitamente para encargarse de esta producción (en 1995 se menciona como responsables a Hugo, Fatiga, Leandro y Martín, DTN07/95). O ha sido definida como un “área de la radio con autonomía relativa” (DTN09/97, p. 7).

Consultados y consultadas por las formas de producción, los y las entrevistadas coinciden en señalar que si bien había un método de producción, este no era rígido, permanente ni estricto para el colectivo, sino que se basaba en las formas que tenían quienes más se encargaban de la cuestión, que en definitiva se trataba de "quienes estuvieran en el estudio de edición o tuvieran ganas de colaborar (...) éramos 3, 4 o 5 personas haciendo distintos spots; se armaba con los que estaban como para eso y los que tuvieran ganas de colaborar" (Hoffman, entrevista 1). Dependiendo del momento, la creación era liderada por Hugo Lewin, Damián Valls, Gastón Montells, Ximena Tordini, Rodrigo Tornero, Diego Skliar. En general se coincide también en que las ideas de las artísticas y las formas estéticas eran producto de algunas cabezas, sobre todo la de Gastón Montells para el período del corpus sonoro analizado, pero consecuencia de las habituales discusiones internas sobre las prioridades políticas y culturales del proyecto y las decisiones colectivas de cuál será el tema y "bajada" de cada saga (Hoffman, entrevista 1). La "bajada" a la que se refiere Gustavo Hoffman es la idea que ha de expresarse en un eslogan o en un grupo de eslóganes que, como ya se vio, muchas veces son variaciones sobre una misma idea fuerza.

Teníamos una dinámica de discusión política muy profunda, muy sostenida, de mucha reflexión sobre el país, la ciudad, nosotros mismos, los medios. Esa capacidad autorreflexiva de La Tribu fue muy formadora e interesante. (...)

Entonces con todo ese bagaje los compañeros trataban de poner eso en creatividad, palabras, identidad artística, música, sonidos. (Kejval, entrevista 7)

También que esto se daba en forma natural, con un fuerte componente de instinto, intuición, sentido de oportunidad, ganas de quienes se hacían responsables, y la confianza del colectivo sobre los rumbos tomados. Y que no había complejos para intentar diferentes modalidades, pero que siempre de algún u otro modo emanaban de los lineamientos colectivos generales para todas las acciones de la emisora:

El órgano mayor de cada época tiene claro los lineamientos en los que se iban a trabajar y cada área traducía los lineamientos a sus formatos y necesidades. Si se cumplían 30 años del Golpe y la línea fundamental de ese año de La Tribu era esa, se pensaba, pero no quiere decir que cada artística se discutía en asamblea. (Skliar, entrevista 3)

También se coincide en que si bien no había instancias formales o duraderas en donde todo el colectivo participara de la escritura, grabación y edición concreta de las piezas, sí estaba constantemente informado y se opinaba de lo que se iba haciendo. No era este un mecanismo formal sino natural de puesta a prueba y aceptación colectiva de las piezas, basada en la convivencia cotidiana en el mismo espacio, en lo que puede llamarse como “consultas de pasillo”.

Tuvimos distintos métodos. Al principio centralizábamos más, porque éramos menos. Después íbamos delegando. Después teníamos funciones: yo empezaba editando y escribiendo, y después terminaba más como proponiendo algunas líneas discursivas y no editaba más. Fueron períodos, pero siempre fue un proceso bastante colectivo de la dirección de La Tribu, no solo de la radio, y en la radio se afinaba. (Montells, entrevista 4)

Algunas veces se probó con encuentros específicos para realizar la artística, con participación de muchas personas de la asamblea, pero en general la responsabilidad la tomaba un puñado de personas, las más interesadas o con tiempo de abordar esa producción. Esa es la instancia que si bien aquí se nombra como individual, tiene un aspecto colectivo, porque casi nunca se trataba de una persona sola, sino duplas o tríos que trabajaban las piezas en diálogo.

Sobre la instancia colectiva final, esa de corrección o aceptación de las piezas, se da con distintos niveles de participación y formalidad. Muchas veces se trataba de pedir a los y las compañeras que pasaran por el estudio a escuchar y dar su opinión, otras de alguna escucha en grupos reducidos o incluso consultorías externas: "Recuerdo 'Poética del incompleto', mandarle toda la saga a Joaquín Cófreces y que nos diera una opinión. No hubo un sistema claro en cada caso, dependió de cada época" (Skliar, entrevista 3)

Se escribía, se reescribía, antes de grabar se metía mucha mano a los textos, se contrastaba, se grababa, se escuchaba, "che, pasá, escuchá". Había un trabajo muy dedicado y muy lindo, la pasaban bárbaro haciendo eso. Era muy lindo. Eran muy felices haciendo eso. (Kejval, entrevista 7)

Como se ve, las formas iban variando, había una búsqueda despojada de estrictos formalismos para encontrar la forma más natural, orgánica y potencial para provocar y encausar la creatividad que cristalizara lo establecido en conversaciones más de tinte político sobre el proyecto, que sí eran más concretas y en espacios formalmente diseñados como el área de dirección o la asamblea. Asimismo, y a pesar de la falta de formalidad en instancias de creación de artística o constancia en las formas de su producción, se ve cómo el componente colectivo está presente siempre como una herramienta de consolidación de las ideas y puesta a prueba de las creaciones.

Entre esas diversas y variables formas de encarar la producción de la artística institucional en el período, también se incluyen, sí, reuniones específicas de creación e incluso la participación de programas en la generación de artística, es decir, aportes de personas que formando parte de La Tribu, no eran parte de su equipo de gestión. Esta posibilidad abre a la participación de productores y productoras de programas independientes (por ejemplo Marcos Grajales del programa "En la boca no" [Hoffman, entrevista1]) en algo tan sensible como la artística institucional. Esto permite explicar sagas tan disímiles y en algún punto disonantes con la línea estética de la emisora como las del Negro Cariño, que si bien se acoplan en general a los principios de la radio, y tenían una suerte de supervisión de la gestión, terminan siendo algo notoriamente diferente del resto:

Había un colectivo de producción del cual incluso participaban algunos programas que proponían líneas de producción: hay toda una serie que ni siquiera la hizo quienes integrábamos el colectivo, sino algunos programas que nos proponían piezas puntuales, hacíamos observaciones, le pasábamos los crudos de

Damián y ellos proponían y hacían, pero eso fue más al final. (Montells, entrevista 4)

Así como su dimensión política, la artística institucional en La Tribu también reconoce una continuidad histórica, que si bien ha ido tomando forma, consolidándose y afinando con el correr de los años, brinda un marco de posibilidades dentro del cual habitan las formas de producción de cada nueva saga:

Hay un ADN interno que va a sonar más o menos parecido. La construcción narrativa, artística, estética de La Tribu es tan fuerte por lo menos internamente, que vos sabés siempre que cuando vas a ponerte a pensar, a editar una artística institucional, vas a tener ciertos elementos para jugar que son los que están en la historia de La Tribu. Hay un sonido construido colectivamente que no podemos sacarnos de encima. Con todo lo bueno y todo lo malo de eso. (Demasi, entrevista 5)

Hay un marco de acuerdos explícitos generados mediante las instancias de decisión formales que, sumado a la identidad que el colectivo fue construyendo, generan un margen de confianza que hace posible y segura la creatividad para producciones como la artística institucional: "en las piezas institucionales está la inteligencia colectiva" (Montells, entrevista 4).

Había las dos cosas: confianza en los compañeros, en la delegación de esa tarea. Y también una socialización de lo que se producía, entonces íbamos y veníamos, pero no es que había una solemnidad de "ahora es el momento en que todos escuchamos y opinamos", era un poco más informal, porque también esos procesos requieren también de ir un poco más flojo, no es reunión de "todos a escuchar", es una cosa opresiva eso, era "che, pasate al estudio, fijate, cómo la ves", y los compañeros tomaban lo que íbamos diciendo, y lo que tenías como telón de fondo eran todas las conversaciones. (Kejval, entrevista 7)

Aquí se hacen presentes, por un lado, la dimensión transversal de lo afectivo, ya que esta producción es posible gracias a la confianza por los y las compañeras que se encargan, las ganas y el disfrute de quienes se hacen cargo, el tiempo que ellos podían destinarle gracias a que otros compañeros estaban haciendo otras tareas; y también el componente de lo inasible: intuición,

improvisación, sentido de la oportunidad, error, astucia, siempre latentes como ingredientes listos para ser encausados, resignificados y convertidos en potencia creadora para la producción.

Sobre la creación de las series, se destaca que en la producción, además de una búsqueda temática y estética, se pensaban textos en dos planos: uno más poético y otro más concreto, literal, en consonancia con el diálogo entre las visiones de transformación de mundo a largo plazo y las intervenciones concretas sobre la actualidad inmediata:

Hubo un conjunto de piezas que decían “que te acostumbres no quiere decir que tenga que ser así”, que era totalmente literal: cómo estamos viviendo no significa que es el único modo de vivir. Entonces siempre armábamos las series con una línea más abstracta, más jugada, más poética, más iconográfica, más compleja, y un contrapunto mucho más literal. Entonces se ponían en conversación juntas. (Montells, entrevista 4)

Sobre esa serie, Ximena Tordini recuerda que hicieron los textos junto a Gastón Montells, y que ese tipo de creaciones eran producto de toda la reflexión política constante al interior del colectivo:

Escribíamos cosas, leíamos mucho, era sobre todo eso. Llegábamos a eso pero antes lo que habíamos hecho era pensar qué es el capitalismo en la ciudad, y estaban esas ideas de la intemperie, la calle es un cable pelado y llueve todo el tiempo, eso de tratar de poner en palabras una experiencia de lo que pasaba en esa situación y cosas como “acostumbrarse es morir” vienen del post marxismo. (Tordini, entrevista 6)

En documentos internos de 2004 (DTN24/04), se puede ver cómo en lo concreto, una de las formas de búsqueda de la síntesis de un eslogan o concepto se asemeja metodológicamente a la tormenta de ideas, pero también a una disciplina proyectual, por cuanto hay ciertas imágenes que se ponen como objetivo y a las que se quiere llegar, y que emanan de las discusiones y definiciones políticas ya elaboradas. También hay algo de cadáver exquisito en la forma en que, en este caso dos personas, van participando de la búsqueda de las ideas. Con este ejemplo se constata que la producción está liberada de burocracias o formalismos, pero que emana de las definiciones de la

organización, que va encontrando su método durante la práctica y también que se basa en qué personas estén tomando la iniciativa y sus formas de vincularse:

Ayuda uno: el concepto perfilado es "lo imposible es posible".

(Adidas usó esa idea que nos gusta que es "imposible es una elección").

Ayuda dos: decidimos positivar la expresión (sin exagerar el optimismo y sin exagerar, literalmente). Tratar de ser propositivos. Considerar los 15 años como punto de partida.

Ayuda tres: sabemos que son 15 años de otra cosa, y que esa otra cosa es parecida a la idea de que "el sueño es posible" (...)

Ayuda cuatro: nos gusta Viva!Rojo.

Ayuda cinco: El Futuro es acción.

Ayuda seis: vamos a reposicionar apagá LT y hacé tu radio.

Ayuda siete: la dualidad danza/batalla es agradable.

Ayuda ocho: bailando en la cubierta del Titanic también.

Ayuda nueve: intentemos ser sencillos pero profundos.

Ayuda diez: sencillos, profundos y creativos (podremos también ser totalizadores?)

Juguemos hasta escribir esa palabra.

Abrazos

Gastón.

Sigo yo a ver qué pasa. Xime

No te acostumbres. Otro mundo puede ser.

No hay otro mundo. Pero podemos hacerlo.

Acostumbrarse es morir.

Apagá La Tribu y hacé tu radio.

Comunicación para otro mundo.

Hacé tu radio. Hacé nuestro mundo.

No escuchés más radios. Hacé nuestro mundo.

La radio no sirve.

La radio es sus consecuencias

La comunicación alternativa es sus consecuencias.

Apagá la radio y cambiá tu tribu.

Apagá la radio y cambiá esta tribu.

La historia es ahora.

Escuchar es calmante.

Escuchar radio no sirve para nada.

No somos iguales. No somos diferentes.

El sistema funciona si nosotros funcionamos. (The system works because you works.)

Cuando te negás, existís.

El estado de las cosas o las cosas del estado.

La Tribu. 15 años

88.7 ¿y después qué?

La Tribu. El fin de la radio.

One love, one life

Amigos de lo ajeno

No se me ocurre nada

Lamento decirlo, pero la música de kabul está buena-

La radio no sirve.

Juntate con extraños.

La Tribu. Nada es para siempre (usted sabrá interpretar). (DTN24/04)

En algunas series la idea inicia por la oportunidad de hacerlo, y se va alimentando en construcción con otros y otras. Por ejemplo, así es el caso de la serie hecha a propósito de la visita de Bush a la Argentina. En el año 2005 La Tribu participó de los preparativos para las actividades de repudio a la visita del presidente Bush a la Argentina con la intención de impulsar el tratado de libre comercio ALCA. En esos momentos se organizó una contracumbre en Mar del Plata que fue un acontecimiento de resistencia de las organizaciones y algunos mandatarios antiimperialistas. Para este acontecimiento La Tribu definió en asamblea que el tema de la visita de Bush sería prioritario como línea de trabajo, y ello se concretó en diversas producciones como recitales, un disco, graffiti y la artística institucional de ese año: "En esas reuniones salió una idea, que se volcó al aire, fue a Mar del Plata, artistas mandaron canciones, salió un disco y eso tomó formas complementarias a la identidad institucional del aire o a una pieza artística" (Montells, entrevista 4).

Un aspecto central de la artística institucional que requiere una reflexión es la continuidad de la voz institucional, que es la voz de uno de los fundadores, Damián Valls. En tren de sostener la idea de que La Tribu como institución, a pesar de variaciones, reconoce continuidades en las dimensiones política y comunicacional a lo largo de su historia, es importante señalar este aspecto, por cuanto la presencia de la voz de Valls ha sido una constante que ha dado hilo histórico a la forma en que la radio se expresa institucionalmente al aire. Y esto ha sido posible gracias a que Valls ha seguido grabando las locuciones institucionales pese a no pertenecer más a la gestión de la emisora.

Yo lo consulté con Diego Skliar en algún momento, le dije: "¿no te parece que debería ser una voz más joven?" (...) Lo que me dijo Diego es que habían definido modificarlo, estuvieron haciendo pruebas pero que ninguno terminó de convencerlos. (Valls, entrevista 8)

En los últimos años, ha habido una decisión institucional de agregar otras voces a las locuciones oficiales de la artística, diversificando el sonido pero sin abandonar, hasta ahora, uno de los sellos distintivos que han hecho a la identidad sonora de la emisora. Este particular se retoma en el capítulo siguiente.

En cuanto a las formas de producción, se partió con la inferencia de que un tipo de producción sonora como la artística institucional, por sus características intrínsecas y su valor de uso y reuso, era el espacio donde la producción se daba con mayores niveles de planificación, corrección,

consenso y aprobación colectiva. Pero los protagonistas de las diferentes etapas, relativizan esta noción.

En primer lugar, las dinámicas de funcionamiento interno de la emisora, si bien siempre colectivas, van variando con el correr de los años. Segundo, lo colectivo no se expresa solamente en la instancia de asamblea general, sino también en comisiones, subgrupos, duplas informales, e incluso en el trabajo individual dentro de un marco en el que juegan acuerdos generales, confianza, división de responsabilidades, expertise, vocaciones y disponibilidades de tiempo diferentes. Tercero, la impronta de los individuos que forman parte de esos colectivos, no pasa inadvertida y debe ser tomada en cuenta: quiénes hacen las artísticas “en realidad tenía que ver con las inquietudes de quienes integrábamos el colectivo” (Montells, entrevista 4). Cuarto, la forma en que se han ido produciendo las diferentes campañas no es única, y ha ido variando. Quinto, esa forma no solo responde a la planificación de la asamblea, sino que se flexibiliza en relación a las necesidades, a las voluntades, al tiempo disponible, a las urgencias propias de la práctica cotidiana; a los inasibles difíciles de ubicar académicamente. Sexto, en un proyecto como La Tribu, y en la producción de piezas de este tipo, no solo hay lugar para el ejercicio de la intuición, la improvisación, el aprovechamiento de lo imprevisto, sino que son elementos constitutivos de la producción, y que dialogan constantemente con metodologías más rígidas y procesos más estandarizados: “El mecanismo no puede ser una cadena, lo que te genera límites, sino una cancha bien regada para las intuiciones” (Skliar, entrevista 3) o en palabras de Hugo Lewin, “la planificación sumada al desborde creativo” (Colectivo La Tribu, 2000, p. 219).

El ensayo y error no se da solo en el plano de la creación, sino que en el mediano plazo también se da en el plano de las dinámicas de organización para llevar a cabo el trabajo cotidiano; se planifica pero se va modificando la forma de trabajar con el correr del tiempo; a pesar de la intensiva planificación, asimismo, hay lugar para el imprevisto, el arrojo personal, la inspiración, pero que es canalizado gracias a la planificación y organización que se da la emisora: “Sea por accidente, imprevisto o planificación, el aire de nuestras radios expresa no sólo lo que queremos comunicar sino además todas aquellas perspectivas que se ponen en juego en el momento mismo de la enunciación” (Montells, 2007b). Asimismo, la forma colectiva de trabajo funciona como un marco de autorregulación dentro del cual es difícil que se obre a contramano de lo que el proyecto es:

La Tribu siempre fue un proyecto grande. Es difícil distraerse del camino, habiendo tantos y tantas instancias. Es muy difícil que ese elefante pifíe el camino mucho tiempo. Me gusta creer que los colectivos nunca se equivocan. Si hay un montón pensando algo, puede no gustarte, pero no hay un error. (Skliar, entrevista 3)

Esta lógica que entiende que es difícil salirse del camino de lo que la misma emisora fue forjando, sirve no solo para lo político y las formas de trabajo, sino también para entender a la artística institucional y la identidad sonora de la radio como un continuum, que si bien reconoce etapas y tiene diferencias entre épocas, remiten a un mismo espíritu, al trazado de una continuidad histórica que a la vez que se fue terminando de delinear, se fue fortaleciendo. En esto coinciden los entrevistados: Damián Valls asegura que el trabajo de Gastón Montells en torno a la artística en el período estudiado “retoma un montón de cosas y le incorpora otra impronta, algunos textos más complejos de ser dichos” (Valls, entrevista 8). Es decir, hay transformaciones o variaciones pero sobre un camino de grandes rasgos ya forjado.

Por todo esto es que se concluye que si bien no hay un solo método ni forma de trabajo permanente, y en la historia de La Tribu se han intentado diferentes instancias y circuitos para la producción de la artística, en el período estudiado se trata de un tipo de creación flexible empujada por algunas personas interesadas, con basamento en la confianza y en las definiciones colectivamente elaboradas. De este modo, se podría describir como un modelo de producción C-I-C, que parte de discusiones colectivas (C), que dan sustento a una producción de iniciativa individual (de varios individuos) (I), cuyos resultados y productos son confirmados y aprobados en instancias colectivas (C).

La gran cantidad de piezas sonoras que forman parte del archivo sonoro de La Tribu para el período elegido, muestra la relevancia que la artística institucional tiene para un proyecto de radio comunitaria como La Tribu.

Luego, en su composición interna, se revela que la artística institucional no solo cumple con el rol tradicional de ubicar al oyente en emisora y dial, sino que es un lugar desde el cual La Tribu dice otras cosas, opina, genera contenidos estéticos. Esta noción se hace especialmente importante

para indagar en el recorrido de una emisora comunitaria y por ello es que esta investigación se hace relevante como parte del campo de estudio de las industrias culturales.

Una primera clasificación realizada permite ver que la mayoría de las piezas (un 69%) tienen un rol directamente vinculado con la voz de la emisora opinando o incidiendo sobre la realidad, sea en su faceta abstracta o general, como en su faceta concreta y puntual, sobre la noticia. Asimismo, se revela que hay una porción importante del corpus sonoro que se ubica en una intersección entre la opinión sobre un tema cercano y palpable y la declaración de principios trascendentales, lo cual constituye un punto a ser destacado.

Esta clasificación ha permitido además hacer un primer ejercicio de identificación de temas y de referencias a la actualidad, de modo de poder seguir profundizando en el análisis en el capítulo que sigue, ya no solamente en la dimensión política o la dimensión comunicacional, sino justamente en un aspecto relacional, de ida y vuelta entre lo que piensa la organización y lo que expresa el corpus sonoro, para encontrar aspectos que brinden más información sobre el rol de estas piezas sonoras, y por ende, de un exponente de un subsector clave de las industrias culturales. En este sentido, en un nivel cero de análisis, se concluye que el corpus sonoro aborda 68 temas (incluido el tema institucional), y que 127 piezas de las 317 (un 40%) incluye 170 referencias a hechos o personajes vinculados a la coyuntura, brindando una primera mirada que permite entender a la artística institucional como un espacio en el que la emisora despliega sus ideas sobre el mundo.

Además, se vislumbra la gran riqueza creativa del colectivo, no solo por la cantidad de piezas elaboradas, sino por la variedad, expresada en diferentes eslóganes, pero también en diferentes sagas y tipos de piezas. A pesar de esa variedad, se reconoce, en general, una línea identitaria reconocible muy propia de La Tribu.

Por otro lado, la producción de este tipo de piezas no es estandarizada y responde más a momentos de oportunidad y a la impronta de las personas interesadas en hacerlo, que a un método formalizado de producción y aprobación que encaje con la planificación propia de las dimensiones de la gestión de un medio comunitario. Necesariamente la creación de este tipo de contenidos encuentra su lugar de potencia creativa en formas más libres y menos encorsetadas, que para vivir sin contradicciones con el intenso debate y reflexión políticas y la organización para la gestión de un medio, se basa en la idea de marcos de confianza, acuerdo y acción consensuados colectivamente en instancias sí más formales y explícitas como las de dirección, asamblea, gestión

por áreas donde se discute la política exterior, la línea editorial y se toman decisiones de pasos a seguir por la emisora y temas sobre los cuales intervenir.

Esas perspectivas funcionan como insumos para quienes crean las artísticas con el mandato y la confianza, más explícitos o más implícitos, de cristalizar los debates, motivaciones e ideas de la organización en un conjunto de piezas sonoras con una identidad atravesada por la historia de la emisora, por las personas intervinientes en cada proceso, por las discusiones políticas y por componentes menos formalizables como lo afectivo y lo intuitivo. Sin embargo se reconoce que para aprovechar la potencia creadora y la explosión de ideas se cuenta con formas que hacen posible esa efervescencia porque así se considera necesario, pero a la vez mecanismos que la encausan y permiten poner a prueba interna cada producción antes de salir al aire: esas cláusulas de aceptación colectiva están no solo en la confianza institucional en los encargados de la realización, sino en la idea de que esa realización se hace a instancias de las discusiones y que además hay mecanismos a veces más formales y a veces más improvisados pero siempre existentes, de opinión colectiva, corrección, aprobación de las piezas, como aquellos en algunos casos en reuniones o en formación de equipos o duplas de producción, como así también en las consultas de pasillo e incluso externas para las sagas de artística institucional.

Los métodos de producción de la artística institucional, por tanto, tienen un fuerte componente colectivo, pero también dependen de la iniciativa de interesados e interesadas que ponen en juego allí su tiempo, pasión, gusto, disfrute, conocimientos, inspiración. A lo largo de las diferentes etapas de La Tribu, ha habido momentos de mayor o menor estandarización en los procesos de un tipo de producción que necesita flexibilidad, frescura, libertad creativa. No obstante, puede identificarse una constante que ha sido nombrada aquí como el modelo C-I-C, que surge de las discusiones colectivas, se asienta en la ejecución muchas veces individual, pero es legitimada, y aprobada en nuevas instancias colectivas. Estas metodologías necesitan de aquellos inasibles mencionados como la inspiración, la improvisación, el cambio, la sorpresa, que son posibles en un contexto de trabajo como el de La Tribu gracias al basamento que brinda la discusión política y también los lazos de confianza, respeto y cariño entre sus integrantes, una dimensión transversal que también permite explicar la sostenibilidad y potencia de este tipo de experiencias.

Con toda la información hasta aquí relevada, en el capítulo siguiente se analizarán las correspondencias y cómo se vincula la artística institucional del período con las posiciones políticas de la organización para indagar si La Tribu, como experiencia del sector de la radio comunitaria,

utiliza el aire de la emisora para comunicar sus ideas y con ellas intentar incidir en la realidad, desde la perspectiva que propone la economía política de la comunicación de comprender las industrias culturales como relaciones entre lo político, lo económico y lo mediático (Mosco, 2006).

Capítulo 5. Intersección y correspondencias

Separar la acción del pensamiento es un modo de concebir una organización.

No la que queremos para La Tribu.

(Colectivo La Tribu, 2004b, p. 13)

En el capítulo 3 se construyó la dimensión política de La Tribu, identificando 14 marcos conceptuales y diversas causas concretas de intervención declaradas por la organización. En el capítulo 4 se hizo una descripción y primer análisis de las artísticas institucionales de la emisora de 2001 a 2009, mediante el cual se las clasificó en informativas, declarativas, de opinión y declarativas/de opinión. También se anotaron los principales temas que podían identificarse en las piezas, y qué referencias contextuales contenían, en un ejercicio que iba desde las piezas sonoras, aún despojado de las relaciones con la dimensión política y con un análisis interpretativo. Adicionalmente se trazaron algunas características de los métodos de creación y producción de estas piezas.

Lo que aquí se busca es analizar las relaciones entre la dimensión política de La Tribu y su dimensión comunicacional, puntualizada en la artística institucional. Es decir, que desde lo recorrido en los capítulos anteriores, se hará un análisis que tome las conclusiones hasta aquí elaboradas como punto de partida para un análisis relacional e interpretativo que brinde información sobre las correspondencias entre el corpus sonoro, la dimensión política y los entornos de la organización. El ejercicio será triple: por una parte, se constatará cuánto de la visión de mundo que tiene la organización aparece expresado en la artística institucional y de qué modo. Los principios políticos de La Tribu, aquello en lo que cree, detallado en el capítulo 3 y construidos como marcos conceptuales en esta investigación, ¿se hacen presentes en su artística institucional? Por otra parte, se indagará cuántas de las causas concretas que La Tribu dice defender, son tematizadas en la artística institucional. Por último, desde la economía política de la comunicación interesa hacer un énfasis especial en la relación que La Tribu expresa en estas piezas sonoras respecto de acontecimientos de los contextos mediático, económico y político. Más allá de las causas concretas que defiende, cuánto reacciona La Tribu a temas de actualidad a través de la artística institucional, cuánto de esa actualidad se hace presente en las piezas sonoras de La Tribu.

Antes de llegar a ello, y habiendo descripto las dimensiones política y comunicacional en los capítulos anteriores, también se hará mención a la vinculación entre dimensiones y, concretamente, la vinculación entre las dimensiones política y comunicacional para ubicar el desarrollo del presente capítulo, que como interesa a esta investigación, aborda un análisis de la forma de la gestión de un caso de subsector de la radio comunitaria como un aporte al conocimiento de las industrias infocomunicacionales desde la perspectiva de la economía política de la comunicación.

5.1. Vinculaciones entre dimensiones de la gestión

Para analizar las características y el funcionamiento de casos del subsector de la radio comunitaria dentro de las industrias culturales, es útil partir de cierta clasificación de las dimensiones de la gestión que habilita una forma de abordarlas. Dicho de otro modo, tener en cuenta que en el desarrollo y día a día de una emisora de fines sociales se ponen en juego diversos temas, necesidades, obligaciones y perspectivas, organiza la indagación sobre las experiencias, porque orienta la observación y la ordena. Para esta investigación, recuperando todo el desarrollo teórico en la materia, el cual fue descripto en el marco teórico, se estableció que ese abordaje tomaría en cuenta tres grandes dimensiones de la gestión con las cuales las radios comunitarias aseguran su continuidad, su funcionamiento interno y su sostenibilidad: las dimensiones económico-administrativa, política y comunicacional. Ahora bien, por el mismo hecho de que la sostenibilidad es multidimensional y que la división entre dimensiones es analítica, es necesario prestar atención a las formas en que esas dimensiones se relacionan, se influyen, se condicionan (Godínez Galay, 2019).

Sobre esta articulación necesaria entre las dimensiones, dicen Villamayor y Lamas (1998):

La articulación de las perspectivas político-cultural, comunicacional y empresaria da lugar al proyecto institucional de radio comunitaria y ciudadana. La gestión es la manera concreta de plasmar esa articulación a través de los modos organizativos que mejor sirvan a la misma y sean coherentes con los objetivos de la radio (Villamayor y Lamas, 1998, p. 20).

Esta investigación, y este capítulo en particular, son un esfuerzo por indagar en la forma en que las dimensiones de la gestión funcionan e interactúan en un caso concreto. Para ello se ha

decidido analizar la artística institucional del período 2001-2009 de La Tribu, como parte de la dimensión comunicacional, en vinculación a su dimensión política.

5.1.1. Vinculaciones entre las dimensiones política y comunicacional

Como aquí se ha desarrollado, la sostenibilidad de las radios comunitarias es integral, y las dimensiones de la gestión interactúan; ello quiere decir que en un proyecto que tienda a un funcionamiento virtuoso, estas dimensiones mantienen relaciones de correspondencia y coherencia. En el caso de las dimensiones política y comunicacional, se espera que aquello que la radio piensa, aquello en lo que cree, su visión de mundo, logre expresarse en sus contenidos comunicacionales. En el caso de tratarse de radios, sobre todo a través de lo que suena al aire.

Dice Claudio Vívori, uno de los fundadores de La Tribu sobre esta vinculación para el caso que aquí se estudia:

Siempre teníamos claro que La Tribu era un proyecto político que por distintos motivos, distintas circunstancias de la vida había decidido intervenir en el campo de la comunicación/cultura, y además decíamos que todos los proyectos radiofónicos eran proyectos políticos, inclusive los de las radios privadas comerciales. (Vívori, entrevista 9)

AMARC-ALC e Interconexiones en la introducción de su manual de producción para radios comunitarias *El cantar de las hormigas* señalan que “Las estrategias de comunicación que las radios comunitarias diseñan son la expresión de sus proyectos político culturales y sus modos de hacerlo vívido” (AMARC-ALC e Interconexiones, 2006, p. 3).

Por su parte, hablando de las radios comunitarias Villamayor y Lamas (1998) señalan que:

El modo de nombrarnos corresponde a la manera como queremos presentarnos ante la sociedad. (...) Detrás de cada una de las formas de nombrarse están también implícitos, o en algunos casos explícitos, modos de entender y de entenderse de las radios y, por supuesto, modos de gestión que se vinculan con la identidad y la concepción de la misma radio. (Villamayor y Lamas, 1998, p. 161)

Aquí se ve que en el gesto de las radios de definirse no solo cristalizan una orientación y una identidad, sino que también les permite nombrarse hacia el afuera y posicionarse. Decirse a sí misma de un modo y no de otro, arrastra una visión de mundo y una intención que deberá ser desplegada y confirmada -o no- en su trabajo cotidiano y sus contenidos. Y es lo que se intenta constatar en esta investigación.

El Colectivo La Tribu y el Colectivo FM Alas (2007) señalan que lo comunicacional es por y para lo político: “Es la síntesis radiofónica de nuestra voluntad política, a partir de lo que queremos ser y de lo que deseamos transformar” (p. 11).

En AMARC-ALC e Interconexiones (2006) se confirma esta perspectiva y se detalla más:

La manera en que se constituye el sonido de la radio, la formación de un lenguaje, la definición de los temas que formarán parte de la agenda, el tratamiento que se dará a esos temas, son todas decisiones que están implicadas en el arduo proceso de producción. Y son decisiones tan políticas como la definición misma del proyecto político cultural y comunicacional. Es la traducción práctica de los enunciados que definen al proyecto. Es un espacio de disputa de sentidos, de construcción de una alternativa. (AMARC-ALC e Interconexiones, 2006, p. 7)

Hay dos grandes perspectivas de la dimensión política de una radio comunitaria: los temas o causas que quiere proponer y que no están difundidos en la agenda de los medios masivos (por ejemplo, la legalización del aborto en los años 80), y los temas o principios generales sobre los que quiere intervenir con enfoques diferentes, sobre los que quiere discutir, tensionar, en la arena pública (por ejemplo, la perspectiva sobre la economía de mercado o sobre el sistema político).

Estas dos perspectivas, estrategias o campos de intervención, arrastran y amplifican las sutilezas ya abordadas sobre las diferencias entre lo comunitario y lo alternativo, y es por eso que ambas caracterizaciones conviven sin anularse: una radio comunitaria y alternativa tiene una agenda propia (los temas que desea instalar) y enfoques y opiniones diferentes sobre los temas que ya son parte de la agenda pública, pero sobre los que quiere discutir. Ambas perspectivas constituyen la dimensión política: los temas y enfoques con los que intervienen emanan de los principios políticos e ideológicos ya mencionados, y se expresan (o es deseable que así ocurra) en la dimensión comunicacional, incluida la artística institucional.

Ahora bien, la intención de esta investigación, y este capítulo en particular, es constatar cuánto de estas intenciones de vinculación y correspondencia han ocurrido concretamente para el caso de La Tribu y en el período 2001-2009.

5.2. Relaciones entre la dimensión política de La Tribu y su artística institucional

Las posibilidades de la artística institucional de ser el espacio en el cual el proyecto se dice a sí mismo, y a la vez hace pública su dimensión política, es algo explícitamente reflexionado y buscado por parte de La Tribu desde épocas tempranas: “Cada media hora se emiten spots que además de recordarle al oyente el nombre y la frecuencia de la radio que está sintonizando, le dicen cómo piensa la radio” (Colectivo La Tribu, 1995, p. 19). También lo afirma Claudio Vívori en entrevista para esta investigación: “desde el principio nuestra línea editorial estaba en la artística” (Vívori, entrevista 9).

La vinculación entre el qué y el cómo, es decir, entre los principios políticos y la forma en que estos se expresan en contenidos sonoros, es un interés explícito en lo programático de un proyecto como La Tribu. Gastón Montells fue uno de los referentes de la creación de artística institucional durante el período estudiado:

Pensar artísticamente la radio fue algo con lo que más rápidamente me identifiqué: la posibilidad más narrativa, muy fuertemente política y muy estratégica. En cómo decir el proyecto de una manera fuertemente relevante pero también con irreverencia, con propuesta, con exploración, con descubrimiento, con asombro. Trabajar mucho los fundamentos y propósitos de un proyecto transformador, llevarlos también a una manera de sonar, de decir y de construir sentido desde su lenguaje (Montells, entrevista 4)

En La Tribu lo radiofónico se intentó hacer atractivo para que los objetivos políticos tuvieran mayor despliegue:

La radio tiene que ser atractiva. Si no es atractiva dediquémonos a otra cosa. (...) Porque así nos iban a escuchar, porque si no nos escuchaban, los objetivos políticos podían ser un sello de goma, o una ONG (...). A mí eso no me interesaba.

Después vos decís hasta dónde se logró. A mí me gustó mucho más la radio que dirigió Gastón que la que dirigí yo, siempre siguiendo más o menos la misma línea, pero la verdad que se terminó de condensar más en los 2000 sonoramente la radio. Se empezó como a sintetizar. (Valls, entrevista 8)

Asimismo, no solo se ha pensado que la artística institucional debe expresar la dimensión política de la organización, sino que muchas veces funcionó como excusa para terminar de pensarla, elaborarla o condensarla: “Creo que nosotros eso lo usamos como atajo para el pensamiento: nuestra forma de elaboración política era pensar la dimensión artística de la radio. Había algo de eso: poner ahí el pensamiento” (Tordini, entrevista 6). Entonces, hay una intersección permanente: la artística institucional emana de las discusiones políticas y decisiones editoriales, pero también termina de confirmar ese perfil, traducirlo en sonidos y establecerlo, tanto para afuera como hacia el colectivo de gestión y los programas: una costura no solo estética, sino también política.

Por otra parte, así como no se reconoce un método de producción único e inflexible, sino todo lo contrario, si bien está en la conciencia del colectivo la importancia de la artística institucional para amalgamar la programación, establecer la identidad institucional hacia afuera, y confirmarla hacia adentro, mucho de lo que ocurría con ella no era producto de un cálculo estricto sino que entraba en el terreno de lo inasible, de esa dimensión intuitiva que se señalara como importante para comprender las dinámicas de este tipo de organizaciones. Al respecto, Tordini señala, hablando de cómo la artística institucional expresaba los puntos de vista políticos de la radio:

No creo que eso haya sido “ahora nos vamos a sentar y decidir”, era más como traduciendo una experiencia, no era del orden de lo planificado, no lo recuerdo así. En el plano de la organización grupal no creo que fuera tan consciente, ni tan organizado ni tan pensar que lo dijimos en la artística y eso ordena todo, creo que sí ordenaba el aire de la radio y eso sí era buscado. (Tordini, entrevista 6).

Entonces, si ocurría que la artística institucional se correspondía con la dimensión política de la radio, nunca es por casualidad, pero puede entenderse que en parte ha ocurrido por producción planificada para ello, y en parte también por la sedimentación natural de las reflexiones políticas, las formas de hacer al interior del proyecto, y la capacidad creativa y sentido de oportunidad de sus integrantes, elementos menos cuantificables pero fundamentales.

5.2.1. Niveles de análisis

A continuación se presentan distintos niveles de análisis en la relación entre el corpus sonoro descrito en el capítulo 4 y los marcos conceptuales de la organización identificados en el capítulo 3. Esto tiene varias utilidades: por un lado, observar desde diferentes enfoques los materiales de investigación permite obtener información y conclusiones complementarias. Asimismo, son distintas instancias donde poner a prueba la hipótesis de que exista una relación entre las dimensiones comunicacional y política tal que la artística institucional logre ser un espacio de expresión claro de los marcos conceptuales que guían el pensamiento político de la organización.

De esta manera, un primer nivel de análisis busca pararse en un lugar más superficial al analizar de qué manera los temas identificados en el corpus sonoro en el capítulo 4 remiten a los marcos conceptuales del capítulo 3; es decir, se hace un ejercicio que va de las piezas a los marcos, sin entrar en análisis profundos e interpretativos detallados. Esto permite indagar cuán clara es la presencia del pensamiento político de La Tribu en la artística institucional ante una escucha, si se quiere, superficial. Si las piezas sonoras muestran claramente temas y perspectivas y estos coinciden con los marcos conceptuales, hablaría de un tipo de relación entre dimensiones que logra funcionar al nivel de una primera escucha o una escucha circunstancial como puede ser el de la audiencia de la radio. Si bien en esta investigación no se analiza la reacción de las audiencias, se entiende que este primer nivel de análisis es útil metodológicamente, tanto para el propio desarrollo de la investigación como para futuros abordajes.

Un segundo nivel de análisis se encarga de relacionar el sentido general de las sagas con los marcos conceptuales, sin profundizar sobre los textos de cada pieza, sino haciendo foco en las eslóganes estructuradores y el sentido global de cada saga. Este nivel permite indagar cuánto de los marcos conceptuales orientan las decisiones de crear una saga nueva. El nivel de importancia que supone generar un eslogan y una saga nueva, realza el rol de los marcos conceptuales que se encuentren referidos en ellos.

Un tercer nivel de análisis es el más profundo y detallado, y si se quiere el central, que busca hacer el movimiento inverso al del primer nivel, es decir, ir de los marcos conceptuales al corpus sonoro, interpretando los contenidos de cada pieza para buscar en ellas los marcos conceptuales que orientan el trabajo de la emisora. En este nivel se permite hacer una lectura más profunda, detallada, interpretativa, accediendo al corpus sonoro a través del prisma de los marcos conceptuales. Este

nivel permite apreciar la importancia de la dimensión política de La Tribu en las piezas sonoras, cuánto aparece y de qué modo.

En este nivel también se buscan en el corpus sonoro las causas de intervención declaradas por la emisora, para establecer si la artística institucional es utilizada también para desplegar campañas sobre causas puntuales que la emisora cree prioritarias.

Un cuarto nivel de análisis busca organizar el énfasis de la mirada en relación al contexto en que se desenvuelve La Tribu. Si desde la economía política de la comunicación interesa entender a los medios de comunicación como organizaciones que inciden en la realidad y que están atravesadas por las condiciones económicas y políticas del entorno, incluso cuando se busca comprender el funcionamiento interno de un medio, en este nivel se hace foco en esa relación, buscando identificar cuánto y cómo el contexto descripto como entornos general y específico es tema presente en el corpus sonoro. Así, se podrá establecer si La Tribu utiliza la artística institucional para intervenir en la realidad que la rodea, opinar sobre la coyuntura y sobre ello desplegar su perspectiva política e ideológica.

5.3. Primer nivel de análisis: del corpus sonoro a los marcos conceptuales

Una vez delineada la dimensión política de la emisora, en la que se establecieron marcos conceptuales que guían los valores y miradas de la organización, y descripto el corpus sonoro de los años 2001-2009 (anexo 4), en el cual se identificaron temas, aquí se establece la relación para identificar las correspondencias.

Un primer nivel de análisis es el que posibilita relacionar, sin profundizar, lo ejercitado en los capítulos 3 y 4 de esta investigación; es decir, observar qué de lo que la artística institucional ofrece de forma explícita y literal, se condice con los marcos conceptuales que construyen la dimensión política de La Tribu: un ejercicio que va del corpus sonoro a los marcos conceptuales, para dimensionar cuánto la artística institucional conduce hacia los valores y principios de la organización, cuán clara es en este aspecto. Para indagar en este nivel de análisis se toman los temas identificados en el corpus sonoro y se los contrasta con los marcos conceptuales. Es decir, que aquellos temas que el corpus sonoro evidencia por sí mismo sin tomar en cuenta los marcos conceptuales de La Tribu, son puestos en relación, ahora sí, con esos marcos conceptuales, para

determinar si aquellos temas hacia los que las piezas conducen, son los mismos que La Tribu reconoce como su razón de ser institucional.

En este sentido, puede decirse que muchos de los temas abordados en las piezas, pueden ubicarse en los marcos conceptuales definidos como la dimensión política, como así también algunas causas que allí aparecen identificadas genéricamente como el tema de la pieza.

Entonces, de lo que una primera escucha del corpus brinda, y sin entrar aquí en sutilezas interpretativas que se verán más adelante, surge que las piezas que versan sobre la "Dictadura cívico-militar" (57), las clasificadas como de "Crítica política" (54), las que son sobre "Elecciones" (52), las que son sobre "Democracia" (9), "Indulto" (5), y sobre "Desapariciones en democracia" (1) entran en el marco conceptual definido como *Democracia*.

Las piezas sobre "Medios de comunicación" (20), "Radio comunitaria/alternativa" (15), "Comunicación alternativa" (10), "Libertad de expresión" (5), "Ley de Radiodifusión" (4) remiten al marco *Comunicación (alternativa)*.

Hay piezas, sobre todo acerca de temas económicos, que se relacionan con los problemas del capitalismo, y por lo tanto conducen hacia el marco *Anticapitalismo*. Son las que versan sobre "Pobreza" (9), "Capitalismo" (7), "Crisis" (6), "Inflación/precios" (5), "Economía en general" (5), "Desigualdad" (5), "Trabajo" (4), "Costo de vida" (4), "Mercantilismo" (3), "Hambre" (3), "Precarización/explotación" (3), "Venta ambulante" (2), "Deuda externa" (2), "Consumismo" (1), "Privatizaciones" (1), "Desempleo" (1), "Corrupción" (1), "Trabajo infantil" (1).

Las piezas sobre "Colectivismo" (3), "Individualismo" (1) y "Participación" (1) remiten al marco *Comunidad/colectivo*.

Las piezas que tienen como tema central el "Futuro" (2) y la "Utopía" (1) remiten al marco *Utopía*. "Protesta" (6) y "Revolución" (1) al marco *Revolución*. Las piezas sobre "Libertad" (5) forman parte del marco *Libertad*. La pieza sobre "Cultura libre" (1) remite al marco *Conocimiento* y también al de *Cultura*. Y hay un spot sobre "Cultura" (marco *Cultura*). Además hay spots sobre "Arte" (4) (marco *Arte*), "Autonomía" (4) (marco *Autonomía/autogestión*), y "Felicidad" (1) (marco *Felicidad*).

Según este primer nivel de análisis, el que va desde las piezas sonoras hacia los marcos, aparecen explícitamente representados los marcos del siguiente modo:

Marco conceptual	Cantidad de apariciones en el corpus sonoro
Democracia	178
Anticapitalismo	63
Comunicación (alternativa)	54
Revolución	6
Comunidad/colectivo	5
Libertad	5
Arte	4
Autonomía/autogestión	4
Utopía	3
Cultura	2
Conocimiento	1
Felicidad	1
Tecnología	-
Izquierda	-

Tabla 7: Representaciones de los marcos conceptuales en el corpus sonoro. Primer nivel de análisis.

Es menester recordar que el hecho de que en este nivel de análisis no aparezcan los marcos *Tecnología* e *Izquierda*, o incluso que varios de los otros marcos tengan una representación acotada, no significa que esta sea la presencia definitiva de los mismos. Es en virtud de un primer nivel de

análisis que parte de lo que las piezas sonoras ofrecen en aspectos literales y explícitos, y se requiere, por ende, profundizar en los siguientes niveles de análisis para obtener más conclusiones.

Otro dato que surge de este análisis, es que de los 14 marcos, 11 aparecen representados concretamente como tema de alguna pieza sonora (solo *Tecnología*, *Izquierda* y *Conocimiento* no son, además de marcos, temas centrales de alguna pieza). Si bien en la mayoría de los casos, la cantidad de spots referidos de este modo a los marcos es exigua, es significativo que sí estén representados explícitamente.

Según este nivel de análisis, el más básico, el que se produce de una observación simple de las piezas sonoras, existe una correspondencia en general entre el corpus y lo que La Tribu dice pensar y defender.

5.4. Segundo nivel de análisis: las sagas y la dimensión política

Un segundo nivel de análisis corresponde a las sagas en sentido amplio, observándolas en su aspecto global, en relación a la dimensión política. Aquí, se analizan entonces los temas, causas y eslóganes aglutinadores de las sagas en relación a los marcos conceptuales de la emisora.

Este énfasis se hace útil por cuanto la elaboración de frases eslogan condensa reflexiones políticas de la emisora, y da un protagonismo especial a ciertas ideas fuerza de la organización. Además porque se hace necesario hacer un análisis específico para las sagas, que no contamine el análisis temático de cada pieza. Adelantando el análisis, pero para aclarar el punto, si por ejemplo se analiza que el eslogan "Apagá La Tribu y hacé tu radio" lleva impregnadas ideas sobre la comunicación alternativa, sería incompleto por eso considerar a todos los spots que estén así firmados como spots que temáticamente están hablando de comunicación alternativa, porque pueden estar conteniendo otros temas y es preciso revisarlos uno por uno, y en este punto, despojados del eslogan que los corona.

Asimismo, permite hacer un análisis de sagas que, como se ha dicho, a pesar de ser clasificadas como informativas porque el énfasis estaba puesto en ubicar al oyente en el nombre de la radio y el dial, tienen igualmente impresa una perspectiva política.

Si en el primer nivel de análisis el ejercicio fue ir de las piezas sonoras a los marcos, en este segundo nivel, más interpretativo y construido con una forma específica de acceder al corpus sonoro, se hace el ejercicio de ir de las sagas en su globalidad, hacia los marcos conceptuales, para establecer cuáles de ellos están presentes en las sagas que La Tribu pensó y cómo los expresó en la frase eslogan. Se respetará la clasificación en sagas generales y sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento utilizada hasta aquí.

5.4.1. Sagas generales

Apagá La Tribu y hacé tu radio

La idea provocativa de que un medio esté pidiendo a su audiencia que lo apague, lo posiciona desde la originalidad pero también se relaciona con su dimensión política. En el eslogan se hace presente el marco *Comunicación (alternativa)* en el sentido de que se está posicionando a contramano de lo que la industria de medios y el sentido común cristalizan: que hay que tener más audiencia para tener éxito y réditos económicos. También porque está esbozando una voluntad política que reclama más medios, más emisores, más libertad de expresión. Se trata de un camino poético que en la negación del medio, realza la confirmación de cada oyente como protagonista.

Por otra parte, aparece el marco *Autonomía/autogestión*, aquel que dice que es posible una forma de hacer diferente a la que propone el poder (económico, político y mediático). Llama a su audiencia a hacer con sus propias manos, a no depender del medio que le habla. También hay una idea de democracia directa impresa en esa noción (marco *Democracia*).

Acostumbrarse es morir

La idea de remecer lo establecido y, sobre todo, la normalización de lo que existe como una opción, está presente en todo el período. El eslogan "Apagá La Tribu y hacé tu radio" se encuadra también en esa tónica. Pero es "Acostumbrarse es morir" y todas sus derivaciones, el punto máximo de esta intención. Ese sacudirse lo establecido como única posibilidad que La Tribu propone, tiene relación con el pensar general de la emisora y se relaciona con varios de los marcos conceptuales identificados como dimensión política. Lo establecido es el sistema imperante, el capitalismo (marco *Anticapitalismo*), la perspectiva desde la cual pararse críticamente para denunciarlo es el marco *Izquierda*, y la forma de despojarse de aquello es el marco *Revolución*: "Que te acostumbres no quiere decir que tenga que ser así", dicen algunas de las piezas de esta saga (PN004/01,

PN005/01, etc.), lo cual es un llamado a la crítica del entorno y a transformarlo. Y también se utiliza el eslogan "Quien ve no puede quedarse sentado" (PN004/01, PN005/01, etc.), que dimensiona que tener información acerca de lo que sucede es una condición necesaria para querer transformarlo (marco *Conocimiento*).

Inseguridad acústica

El de inseguridad acústica es un concepto polisémico que utiliza, por un lado, la referencia a la inseguridad por delitos, problema muy presente en la sociedad, y tematizado recurrentemente por los medios masivos de comunicación. De esta forma, se utiliza un concepto que suena habitual, para subvertirlo y descontextualizarlo con el agregado de "acústica". Por otro lado, se relaciona con los eslóganes antes descriptos en cuyo espíritu habita la necesidad de remecer lo establecido, de alertar sobre la normalización de una vida injusta, de atreverse a dejar la comodidad que da pensar que lo que es, es como es y no puede ser modificado. En ese sentido, es un llamado a criticar las inseguridades que ofrece el sistema (capitalista) (marco *Anticapitalismo*), y tiene un fuerte componente estético y político de lo sonoro que lo encuadra en el marco *Arte*. Por último, si "Conversar con seguridades acústicas significa que no ponemos en riesgo la discursividad, que nos entendemos, que no hay conflicto" (Montells, entrevista 4), la inseguridad acústica remite a otra forma de entender la comunicación (marco *Comunicación [alternativa]*).

Prohibida

La idea de que un eslogan proponga que la propia emisora está prohibida, se condice con la idea de negar a La Tribu implicada en el eslogan "Apagá La Tribu y hacé tu radio", como gesto provocador y a contramano de lo que se supone que debe ser un medio de comunicación tradicional dentro de las industrias culturales: "Prohibido escuchar La Tribu" dicen varias de estas piezas (PN169/07, PN170/07, PN171/07, etc.). En ese sentido, tiene una propuesta de comunicación diferente a la hegemónica (marco *Comunicación [alternativa]*).

Adicionalmente, y en contexto, es una saga que dialoga con la crisis cultural producida en Buenos Aires luego de la tragedia de Cromañón y la clausura de muchos espacios de expresión independiente, incluido el propio espacio cultural de La Tribu. Por eso es que en esta saga también aparecen otros eslóganes más explícitos que hacen sistema con la idea de prohibición como "Inhabilitada por la Ley de Radiodifusión", "Cómo habitar una ciudad clausurada" o "Prohibido ser joven" que se pueden encuadrar en el marco *Cultura* tal como la entiende la organización, y por el

lado de la imposibilidad de que en la ciudad se despliegan expresiones artísticas, en el marco *Arte*. La idea de prohibición y de clausura también ubica la saga en el marco *Libertad*.

Sonido - Menos silencio

Otra saga que como "Inseguridad acústica" utiliza el sonido, y en este caso también el silencio, como tema/metáfora desde el cual sentar posiciones. La saga ha sido clasificada como informativa ya que su rol primordial no es tanto opinar sobre la actualidad u ofrecer principios generales. Sin perjuicio de esos énfasis, como se ha dicho, el análisis de marcos permite vincular los eslóganes con algún elemento de la dimensión política de la emisora.

La saga contiene fragmentos de audios de una película o serie en la que los personajes conversan sobre cuestiones relacionadas al sonido, volumen y potencia: "Es como un golpe en el tímpano, realmente es, es como un láser que golpea mi tímpano" (PN225/08). Los personajes experimentan con la tecnología para lograr mayores niveles de sonido o comunicaciones más lejanas. Esta experimentación está presente en el marco *Tecnología* que adopta La Tribu.

El concepto utilizado para coronar estas escenas de "Menos silencio" implica, por un lado, la idea de ruido, de remecimiento, de transgresión, y por otro, la de no quedarse callado/a, la de expresar, la de una emisora que viene a romper con lo establecido, a molestar, a proponer no hacer silencio. Por todo esto se la puede relacionar con los marcos de *Comunicación (alternativa)* y *Revolución*.

De la vida tribal

Esta es una saga enfocada en el protagonismo de voces anónimas expresando su opinión sobre diversos temas. Las piezas se construyen o con testimonios de diferentes personas no identificables, o con registros de campo donde también protagonizan voces anónimas, como niños vendedores ambulantes (PN018/03) o manifestantes (PN020/03, PN021/03) que construyen una urdimbre de reflexiones ciudadanas sobre algunos tópicos. Por esta presencia de voces anónimas, esta saga se relaciona con el marco *Comunidad/colectivo*. La "vida tribal" que tematiza esta saga, también se orienta a enfatizar los aspectos desiguales e injustos de la vida así establecida. Desde este punto de vista, también se hace presente el marco *Anticapitalismo*.

El capitalismo mata

Esta saga tiene una intención explícita de establecer lo que la organización piensa del capitalismo, en un diagnóstico de que es la fuente de las injusticias y el sufrimiento, expresado claramente mediante la frase eslogan "El capitalismo mata" que firma esta saga. Por ende, se la identifica con el marco *Anticapitalismo*.

Poética del incompleto – Radio sin oyentes

Esta saga se inscribe en la continuidad de otras que a través de la metáfora y la poética proponen conceptos movilizadores, provocadores, desestabilizadores respecto de lo habitual, lo cómodo, lo conocido. Si bien la saga es clasificada como informativa, porque el énfasis de su contenido interno está en brindar datos de la emisora, y no en opinar sobre la realidad o un acontecimiento, como se ha dicho, aún es posible, en este nivel de análisis de sagas, establecer sus relaciones con los marcos conceptuales que orientan la dimensión política de La Tribu.

El concepto de lo incompleto tiene múltiples posibilidades: la de llamar a la acción para completar aquello que está incompleto, es decir, con la participación (marco *Comunidad/colectivo*), hasta remecer lo establecido como normal, la perfección, lo entero, lo estéticamente seguro (aquí la conexión con otras sagas como la de "Inseguridad acústica"), que es lo que ofrece el sistema (capitalista) como lo aceptable. Por esto también se remite a los marcos de *Anticapitalismo* y de *Arte*.

Por otro lado, el concepto de radio sin oyentes, también es contraintuitivo de lo que las industrias culturales o el sistema de medios impone: tener oyentes y cuantos más mejor. Es una imagen provocadora de la reflexión, que lo que está haciendo es proponer otra forma de ver a la comunicación, en franca crítica a los conceptos de audiencia que tienen los medios comerciales. Traza una continuidad con "Apagá La Tribu" y "Prohibido escuchar La Tribu", donde se niega la marca en un gesto de negar a un medio como autoridad y fuente última de la verdad.

Aquí lo que aparece en discusión es la tradicional figura de oyente, pasivo, que espera contenidos, que no puede hablar ni discutir. El oyente que construye La Tribu es activo, decide, construye (marco *Autonomía/autogestión*), expresa, no es inferior a quienes están delante del micrófono. Con esta idea de no tener oyentes, La Tribu ofrece una mirada alternativa sobre lo que se supone que deben ser los medios de comunicación (marco *Comunicación [alternativa]*), que se

construye con los otros y otras, y no desde un lugar de autoridad enunciativa. La Tribu está estableciendo que no comparte las nociones tradicionales de las industrias culturales y que no tiene oyentes, sino en todo caso, participantes o interlocutores (marco *Comunidad/colectivo*).

Plataforma de descargas

Esta es una saga protagonizada por voces de ciudadanos y ciudadanas anónimas, que toman el micrófono para amplificar su voz y opinar sobre diferentes tópicos. La idea de plataforma de descargas juega con un concepto tecnológico que hace referencia a un sitio web del cual pueden descargarse contenidos, a la vez que funciona como un espacio donde la comunidad puede "descargarse", entendido como expresar lo que piensa y siente, y que haya un otro que lo escuche a través de la intermediación de la emisora. Utiliza y subvierte un concepto de la tecnología (marco *Tecnología*) para interrumpir la fascinación técnica y volver a las voces de la comunidad como protagonistas (marco *Comunidad/colectivo*) de una comunicación a contramano de lo que propone la comunicación hegemónica que es que solo los especialistas tengan acceso a amplificar su voz y sus opiniones (marco *Comunicación [alternativa]*): “lo de Plataforma de descargas venía herencia de Fábrica de fallas, con la discusión en torno al lenguaje digital, la hibridación humano-máquina, los cruces entre las discusiones de territorio y digitalización, venía de ahí” (Skliar, entrevista3)

Negro Cariño - Invierno

En esta saga hay un personaje (el Negro Cariño) que se presenta como parte de La Tribu, pero es un ciudadano más, con su inteligencia, virtudes, defectos y su forma coloquial, lejos de las formas propuestas por las industrias culturales para hablar en los medios (marco *Comunicación [alternativa]*). Lo que hace el Negro Cariño, en continuidad con la saga "Plataforma de descargas" es proponer temas en la calle y recoger testimonios de la comunidad, que se expresa así a través de los micrófonos de La Tribu y generan un tejido de opiniones ciudadanas sobre algunos temas de interés (marco *Comunidad/colectivo*). La ficción aquí es utilizada con fines sociales y políticos, estableciéndose también una relación con el marco de *Arte* tal como lo entiende la organización.

Página web

Esta saga simplemente tiene el objetivo de difundir que a La Tribu también puede accederse a través del territorio digital y hacer una escucha en línea. Es la más puramente informativa, pero se

ubica dentro de las búsquedas de La Tribu de la innovación tecnológica al servicio de los fines políticos (marco *Tecnología*).

5.4.2. Sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento

Canciones que a Bush no le van a gustar

Esta serie fue producida en 2005 en consonancia con la visita a la Argentina del por entonces presidente de los Estados Unidos, en el contexto de discusión del tratado de libre comercio ALCA. Es una saga simple que presenta diferentes canciones elegidas por su letra, y que La Tribu considera que no le iban a gustar al primer mandatario estadounidense. Despliega parte de los criterios políticos de la radio y lo hace con humor, con música, con originalidad y creatividad. No explicita que es en ocasión de la visita de Bush, pero deben leerse así por el momento en que se hicieron. Por el origen geográfico e ideológico del personaje y el motivo de la visita, la saga se encuadra en los marcos *Anticapitalismo* e *Izquierda*. Por el contenido, también en el marco *Arte*, como herramienta política.

El mundo hecho pelota

Es una saga realizada con motivo del Mundial de fútbol de Alemania. Pone en contexto histórico la celebración de cada campeonato mundial, y el eslogan de "El mundo hecho pelota" juega con la palabra pelota, pero también con alertar acerca de que suceden más cosas en el mundo mientras se juega al fútbol. Sin negar al deporte, y hasta con humor, no dejan de mostrar que la emisora sigue hurgando más allá y preocupándose por la realidad. La temática futbolística en una sociedad como la argentina acerca esta saga al marco *Cultura* en la forma en que La Tribu desea entenderla. La idea de utilizar la excusa de los Mundiales para brindar información que está detrás y plantear otros ejes de discusión también la encuadra en la mirada que la organización tiene sobre el marco *Conocimiento*.

30 años del Golpe

Saga realizada para el trigésimo aniversario del Golpe de Estado en Argentina, construida con textos que desarrollan cronológicamente los hechos ocurridos en distintos aspectos, en vinculación a la violación de los Derechos Humanos, a los crímenes de lesa humanidad, la represión y las desapariciones, pero no solo durante la dictadura misma, sino también qué fue ocurriendo con todo

aquello luego de la llegada de la democracia, en una clara crítica a aquello que aún está pendiente de reparación. Por eso se relaciona con el marco *Democracia*. Y también se critica lo hecho por la política desde un marco de *Izquierda*.

Además varias piezas se encargan de destacar experiencias de vida de diversas personas anónimas respecto de lo vivido en la dictadura. Esta construcción de memoria colectiva en el que el protagonismo lo tiene la ciudadanía se hace desde el marco *Comunidad/colectivo*. Asimismo, tanto el relato de los hechos desde la perspectiva de La Tribu, como las historias reveladas por cada testificante, contribuyen a la idea del marco *Conocimiento* que tiene la organización. Por último, el tema de la saga y lo desplegado en su contenido gira en torno a la negación de libertad (marco *Libertad*).

Elecciones 2007

La Tribu elige intervenir a propósito de la celebración de elecciones en el año 2007. La saga ofrece una mirada crítica del sistema político y de los partidos tradicionales, lo que la ubica en el marco *Izquierda*. También sobrevuela la idea de que el hecho de que haya opciones disponibles y posibilidad de votar no alcanza para solucionar los problemas sociales que se siguen arrastrando y a los cuales la democracia tal como se tiene no ha sido capaz de remediar. Por esto se relaciona con el marco *Democracia*. Asimismo, la presencia de testimonios de descontento de la ciudadanía, el humor satírico con que se trata a las elecciones y el descreimiento sobre la posibilidad de que las soluciones provengan de la política tradicional, ubica la saga en el marco *Comunidad/colectivo* y el marco *Autonomía/autogestión*.

Elecciones 2007 - Negro Cariño

En esta saga, el personaje del Negro Cariño oficia de reportero de La Tribu y brinda información sobre las elecciones. En esta saga, a diferencia de la otra del Negro Cariño, no hay presencia importante de testimonios ciudadanos. Por lo tanto, se despliega una crítica política con humor sobre las elecciones (marco *Democracia*) y se lo hace personificando el rol de la radio comunitaria, que con otro estilo, estética, lenguaje y mayor cercanía a la calle, brinda una mirada diferente que las coberturas mediáticas tradicionales (marco *Comunicación [alternativa]*). Al tratarse de una ficción, además, se recurre al marco *Arte* que entiende la organización.

Saga	Cantidad de marcos conceptuales presentes	Marcos conceptuales referidos
Apagá La Tribu y hacé tu radio	3	Comunicación (alternativa), Autonomía/autogestión, Democracia.
Acostumbrarse es morir	4	Anticapitalismo, Izquierda, Revolución, Conocimiento.
Inseguridad acústica	3	Anticapitalismo, Arte, Comunicación (alternativa).
Prohibida	4	Comunicación (alternativa), Cultura, Arte, Libertad.
Sonido - Menos silencio	3	Tecnología, Comunicación (alternativa), Revolución.
De la vida tribal	2	Comunidad/colectivo, Anticapitalismo.
El capitalismo mata	1	Anticapitalismo.
Poética del incompleto - Radio sin oyentes	4	Comunidad/colectivo, Anticapitalismo, Autonomía/autogestión, Comunicación (alternativa).
Plataforma de descargas	3	Tecnología, Comunidad/colectivo, Comunicación (alternativa).
Negro Cariño - Invierno	3	Comunidad/colectivo, Comunicación (alternativa), Arte.
Página web	1	Tecnología.

Saga	Cantidad de marcos conceptuales presentes	Marcos conceptuales referidos
Canciones que a Bush no le van a gustar	3	Anticapitalismo, Izquierda, Arte.
El mundo hecho pelota	2	Cultura, Conocimiento.
30 años del Golpe	5	Democracia, Izquierda, Comunidad/colectivo, Conocimiento, Libertad.
Elecciones 2007	4	Democracia, Izquierda, Comunidad/colectivo, Autonomía/autogestión
Elecciones 2007 - Negro Cariño	3	Democracia, Comunicación (alternativa), Arte.

Tabla 8: Análisis interpretativo de sagas y marcos conceptuales. Fuente: elaboración propia.

Lo que este segundo nivel de análisis permite es acceder a las sagas en su aspecto global, sin que contamine el análisis de los temas y hechos contenidos en cada pieza sonora, pero a la vez no desechar la observación de lo que La Tribu ha elegido priorizar a través de la elaboración de series y la creación de eslóganes. Si la artística institucional es entendida como el espacio por excelencia desde el cual la organización se dice a sí misma de forma consensuada y con miras de mayor permanencia que otros contenidos sonoros, los eslóganes son la condensación poética de lo que La Tribu quiere decirle al mundo y que, como se vio, sucede en referencia a los marcos conceptuales de su dimensión política.

Este nivel de análisis también ha mostrado que a pesar de que el énfasis en el despliegue público de la dimensión política se pone en las piezas clasificadas como declarativas, de opinión y declarativas/de opinión, también hay política e ideología en las sagas que existen, sobre todo, por su rol informativo. Hasta aquí, por todo esto, se respalda la noción de que los marcos que La Tribu ha

construido para su pensamiento político se hacen presentes en la construcción de las sagas de artística institucional.

A continuación se revisan más niveles de análisis para continuar en este camino que busca establecer las relaciones entre las dimensiones comunicacional y política y su expresión efectiva.

5.5. Tercer nivel de análisis: de la dimensión política al corpus sonoro

Ya se revisó de qué hablan las piezas sonoras y cómo esos temas conducen a los marcos conceptuales descritos en el capítulo 3. También se hizo un análisis de las sagas entendidas en su aspecto general. Un tercer nivel de análisis, más interpretativo, permite profundizar en lo ya descrito y hallar relaciones menos literales, más contextuales, metafóricas y poéticas, entre lo dicho en las artísticas institucionales del período y los valores que enarbola la organización a través de su dimensión política. El ejercicio aquí, si se quiere, es inverso y complementario al del primer nivel de análisis, porque supone ir desde la dimensión política hacia las piezas sonoras para indagar si así también se constata una relación, de qué índole, con qué énfasis y ausencias, etc.

Aquí lo que se busca establecer es dónde y cómo aparecen los marcos conceptuales definidos como la dimensión política de La Tribu, y las causas definidas como prioritarias para la emisora en el corpus sonoro. Pero no solamente si aparecen, tal el tipo de aproximación hecho con el primer nivel de análisis, sino de qué modo, es decir, si la perspectiva ideológica que define a La Tribu a través de sus marcos conceptuales, se identifica en el corpus sonoro y con qué nivel de presencia.

En este apartado, acaso el de mayor profundidad, se hace un análisis interpretativo buscando encontrar en el corpus sonoro aquello que La Tribu piensa sobre el mundo que la rodea y sobre las soluciones posibles para transformarlo (marcos de diagnóstico, pronóstico y motivación desplegados en los catorce ejes conceptuales ya descritos y en las agrupaciones de causas concretas que La Tribu dice defender). Se respetará el orden de marcos dado hasta aquí, y que emana del orden dado originalmente por la emisora en la publicación de referencia *Muerde* (Colectivo La Tribu, 2009b) más agregados. El orden aquí, entonces, no supone jerarquía ni relación de causa-consecuencia. La agrupación y orden de las causas, por su parte, respeta el contenido en Tabla 4 "Causas de intervención de La Tribu" presente en el capítulo 3. Las piezas sonoras que se citan son

para ejemplificar en qué caso (y no necesariamente todos) alguna afirmación dicha puede respaldarse.

Entre todos estos análisis, se tendrá una idea más acabada de si aquello que la radio piensa y dice que piensa, lo despliega en su principal producción sonora organizacional que es la artística institucional. Las piezas transcritas en los siguientes apartados pueden escucharse en <https://bit.ly/45wk2Hc>

5.5.1. Marcos conceptuales

Felicidad

La felicidad aparece explícitamente como tema en una pieza sonora (PN307/09) de la saga "Plataforma de descargas" caracterizada por recoger quejas y reclamos de la ciudadanía. Uno de los testimonios incluidos en el spot señala: "Yo soy tan feliz con la vida que yo no tengo muchas cosas para quejarme".

Fuera de esta presencia, y en un análisis más profundo, la felicidad se hace presente en otros momentos del corpus sonoro. Si bien en general, en las sagas prima un tono crítico y pesimista sobre la realidad que nos rodea, esa angustia omnipresente es el contraste de un marco de felicidad por el que se trabaja. Si La Tribu aborrece esa infelicidad de la realidad, es porque anhela transformarla para alcanzar la felicidad. Ejemplo de esta construcción es una de las piezas (PN021/03) en la que se contrasta la cobertura de una represión a una fábrica recuperada con un personaje infantil que relata los acontecimientos de forma risueña y termina el spot diciendo "Para que podamos vivir felices y tranquilos". En esa pieza en particular hay un diagnóstico de violencia institucional y una motivación de salir de aquello para buscar la tranquilidad y la felicidad.

Otro ejemplo de este tipo de construcción es la pieza informativa PN029/04 en donde aparecen voces de participantes de La Colifata (radio del neuropsiquiátrico Borda) deseándole a La Tribu feliz cumpleaños y afirmando que "podemos construir otras maneras de vivir".

Hay una fuerte presencia del humor, sobre todo de la ironía (PN142/07), la acidez (PN058/05, o saga "Canciones que a Bush no le van a gustar"), pero también del chiste (PN033/04, la subsaga "Turismo" dentro de la saga "Prohibida", o las sagas del Negro Cariño) y de reírse de sí mismos (PN034/04). La Tribu elige el humor, la risa, como una herramienta para editorializar temáticas de

la realidad política, social y económica. Trasluce así una mirada alegre a pesar de los males que la realidad ofrece, y la posibilidad de reírse del poder. También utiliza el humor en piezas de tipo informativa (por ejemplo PN028/04).

Por otra parte, las promesas de transformación mediante las cuales La Tribu motiva a su audiencia a sumarse, incluyen la de una vida más feliz. Esto se hace presente en la mencionada subsaga "Turismo" que a partir de satirizar el eslogan de la campaña de Mauricio Macri en la ciudad de Buenos Aires ("Va a estar bueno Buenos Aires"), plantea absurdos spots similares de localidades lejanas a la capital, ironizando sobre sus beneficios: "Va a estar bueno Los Cocos" (PN163/07), "Va a estar bueno Suncho Corral" (PN165/07), etc. Aquí trasluce, a partir del chiste, el anhelo por la búsqueda de una vida mejor, y alerta que esa vida feliz que se desea, no es la que viene a ofrecer el candidato Macri en la ciudad.

El marco conceptual *Felicidad*, entonces, y sin contar la presencia del humor como recurso transversal a todo el corpus sonoro, se hace presente en 12 piezas, es decir, el 3,8%.

Conocimiento

El conocimiento como herramienta de transformación, como conjunto de saberes sociales de libre circulación, está presente en el corpus sonoro. En PN003/01 a través de un testimonio se critica una concepción hegemónica de que el saber legitimado es el académico: "Es un error decir que no sos nadie si no tenés un título".

Conocer la realidad es una condición necesaria para que la ciudadanía quiera transformarla. Y por esa visión transformadora trabajan los medios comunitarios y alternativos difundiendo voces, temas, hechos que diagnostican que deben ser conocidos por la ciudadanía. Esta mirada es la del conocimiento como herramienta, y aparece en la saga "Acostumbrarse es morir" a través del eslogan "Quien ve no puede quedarse sentado" (PN004/01): "El ojo espantado de lo visto. El ojo rebalsado de desastre" (PN007/01). Esta misma perspectiva se hace presente por ejemplo en el spot PN172/07 con la inclusión de un testimonio sobre el rol de los medios masivos de comunicación:

AUDIO *testimonio*: Romper con la agenda de lo que nos cuentan todos los días en los medios, apelar a otras fuentes, a otra gente, acaba con la información espectáculo, descontextualizada, fragmentada.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu.

(PN172/07)

En PN019/03 la posición sobre el conocimiento como herramienta de transformación se evidencia por la negativa. El cronista se acerca a una muchacha que está haciendo campaña por el ex carapintada Mohamed Alí Seineldín y le pregunta por qué lo hace, y si sabe qué hizo esa persona:

AUDIO *muchacha*: Estamos levantando firmas para apoyar a Seineldín para las elecciones del 24 de agosto. En realidad por la plata, pero una vez que me interioricé un poquitito... y esto consiste en bueno, como la gente sabe que estuvo doce años preso.

AUDIO *muchacho*: ¿Sabés por qué estuvo preso Seineldín?

AUDIO *muchacha*: No exactamente. Me contó mi mamá y un poquito de historia que también nos cuenta el señor Montenegro, candidato a legislador.

(PN019/03)

En la misma tónica, en la saga por los treinta años del Golpe de Estado, en la subsaga "Hechos" se expone información cronológica de los acontecimientos ocurridos durante la dictadura cívico-militar y también lo ocurrido con la condena o no de sus crímenes durante la posterior democracia. En otras piezas de esta saga, en la que aparecen testimonios ciudadanos, el tema del conocimiento sobre lo ocurrido en la dictadura, está presente: "Todo lo que sé es porque veo y me contaron" (PN092/06); "No sabía de qué se trataba, estaba totalmente fuera de todo" (PN093/06); "hay gente que sigue (...) por una cuestión de ignorancia compartiendo, sobre todo repitiendo frases de la época como 'algo habrán hecho'" (PN110/06). También aparece el valor del conocimiento en testimonios que recuerdan los libros prohibidos y cómo se escondían o eran quemados (PN086/06).

El valor del conocimiento como herramienta se hace explícito en el testimonio incluido en PN107/06: "la gente está bastante concientizada con lo duro que fue y la cantidad de desaparecidos y de víctimas que hubo; supongo que a esta altura un proceso similar no se podría dar ya que la gente lo impediría". La Tribu, a través de la voz del locutor, enfatiza con ironía la importancia de la información, la memoria y la toma de conciencia sobre lo ocurrido en la dictadura: "A treinta años

del Golpe, La Tribu rinde homenaje a todos aquellos que olvidan, que les chupa un huevo, que no se enteraron ni quieren, gracias por hacer de la Argentina un mejor país, muchas gracias" (PN096/06).

El valor de informarse para poder actuar se hace presente también en ocasión de las elecciones de 2007 en la saga del Negro Cariño, quien les habla a los jóvenes:

NC: te hablo a vos pibito, pibita, que es tu primera elección, tu primera vez que vas a votar, ojo al piojo, pensá, interiorizate, de vos depende el futuro de la ciudad y nuestro país.

(PN203/07)

El conocimiento también es protagonista en una pieza informativa en la que se recorta una absurda escena de una serie o película en donde los personajes conversan sobre la posibilidad de que extraterrestres puedan comunicar todo su conocimiento al planeta tierra mediante ondas de radio:

LOC: 88.7 La Tribu

AUDIO: Pueden transmitir una biblioteca entera con toda la música, poesía, literatura, ciencia, medicina, puede que nos indiquen cómo conectarnos a la Internet galáctica y cómo comunicarnos con civilizaciones de todo el universo.

(PN242/08)

En PN267/08 el Negro Cariño propone discutir sobre la Ley de Radiodifusión. Encabeza la pieza con el tema del conocimiento ("El Negro Cariño te informa"). Si bien se incluyen testimonios ciudadanos que tienen opinión formada sobre la Ley de Radiodifusión y la necesidad de sancionar una nueva, La Tribu elige incluir también los testimonios que afirman no conocer sobre el tema, tematizando así la importancia de tener un saber para poder transformar:

AUDIO (*testimonios*): No sé de qué se trata la Ley de Radiodifusión, si me contás/ No, no tengo ni idea / (...) La verdad que no la conozco mucho, me molestan los monopolios, los grupos de medios grandes.

(PN267/08)

Entonces, el *Conocimiento* como marco conceptual, aparece presente en 20 piezas del corpus sonoro, es decir, 6,3%.

Democracia

El marco *Democracia* con el enfoque que le da La Tribu aparece en dos perspectivas. Por un lado, la de la defensa del sistema democrático, del derecho al voto, y la lucha contra las dictaduras y el autoritarismo. Y por otro lado, criticando la democracia capitalista, neoliberal, que es incapaz de satisfacer las necesidades sociales. Una mirada sobre la democracia que nunca debe dejar de ser crítica.

En el primer caso se enmarca la saga "30 años del Golpe", que recupera hechos y testimonios sobre la historia de la dictadura cívico-militar y sus atrocidades, y reivindica la idea fuerza de sostener la democracia contra aquel sistema:

AUDIO *testimonio*: qué cambió después de la dictadura, en la democracia, bueno se recuperaron derechos, expresión, derecho de libertad de credo, de libertad en general, de ser y de expresarse como uno es.

(PN114/06)

El interés por apoyar la lucha contra las dictaduras y mantener la memoria viva sobre crímenes de lesa humanidad es tema que no se circunscribe a la saga de los 30 años: la PN019/03 cuestiona el hecho que un golpista como Seineldín se presente a elecciones; en la PN020/03 aparece la voz de Hebe de Bonafini; en PN135/06, sobre el Mundial de fútbol de 1930, se destaca como contexto local, el derrocamiento de Yrigoyen y la inauguración de la década infame.

En el segundo caso, el de tener una mirada crítica de la democracia, es el que se relaciona con el concepto que ha sido referido en el capítulo 4 como "Crítica política". Cuando se analizaba el corpus para indagar los temas de sus contenidos, se clasificó a varias piezas bajo el tema general "Crítica política". Su contenido se compone de criticar al poder político, a los partidos, a los políticos tradicionales (saga "Canciones que a Bush no le van a gustar"), satirizarlos, a la vez que denunciar los aspectos represivos y violentos (PN004/01) y que la democracia que se tiene no alcanza para el ejercicio pleno de la vida digna (PN006/01, PN014/02) y por tanto, no es la

democracia que La Tribu entiende que es necesario construir. Por eso se ubican bajo el marco *Democracia*.

En este sentido, a la hora de construir la saga "Elecciones 2007", se deja claro que votar no es la única garantía de democracia, que con eso no alcanza: "Yo tuve democracia una vuelta", ironiza la voz institucional (PN156/07). En PN153/07 el locutor lo expresa explícitamente: "El problema cuando no hay democracia es que uno no sabe el rumbo; a veces cuando hay democracia tampoco". En ese señalamiento se sintetiza el doble carácter del marco *Democracia*, en el que no se discute que es un mejor estado de cosas que durante la dictadura, y se enfatiza en mantener la memoria viva y buscar la verdad y la reparación, sin renunciar a criticar los aspectos desiguales e injustos del sistema imperante. La mayoría (33 de 36) de los fragmentos de testimonios ciudadanos incluidos en las sagas sobre las elecciones de 2007 van en ese sentido: el del hastío de la población sobre los candidatos ("No, de los políticos no va a cambiar nunca nada", PN145/07), el descontento sobre la capacidad de la política de solucionar sus problemas ("sí, más de lo mismo no sé, el primero que agarre, me da igual, y esté quién esté el país no va a cambiar, somos nosotros los que tenemos que cambiar", PN149/07), el desinterés por el proceso electoral ("nunca estoy preparado, en realidad no voto, creo que voté una vez sola", PN142/07), la desconfianza hacia los políticos tradicionales ("siempre los mismos, dijeron que se vayan todos y es mentira, siempre es una rueda", PN145/07), críticas hacia el rol del propio electorado ("Porque no vota con la cabeza, vota con el bolsillo o con la panza y eso es lo peor que hay", PN140/07) o el convencimiento de que pocas serán las transformaciones con el cambio de figuras ("y vi un par de caras nuevas porque en mi ignorancia no los conocía, pero el resto son los que ya estuvieron, no creo que cambie la cosa", PN139/07).

La misma saga "30 años del Golpe" no se circunscribe a mostrar los hechos acaecidos entre 1976-1983, sino que también muestra cómo en democracia, si bien las condiciones son mejores y se empezó a hacer justicia (PN123/06, PN129/06) se prolongaron algunas injusticias que se suscitaron durante la dictadura, por la inacción, ineficiencia o complicidad del poder político (PN130/06, PN131/06). En PN122/06 esta perspectiva se hace explícita con la inclusión de un audio de Néstor Kirchner: "vengo a pedir perdón en nombre del Estado nacional por la vergüenza de haber callado durante veinte años de democracia".

El marco *Democracia*, incluidas las sagas dedicadas a las elecciones de 2007, y las piezas que defienden la democracia pero critican sus aspectos desiguales, asciende a 64 spots, es decir, 20,2% del corpus sonoro.

Autonomía/autogestión

Fuera de lo que referido en el segundo nivel de análisis, donde la autonomía se hace presente en el eslogan "Apagá La Tribu y hacé tu radio", el marco con el que La Tribu refiere a la posibilidad de construcción de un proyecto que no dependa del poder y que proponga una sostenibilidad independiente que no altere los objetivos de transformación y muestre que es posible la gestión alternativa y ciudadana, aparece de diversas formas en el corpus sonoro.

En PN029/04 con motivo de los quince años de la emisora, un spot está hecho con saludos de miembros de la radio de salud mental La Colifata. Allí La Tribu elige incluir y cerrar la pieza con el testimonio de una mujer que celebra la construcción de formas de vida elegidas por las personas: "Feliz cumpleaños... poné la cabeza, poné las manos, los pies y tu corazón, y sigan siempre adelante. Podemos construir otras maneras de vivir". En la misma tónica, en la saga "Elecciones 2007" se incluye un testimonio de una mujer que dice que "esté quien esté, el país no va a cambiar; somos nosotros los que tenemos que cambiar" (PN149/07).

En PN065/05, de la subsaga que utiliza audios de "Radio Favela", una película de ficción sobre una radio clandestina, aparece el tema del autosostenimiento económico de este tipo de experiencias de comunicación. De manera risueña, irónica y romántica, La Tribu hace un spot con una escena en la que los protagonistas juntan dinero para volver al aire, una metáfora de la autogestión y sus dificultades:

VOZ (española): Hemos ido de casa en casa. Todo el mundo echa en falta la radio.

VOZ (español): No hay nada que hacer, está hecha pedazos.

VOZ (española): pero si todo el mundo quiere colaborar para que vuelva a funcionar de nuevo. Esto es para la emisora.

VOZ (español) ¿Qué tienes ahí?

VOZ (española): Cada uno lo que ha podido. Algunos colaborarán a fin de mes.

VOZ 2 (española): Ho, por qué no me habéis dicho nada, chicos... yo también quiero colaborar.

VOZ (español): Gracias mamá.

LOC: Apagá La Tribu y hacé tu radio.

(PN065/05)

El aspecto puntual de que es posible una gestión autónoma de experiencias que no dependan del poder aparece en PN169/07 con la inclusión de otro testimonio: "siempre hay una manera de reinventarse y organizarse". Otras piezas de la saga "Prohibida" incluyen este marco conceptual. Un testimonio que estructura la PN171/07 menciona que "ser libre es autogestión". En PN172/07 otro testimonio señala "y hacerlo de otra forma (...) autoorganizándonos y sin jefes que es posible". En PN174/07 un testimonio afirma: "realmente somos nosotros los que movemos el mundo (...) y cuando lanza una iniciativa como un centro social en un barrio o lanza un periódico (...) a veces uno tiene la sensación de que es una anomalía". La acción autónoma también aparece en el testimonio incluido en PN180/07: "El desobediente es aquel que hace su propio destino, su propio universo".

El marco *Autonomía/autogestión* se presenta explícitamente entonces en 8 piezas del corpus sonoro, es decir, el 2,5%.

Libertad

La libertad que entiende La Tribu aparece referida de distintos modos. Está implicada en la saga que se dedica a conmemorar los hechos de la dictadura como contraposición a las restricciones que la dictadura implementó. Pero sobre todo está presente en testimonios de la imposibilidad de leer o escuchar lo que se quisiera (PN086/06, PN087/06), o los que tratan sobre las penas de reclusión que el gobierno militar disponía ante las desobediencias (PN090/06) o las detenciones arbitrarias e ilegales (PN117/06, PN119/06, PN130/06). La PN102/06 está titulada "Libertad" por el locutor y es un testimonio de una detención durante el gobierno militar. En PN088/06 el marco de la libertad se hace explícito por cuanto se incluyen testimonios de ciudadanos/as sobre el tema:

LOC: 88.7 La Tribu. Comunicado número 1 de las fuerzas armadas: se comunica a la población que a partir de la fecha el país se encuentra bajo el control operacional de la Junta de Comandantes Generales de las Fuerzas Armadas, se recomienda a los habitantes en estricto acatamiento de las disposiciones y directivas que emanen de la autoridad militar

AUDIO *archivo*: ...teniente general, comandante general del ejército...

AUDIO *testimonios*: la libertad hasta donde yo sé es andar libre / es lo que quiere todo el mundo, algunos no, pretenden pero no pueden / no tener ataduras de nada, poder expresarte libremente, poder actuar libremente / libertad como individuo / libertad libertad, una parte del himno nacional.

LOC. A treinta años del golpe, La Tribu

(PN088/06)

En PN092/06 aparece tematizada la libertad de expresión y la censura de los tiempos de la dictadura, a partir del señalamiento de la cantidad de periodistas perseguidos y desaparecidos. El testimonio incluido en PN114/06 destaca que con la recuperación democrática, se recuperó la libertad: "se recuperaron derechos, expresión, derecho de libertad de credo, de libertad en general, de ser y de expresarse como uno es". Por otro lado, se define a la dictadura como un período sin libertad (PN120/06).

En las piezas de la saga "Prohibida" el marco *Libertad* se hace presente de manera sistemática. Las críticas a las prohibiciones, de las cuales una ha sido a la propia La Tribu, inhabilitada en su espacio cultural, traslucen una búsqueda de libertad como contrapropuesta. Allí se habla de prohibiciones hacia los jóvenes (PN170/07). En ese sentido, es explícita la idea en PN171/07, donde el testimoniante incluido afirma que "ser libre está prohibido". La idea de restricción también aparece en la subsaga "Turismo" de 2007, que ironiza sobre las promesas electorales de una Buenos Aires mejor y lo corona con el eslogan "Cómo habitar una ciudad clausurada".

Asimismo, aparece la libertad de emitir en la subsaga dentro de "Apagá La Tribu y hacé tu radio" que utiliza audios de la película sobre una radio pirata "Radio Favela". Pero sobre todo en PN069/05 donde ante el temor por emitir ilegalmente por parte de uno de los personajes, otro le contesta que "El aire no tiene dueño, así que nadie puede impedir que la montemos". O en PN075/05 que se menciona explícitamente a la libertad de expresión como derecho fundamental.

En PN022/03, que trata sobre la revolución, uno de los testimonios incluidos afirma: "Revolución para la libertad". PN255/08 se escucha al periodista Norberto "Ruso" Vereza hablar sobre los medios de comunicación comerciales y criticar que la garantía de la libertad de opinión sea pagar un espacio: "es bastante complicado pensar en la libertad de que porque pongo mi plata

logro decir lo que quiero". En PN266/08 aparece tematizada también la libertad individual de consumir marihuana. Por último, aparece la libertad de una forma poética en la saga "Poética del incompleto". PN288/09 y PN289/09 se construyen a partir de la frase "Ser libre no es un don, es una reconquista".

Por todos estos casos, el marco *Libertad* está explicitado a través de 29 piezas del corpus sonoro, es de decir, el 9,1%.

Izquierda

La presencia de la izquierda como opción ideológica desde la cual se proponen las transformaciones sociales atraviesa todo el discurso emanado por La Tribu en forma de artística institucional. Es la perspectiva desde la cual la organización se para para decir que "acostumbrarse es morir", es decir, denunciar la normalización como un rasgo con el que el capitalismo triunfa. La respuesta que propone la emisora es remecer lo establecido, y esa es una idea crítica.

Muchos de los temas que son mencionados en la artística institucional, son abordados con una mirada crítica de izquierda, como la violencia institucional (PN004/01), la pobreza (PN014/02), la precarización laboral (PN018/03), la desigualdad (PN037/04), la lucha por la legalización de la marihuana (PN174/07). En PN266/08, incluso, esto se tematiza también y un testimonio ironiza: "zurditos que fuman porro".

Pero el marco conceptual *Izquierda* se hace más claro en sagas como "Canciones que a Bush no le van a gustar", por ser George W. Bush el presidente de Estados Unidos y símbolo de la derecha mundial. La saga, preparada en ocasión de su visita a la Argentina, es una burla desde la perspectiva de la izquierda. Las canciones que según La Tribu a Bush no le van a gustar deambulan por temas como la crítica a la persecución del terrorismo (PN046/05), una mirada anarquista de desafiar lo establecido (PN044/05), la revolución (PN050/05), el antiimperialismo (PN052/05).

También en otras piezas La Tribu confronta directamente el discurso de la derecha, asumiendo el rol de contrainformación de la radio alternativa. En PN055/05 se le responde a Juan Carlos Blumberg, padre de un muchacho asesinado en un hecho de inseguridad, que se hizo muy notorio posteriormente por su militancia a favor de la llamada mano dura: "Con toda seguridad, la seguridad no es Blumberg" dice la pieza sonora.

La subsaga "Turismo" también confronta el discurso de derecha, pues toma el eslogan de campaña de Mauricio Macri para la Ciudad de Buenos Aires ("Va a estar bueno Buenos Aires") y lo satiriza a través de una serie de piezas humorísticas que proponen irse de Buenos Aires a cualquier otro lugar del país: "Va a estar bueno Claromecó" (PN159/07), "Va a estar bueno El Chocón" (PN161/07), "Va a estar bueno Santo Pipó" (PN164/07), etc.

El discurso anti derecha de La Tribu se hace protagonista en la saga por los treinta años del Golpe de Estado. Allí, algunas piezas narran cronológicamente los hechos acontecidos desde aquel momento, tanto en lo político, como lo económico y lo jurídico. También se exponen las voces y discursos de quienes cometieron los crímenes de lesa humanidad, y testimonios de testigos y víctimas de aquella época. En esta saga se hacen presentes la participación popular (PN079/06), la lucha social (PN081/06), actividades subversivas (PN090/06). En PN086/06 un testimonio menciona que tuvo que quemar sus libros de teoría marxista y leninista.

La saga "Elecciones 2007" se construye desde la ironía, la burla, la crítica a la política establecida. Por ejemplo:

AUDIO testimonios: No, de los políticos no va a cambiar nunca nada / siempre los mismos, dijeron que se vayan todos y es mentira, siempre es una rueda / Viene uno nuevo, con su gente nueva, su narco nuevo, su chorro nuevo, sus arreglos nuevos, siempre lo mismo (...)

(PN145/07)

Se hace presente que las opciones electorales disponibles no son atractivas (PN147/07), que no hay una oposición (PN146/07, PN148/07), la desconfianza por la capacidad transformadora del sistema político (PN149/07). También se incluye un testimonio que señala que el gobierno de ese momento (Cristina Fernández) no es la izquierda: "el oficialismo no es la extrema izquierda como la quieren pintar" (PN148/07).

En la saga "Negro Cariño - Elecciones 2007" también aborda el tema y también confronta el discurso de derecha, a partir del eslogan de campaña del macrismo. Por ejemplo:

AUDIO: El domingo va a volver a estar bueno Buenos Aires. Va a estar bueno Buenos Aires

NC: Va a estar bueno Buenos Ares. Me lo imagino, lluvia inundada, sin todas las infraestructuras hechas, con los niños pasando frío, con goteras, está bueno Buenos Aires. Suena lindo, ¿no?

LOC: 88.7 La Tribu

(PN213/07)

El marco *Izquierda* protagoniza 45 spots, o sea, el 14,2% del corpus sonoro.

Arte

El arte como vehículo de la transformación está presente transversalmente en la estética y la poética mismas de las piezas sonoras. Más allá de ese aspecto, del cual no se hará particular énfasis en esta investigación, la perspectiva de La Tribu sobre el arte también se hace presente como temática en el corpus sonoro.

En un primer nivel, a partir de la inclusión de contenidos de otras industrias culturales (música, cine, literatura) como ingrediente sonoro desde el cual editorializar una idea. De este modo se pueden escuchar intérpretes identificados con los objetivos políticos de La Tribu como Manu Chao (PN001/01), frases de canciones que a La Tribu le sirve incluir para reforzar la idea de un spot (PN023/03, PN109/06) fragmentos de películas que recontextualizados generan una significación que La Tribu busca como en la saga "Sonido - Menos silencio" o la subsaga "Radio pirata", o fragmentos de poemas coronando un spot (PN022/03). Por otra parte, en la saga "Canciones que a Bush no le van a gustar", la música es la protagonista, ya que se eligen fragmentos de canciones que hablan de revolución, de terrorismo, de imperialismo y se convierten en spots.

Asimismo, en el corpus sonoro aparece la ficción como herramienta al servicio de la comunicación de ideas políticas. Esto se ve con el empleo de diferentes formas del radiodrama (y del humor) como en las sagas del "Negro Cariño - Invierno" y "Elecciones 2007 - Negro Cariño" y en la subsaga "Turismo" dentro de la saga "Prohibida". También el arte es protagonista en la saga "Poética del incompleto" que tiene un basamento estético preponderante con la sonorización de fragmentos de poemas en la voz de sus autores.

Yendo a un nivel más concreto, la presencia del arte como temática se constata en más elementos del corpus sonoro. En PN074/05 se elige hacer el spot a partir de un fragmento de una película en la que se reivindica a la música diferente que es capaz de emitir una radio alternativa:

LOC: La Tribu, ochentayo...

AUDIO (*película. Doblaje español*)

VOZ 1 (hombre): Ahora a través del aire que no tiene dueño, la música que no ponen las demás radios. Nuestra propia música, señores. En directo y llena de color.

LOC: Apagá La Tribu y hacé tu radio

(PN074/05)

En esa misma tónica, la PN077/05 de la misma saga incluye el tema de la poca difusión de algunos artistas. El personaje dice: "tengo una idea para un programa de radio. Hay gente que toca y que canta y no tiene ninguna oportunidad. ¿Qué te parece la idea?". En la saga "30 años del Golpe" se menciona la prohibición de la dictadura a ciertos músicos (PN087/06).

La perspectiva sobre el marco conceptual *Arte* se hace explícita también en PN168/07, un spot construido básicamente en torno a un testimonio que refuerza la mirada de La Tribu sobre este tema:

LOC: La Tribu 88.7 Prohibida. Cómo habitar una ciudad clausurada.

AUDIO *testimonio*: Debería ser gratuita la música porque algo tan hermoso como el arte no se puede vender.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu. Prohibido ser joven

(PN168/07)

En ese mismo sentido va la PN173/07: "las bandas que están caras, siempre voy a las que son más o menos baratas". En PN180/07 también aparece tematizado el arte como herramienta de transformación. Dice un testimonio: "casi la única manera de crear su propio universo es a través del arte". De forma más metafórica, en la saga "Sonido - Menos silencio" (PN223/08 a PN259/08)

aparece el poder remecedor del sonido y la música. En la mayoría de estos casos, se incluyen fragmentos de una película donde se habla de subir el volumen y provocar malestar: "tiene un control de volumen que te permite suficiente potencia como para provocarle a las personas una gran malestar" (PN226/08). Esos fragmentos están coronados por diferentes músicas.

En la saga "Plataforma de descargas" también aparece el tema. En la PN304/09 el testimonio se queja "de los vecinos que consideran a la música ruidos molestos". También en PN306/09 y PN307/09 donde se reclama que no se deja trabajar a los artesanos, en PN308/09 donde se tematiza una situación habitual en un recital de rock o en PN313/09 que se incluye un testimonio sobre jóvenes formando una orquesta.

Entonces, y sin contar las veces que La Tribu utiliza arte como ingrediente o herramienta narrativa, el *Arte* como marco conceptual desde el cual la emisora se posiciona, aparece en 48 piezas, es decir, un 15,1% del corpus sonoro.

Tecnología

La tecnología aparece como tema en PN028/04, PN033/04, PN035/04 y PN248/08 en las que se ironiza sobre el paso del tiempo y la evolución tecnológica: "Los aparatos modernos son muy complicados porque los lectores no se entienden bien" (PN028/04). En esa tónica, en PN035/04 el locutor comenta cómo eran los aparatos tradicionales mediante los cuales podía escucharse música y radio:

LOC: En una época los equipos eran suficientemente sofisticados y al mismo tiempo sencillos como para que su interfase fuera cómoda para el usuario. Entonces uno tenía que apretar el botón de ON y se prendía

AUDIO (*hombre mayor*): FM 88.7 La Tribu

(PN035/04)

PN033/04 es un institucional dedicado a difundir la posibilidad de escuchar la radio por Internet, y se hace también desde el humor y la ironía, presentando la emisión en línea como algo asociado a lo ultratecnológico, extravagante y, si se quiere, primermundista, y por eso el locutor presenta la posibilidad en un inglés caricaturesco:

LOC: Radio input in the soundcard of the computer. Ahora podés escuchar La Tribu por Internet, pero tenés que meter algo en el navegador que es [www . Fmlatribu . com](http://www.Fmlatribu.com) y apretás el botoncito... of use and the streaming media translate by the wireless across the universe and the take your computer and put it The Tribu in your computer man... Y podés ecualizarla, podés subirla a un programa de edición de audio y lo cambiás todo y hacés tu Tribu... FM La Tribu of Buenos Aires Argentina is in your desktop no preocup of and the lighting of the cerebro of you es listen FM La Tribu...

(PN033/04)

Siguen las ironías sobre las posibilidades de las tecnologías y las realidades de los medios comunitarios en PN034/04, spot basado en audios de conversaciones de la producción de la radio cuando está teniendo problemas para la salida al aire. Un impedimento técnico, que puede leerse como un problema habitual relacionado a las fragilidades propias del subsector comunitario, es expuesto con humor para describir el día a día de estos medios a la vez que relativizar la infalibilidad y eficiencia de la tecnología:

AUDIO *conversaciones* : Estamos sin radio, son las 6 y 25 se murió la radio / Son las 9 de la mañana, no estamos saliendo al aire, no sé qué problema estamos teniendo, / Son las diez menos veinte, se ha cortado la transmisión

MÚSICA: *Nada me importa que critiquen la humildad de mi cariño, el dinero no es la vida*

LOC: 88.7 mhz

(PN034/04)

La pequeña saga que va de PN038/05 a PN041/05 está dedicada a difundir la página web de La Tribu y sobre todo la posibilidad de escuchar la radio en línea. Se elige hacer en distintos idiomas. En todos se dice que "ahora la novedad es que podés escucharla en Internet".

La saga "Sonido - Control" utiliza fragmentos de una película en la que sus personajes experimentan con el sonido, pero lo hacen desde los dispositivos tecnológicos. En toda esta saga se pone en cuestión el poder de la tecnología como herramienta para la difusión, expresión,

comunicación, y en un plano más metafórico, para remecer lo establecido, "hacer ruido". Esta idea, sumada a la del uso y apropiación de la tecnología para crear sin depender de terceros, atraviesa toda la saga y se expresan en las frases que se elige incluir en los spots: "tenemos que poder hacer eso con el sonido, no solo generarlo sino poder controlarlo" (PN223/08); "la potencia se incrementa unas 5 mil veces, es como un láser que golpea mi tímpano" (PN224/08); "con esto haremos mucho ruido, es un riesgo que hay que correr, y podemos perder" (PN232/08); "tiene un control de volumen que te permite tener suficiente potencia como para provocarle a las personas un gran malestar" (PN251/08).

Por último, la saga "Plataforma de descargas", si bien se trata de una saga con spots con voces anónimas expresando alguna queja libre sobre cualquier tema, el nombre juega con el concepto tecnológico de un repositorio de contenidos para bajar de Internet, para resignificarlo como un espacio donde descargar un malestar.

La *Tecnología* aparece tematizada entonces, en el contenido de 46 spots, o sea, el 14,5% del corpus sonoro.

Comunidad/colectivo

La tematización de lo colectivo y del actor comunitario aparece a lo largo de todo el corpus sonoro. Son las víctimas de las injusticias y a la vez la posibilidad de respuesta a través de una transformación que debe ser social, no de individuos aislados. El valor del colectivo para defenderse de las injusticias y encarar transformaciones se hace central en el corpus sonoro. En el contexto de la crisis de 2001, por ejemplo: "AUDIO *cobertura*: La gente sigue protestando y sigue protestando. Si los corren cien metros, se van a cien metros y cuando pueden vuelven" (PN011/01). O durante la dictadura cívico militar: "Cien mil personas se manifiestan en contra de la medida", destaca La Tribu en PN127/06 cuando narra que Bignone da por muertos a los desaparecidos. O que "Setenta mil personas acompañan a los miembros de la Conadep para entregar a Alfonsín los resultados de su investigación" (PN128/06).

El actor "comunidad" aparece explícitamente mencionado en PN036/04 donde La Tribu responde a un spot de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas que habla en contra de las "radios ilegales". Allí La Tribu pone en cuestión esa concepción de ilegalidad con que se acusa a las emisoras comunitarias y alternativas: "¿Quién es ilegal? ¿La comunidad que toma el derecho de decir lo que pasa?".

Lo colectivo es tema central de PN169/07, pieza que discute al individualismo:

LOC: La Tribu

AUDIO *testimonio*: siempre hay una manera de reinventarse y organizarse.

LOC: La Tribu 88.7 Prohibida. Cómo habitar una ciudad clausurada.

AUDIO *testimonio*: la gente joven que quiere crear un espacio lo que hay que hacer es juntarse.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu.

AUDIO *testimonio*: La rutina y la masividad está hoy convertida en empujar hacia la tendencia del individualismo.

LOC: La Tribu, prohibida.

(PN169/07)

La PN172/07 también aborda esta perspectiva. Allí, un testimonio habla de "hacerlo de otra forma, colectivamente, tomando decisiones operativas, y autoorganizándonos". En la PN178/07 se incluye un testimonio en el mismo sentido: "Para ver qué podemos hacer con los problemas que tenemos en el barrio, impuestos, aumentos, podemos empezar a juntarnos, ¿no?". En PN261/08 se habla de "una lucha contra este sistema que se basa en la propiedad privada, en los intereses del lucro individual, una explotación de una minoría sobre una mayoría".

La subsaga "Radio pirata" realizada con fragmentos de la película "Radio Favela" tiene varios pasajes en los que aparece el actor comunitario como sustento de esa experiencia de comunicación al margen de la legalidad. Entonces pueden escucharse expresiones como "nuestro partido es el del barrio" (PN067/05); "la calle es de la gente" (PN968/05); "si la gente nos apoya, no nos cogerán nunca" (PN073/05).

La participación también es tematizada. Aquí se incluye bajo la noción de que es una expresión colectiva con que la comunidad intenta incidir en las transformaciones sociales. Así, en la saga de los treinta años del Golpe de Estado, La Tribu expone que el objetivo principal de la dictadura "fue destruir toda forma de participación popular" (PN079/06).

El poder de lo colectivo también queda establecido con la mención a la forma en que se dio la lucha de las Madres de Plaza de Mayo (PN083/06), los estudiantes de La Noche de los Lápices (PN111/06) o la mención a los "obreros organizados" (PN261/08).

Con un perfil más poético la PN007/01 habla de "la calle llena de ojos" ante la normalización de una vida angustiante. Allí se pone sobre la mesa lo público, el espacio común (la calle) y que allí está la comunidad (ojos), testigo y víctima de los aspectos injustos del sistema que La Tribu critica. En esa tónica poética, en PN103/06 se menciona que "FM La Tribu recuerda a todos aquellos que no están por ser semilla y viento, por ser la lluvia mojándote el rostro", en referencia a quienes, desde lo colectivo y lo anónimo, dejaron la vida por resistir la dictadura e intentar transformar la realidad.

En la saga "Elecciones 2007" se pone en cuestión la vía electoral como única forma que tiene la democracia para participar. Es una saga crítica con respecto al sistema político, a las opciones que brinda, y allí, si bien aparece el actor colectivo ("Mucha gente vota"), se hace con ironía sobre las posibilidades concretas de que esa sea la única vía con la que la comunidad pueda alcanzar la transformación de sus condiciones de vida. Algunos testimonios incluidos confirman esta perspectiva, que sin desdeñar la posibilidad del voto, enfatiza que la transformación es posible solo con la participación colectiva en otros ámbitos: "el cambio nunca va a venir de ahí, pero iremos a votar" (PN144/07); "hay que pedirle no sé, a la gente, no a los políticos, a vos, a mi, el cambio está acá (...) esté quién esté, el país no va a cambiar; somos nosotros los que tenemos que cambiar" (PN149/07).

Respecto del término "gente", si bien es un genérico de múltiples significaciones, se incluye varias veces a lo largo del corpus sonoro con la perspectiva de pueblo ("la gente que realmente patea la vereda" [PN192/07]), comunidad que sufre injusticias ("la gente come de la basura" [PN204/07]) y que es posible agente de cambio ("La gente sigue protestando y sigue protestando" [PN011/01]). Son esas perspectivas las que son tenidas en cuenta aquí como parte del marco conceptual *Comunidad/colectivo*.

El eje comunidad/colectivo se hace presente a partir de otras formas. Por ejemplo, otras formas de mencionar a lo colectivo como sociedad (PN016/03), pueblo (PN137/07), manifestantes (PN020/03), las mayorías (PN024/04), ciudadanía (PN138/07), vecinos (PN179/07), oyentes. Asimismo, por la presencia de voces anónimas, voces reales, protagonizando piezas sonoras con sus opiniones, sus deseos, sus experiencias, sus noticias. En este sentido, hay presencia de voces de la

comunidad en 93 piezas, es decir, un 29,3% de corpus sonoro, lo cual se evalúa como un número significativo, teniendo en cuenta que la artística institucional es el espacio donde la organización opina, y han dado lugar en un tercio de sus piezas sonoras en el período estudiado a voces ciudadanas. Si bien, de las piezas con voces ciudadanas preponderan las que están construidas en base al testimonio de una sola persona (45), le sigue las que están construidas en base a cuatro o más voces (incluso hasta doce) con 27 casos. Luego vienen las piezas hechas con dos voces (11) y con tres (10).

La saga "Plataforma de descargas" está construida básicamente en torno a ser un espacio donde voces de la comunidad expresan quejas y demandas, algunas más cotidianas o risueñas ("Me estoy quejando del frío porque me tengo que venir muy abrigado todos los días a la facu" [PN316/09]) y otras más graves ("los chicos tirados en la calle drogándose y nadie hace nada" [PN307/09]). Son 14 piezas protagonizadas por la comunidad.

En total, puede decirse que la comunidad y lo colectivo en sus distintas expresiones aparece en 54 spots. Es decir, en el 17% del corpus sonoro.

Revolución

La revolución aparece explícitamente mencionada en PN022/03, que es un spot que con testimonios ciudadanos está dedicado a hablar de la revolución como concepto:

LOC: De la vida tribal

AUDIO: Revolución, compadre.

AUDIO (*testimonios*): La revolución es una forma agresiva de cambiar las cosas / Una verdadera revolución sería para que todos vivamos mejor, me parece / Revolución, para qué? Para reclamar algo que nos parece injusto, para cambiar las cosas que no nos parecen que estén bien / Revolución para la libertad / Hacer la revolución de algo / una cosa de esa inconsciente... siempre hay un porqué / Siempre, y es constante.

AUDIO (*grabación solemne. Poema*): Viniste a glorificar las lágrimas, no a enjugarlas. Viniste a abrir las heridas, no a cerrarlas. Viniste a encender las

hogueras, no a apagarlas. Viniste a decir que corran el llanto, la sangre y el fuego como el agua.

LOC: De la vida tribal.

(PN022/03)

También aparece mencionada en PN056/05 y PN057/05, institucionales que hablan de la radiofonía y un audio al comienzo señala que la radio es "revolución permanente". Asimismo, en la subsaga "Turismo", que satiriza el eslogan de campaña de Macri para jefe de gobierno de CABA "Va a estar bueno Buenos Aires", las nueve piezas cierran con un audio de archivo que sería de Hugo Chávez diciendo "Hay una revolución turística en marcha, es una verdadera revolución". Una figura representativa de las nuevas izquierdas latinoamericanas, ofreciendo una frase sobre la revolución, que funciona como condimento risueño de una subsaga humorística que critica a un gobierno de derecha. Por último, en la saga "Canciones que a Bush no le van a gustar", el spot PN050/05 incluye un fragmento de la canción "Viva la revolution" del grupo Adicts: *"Viva la revolution, come on, come on, viva la revolution"*.

En un nivel menos explícito, durante todo el corpus sonoro está presente la idea de revolución de La Tribu como una lucha social para la transformación. En principio, desde algunas consignas expuestas en los eslóganes. Por ejemplo la saga de "Acostumbrarse es morir", que es un llamado a la desnaturalización, a la desnormalización, y por lo tanto, a remecer lo establecido para transformarlo. Allí, algunas variantes de eslogan son elocuentes: "Quien ve no puede quedarse sentado. La impaciencia furiosa" (PN004/01).

También en la saga "Sonido - menos silencio" donde los conceptos de sonido y ruido aparecen para remecer lo establecido y en contraposición al silencio de la no expresión, de la quietud: "Con esto haremos mucho ruido, es un riesgo que hay que correr, y podemos perder" (PN232/08); "el sonido va en todas direcciones, direcciones, direcciones." (PN234/08). En una de las piezas de esta saga (PN239/08), incluso, la música con la que cierra es el tema "Hijo nuestro" de Todos Tus Muertos que menciona a Augusto Sandino, el revolucionario nicaragüense.

De este modo, se tematiza o suenan registros de la protesta social (PN020/03), cortes de calle (PN023/03), resistencia ("Si los corren cien metros, se van a cien metros y cuando pueden vuelven" [PN011/01]), rebeldía ("La rebeldía no tiene guión, el grito no tiene gramática" [PN037/04]), la

lucha para transformar lo establecido (PN078/059), el rol activo de la ciudadanía en la posibilidad de transformaciones (PN149/07; PN174/07) y hasta la subversión en términos de la dictadura militar (PN090/06).

El marco conceptual "Revolución" es uno de los que vehiculiza más directamente el marco de motivación (Viejo Viñas, 2008). Es aquel con el que La Tribu muestra la necesidad de transformaciones y llama a la acción: en PN006/01 el locutor pregunta "¿Qué más vamos a esperar?"; en PN011/01 dice "no dejemos veranear a diciembre" en alusión a no dejar pasar lo ocurrido durante el estallido de diciembre de 2001. En PN012/01 señala: "el 40% de los argentinos somos pobres. No te quedes en casa mirando la tele".

La idea de remecer lo establecido también está presente en la saga "Poética del incompleto - Radio sin oyentes", donde algunos fragmentos de poemas que La Tribu elige van en ese sentido: "Desestablecer, descolocar lo que por uso o repetición se acumuló" (PN282/09); "Para imperfeccionar y que algo se mueva" (PN284/09); "Ser libre no es un don, es una reconquista" (PN288/09).

En 51 spots del corpus sonoro aparece el marco conceptual de *Revolución*, es decir, un 16%.

Comunicación (alternativa)

La Tribu, como una organización dedicada a la comunicación, interviene decididamente con su voz para ofrecer su visión sobre este campo. Desde un nivel general, el posicionamiento en el campo alternativo y comunitario de la comunicación se evidencia por algunas temáticas, enfoques y voces presentes en la artística, muchos de ellos relegados de las agendas de los medios masivos de comunicación. Así, un spot puede construirse con las voces de quienes protestan (PN005/01), o enfoques diferentes sobre un tema que puede ser de agenda como el de la legalización de la marihuana (PN266/08). En PN018/03, por ejemplo, se escuchan voces de niños y niñas que están vendiendo en algún transporte público y de pronto esas voces interpelan a quien está grabando, borrando la aparente distancia sobre el trabajo infantil como dato y transformándolo en una experiencia concreta y cercana al oyente, a la vez que posicionando a la emisora como cercana a esas problemáticas, a las que accede directamente:

LOC: De la vida tribal

AUDIO (*ambiente, mujer*): cuatro barritas de cereal a un peso.

AUDIO (ambiente, *hombre*): Dos pesitos la mentita las dos por un peso.

AUDIO *nena*: Hay Mantecol a un peso, Mentitas dos por un peso.

AUDIO *nenes*: ¿Para qué radio es? ¿Para qué radio es?

LOC: De la vida tribal.

(PN018/03)

El tema concreto de la comunicación y sobre todo la brecha que existe entre los medios masivos, concentrados, comerciales, y los medios que ven a la comunicación como un derecho, aparecen concretamente en varias oportunidades. La PN009/01 titulada "Más no", expone con descontento que haya "más Hadad" y "más radios que no están". Así, se ofrece la opción que toma La Tribu por la comunicación como derecho, y contra la comunicación como mercancía y la concentración de medios. En esa misma tónica, la PN010/01 menciona negativamente "Acostumbrarse a Hadad", en la saga de "Acostumbrarse es morir". Hadad, magnate de los medios de la época, aparece como blanco y símbolo de la concentración de medios y de la mirada comercial sobre un derecho y herramienta de transformación. Así, La Tribu establece una distancia sobre algunos preceptos preponderantes de las industrias culturales, en concreto en el escenario infocomunicacional.

Esa crítica a los medios de comunicación no solo es a su propiedad, sino en concreto a su forma de actuar, evidente para La Tribu en el contexto de la crisis de 2001: "Los chicos reparten limones mientras la televisión muestra películas viejas", dicen en la PN011/01. En la PN012/01 se completa la propuesta de La Tribu: "LOC: Un hombre carga media res en el cuerpo, corre entre balas de goma que son de plomo. El 40% de los argentinos somos pobres. No te quedes en casa mirando la tele". En PN014/02 incluyen a las prácticas periodísticas en el diagnóstico de la crisis. En el mismo movimiento, La Tribu se está distanciando de esa forma del periodismo que los medios hegemónicos instalan como regla en las industrias culturales:

LOC: Violento el ahorro, el hambre, el gas lacrimógeno. Violento el hábito de no sorprenderse, el silencio. Violenta la especulación del periodismo. Violento el dólar. El hambre es todo. La Tribu 88.7 mhz.

(PN014/02)

Por su parte, en la saga "De la vida tribal", una pieza está dedicada a los medios de comunicación, con una mirada crítica construida en base a testimonios de personas anónimas:

LOC: De la vida tribal.

AUDIO (*testimonio*): Por qué la información que nos llega está tan recortada, de dónde se digita ese recorte, por qué quieren que la sociedad sea ignorante, por qué quieren que no sepamos... por qué, por qué, por qué.

AUDIO *testimonio*: Y vaya a saber, vaya a saber.

AUDIO *testimonio*: A mi la radio me hace deprimir muchas veces cuando escucho determinados periodistas.

AUDIO *testimonio*: Desgraciadamente todos los medios que tenemos en Argentina están con una tendencia feroz. Todos, para un lado o para el otro, pero todos con tendencia. No hay ninguno objetivo, serio e independiente.

AUDIO (*¿película?*): Se equivoca, mi amigo, a mi nadie me ha comprado.

LOC: 88.7 FM La Tribu.

AUDIO *testimonio*: Y yo qué hago, yo bailo la jota (risas).

LOC: De la vida tribal.

(PN016/03)

Asimismo, como ya fue mencionado, varias piezas están firmadas bajo la saga "Apagá La Tribu y hacé tu radio", que no solo habla de comunicación sino que interpela a las audiencias a convertirse en productoras de discursos. En esta saga, se encuentra la PN032/04 que insiste con la mirada conceptual de la emisora sobre el accionar de los medios masivos de comunicación, representados genéricamente bajo la figura de "la televisión":

LOC: La televisión administra el discurso, el poder, la pobreza, la Iglesia, la esperanza. La seguridad usada, trucha, falsificada. Tu cuerpo es de otro. La miseria no tiene glamour y sí un montón de guionistas. El futuro no tiene propiedad, tiene que hacérselo. Apagá La Tribu y hacé tu radio.

(PN032/04)

En la perspectiva de posicionarse en el campo comunitario y alternativo, y discutir los principios y valores que se suponen establecidos como regla por las generalidades de las industrias culturales, La Tribu realiza una pieza de choque frontal que no solo ofrece su visión de mundo o critica la mercantilización de la comunicación, sino que lo hace citando un spot de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas que intenta combatir a las radios sin fines de lucro y las trata de ilegales. Este es el ejemplo más explícito de cómo los marcos conceptuales de La Tribu se hacen presentes como contenido de las artísticas institucionales, y cómo esa visión que tiene La Tribu sobre el campo infocomunicacional contrasta necesariamente con el que prepondera allí, a pesar de que se conviva en el mismo escenario:

LOC: Escuchá esto que grabamos en otras radios.

HOMBRE: ahí, ahí, sí, dale.

MUJER: Sí, ¿acá?

HOMBRE: acá, dale, un poquito a la izquierda.

MUJER: Ay, sí, ¿ahí?

HOMBRE: ay, un poquito a la izquierda, a la izquierda.

MUJER: ¿a la izquierda?

HOMBRE: a la derecha, a la derecha, arriba.

MUJER: ah no, arriba... ¿abajo?

HOMBRE: No, no, esperá, abajo, ahí, ahí. Ahí sí. Ahora sí se escucha.

MUJER: Por fin.

LOC DEL AUDIO: ¿Es esto lo que tenés que hacer cuando no podés escuchar bien la radio? Las interferencias y las radios ilegales son culpables de que no puedas elegir libremente lo que querés escuchar. Y el gobierno nacional debe garantizar tu derecho a que sintonices la radio sin interferencias. Los que hacemos

radio en Argentina queremos que cada día nos escuches mejor. Es un mensaje de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas.

LOC: ¿Quién es ilegal? ¿La comunidad que toma el derecho de decir lo que pasa? ¿O las empresas que violan el derecho del otro para decir lo que les conviene? Con un multimedio en el medio no es posible la comunicación. Oyentes de FM La Tribu: quince años haciendo gimnasia.

(PN036/04)

El rol de la radio comunitaria y alternativa como opción diferente a lo que proponen los medios hegemónicos, aparece como tema en otras piezas del corpus sonoro. En PN037/04 se habla de "una radio nueva donde no hay relato". La PN053/05, bajo el concepto de habilitación opone los dos tipos de comunicación, la hegemónica y la alternativa, cuando afirma que está "habilitado eso que (...) escribe el diario" pero que La Tribu está "inhabilitada por la Ley de Radiodifusión". En PN054/05 se vuelve sobre esta estructura para afirmar que está "inhabilitado el modo en el que (...) se mira televisión" y que La Tribu está "inhabilitada por la Ley de Radiodifusión".

En los cuatro spots de la saga "Página web" se define a La Tribu como "comunicación alternativa" (PN038/05, PN039/05, PN040/05, PN041/05). También se define así a la emisora en PN201/07 y en el mismo gesto de la autodefinición aparecen las dificultades de desarrollo ("somos una radio alternativa en la cual no nos dejan crecer").

En PN174/07 aparece mencionada la fuerza y capacidad de la comunidad organizada para construir sus propios medios de comunicación. También es importante la PN172/07 en la que se expone la necesidad de hacer una comunicación diferente a la que se encuentra en los medios hegemónicos:

LOC: La Tribu 88.7.

AUDIO *testimonio*: Romper con la agenda de lo que nos cuentan todos los días en los medios, apelar a otras fuentes, a otra gente, acaba con la información espectáculo, descontextualizada, fragmentada.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu.

AUDIO *testimonio*: y hacerlo de otra forma, colectivamente, tomando decisiones operativas, y autoorganizándonos y sin jefes que es posible, con responsables pero sin jefes.

LOC: La Tribu, prohibida.

(PN172/07)

La distancia entre lo que propone una radio comunitaria y el modelo de comunicación que propone una radio comercial también queda en evidencia en PN255/08, construida en base a un testimonio de Norberto Vereá sobre la libertad de opinión en los medios comerciales:

LOC: La Tribu.

AUDIO: Alto policía, nadie se mueva, levanten las manos lentamente

LOC: Prohibida

AUDIO: Lo que menos hacen es ser libres para el que compra el espacio, uno compra el espacio pero como esas radios o son de alguno que está ligado a la política o la religión o mismo en donde vos no que te bandeaste, vos dijiste algo que los dueños de la radio no están de acuerdo, te echan aún vos pagando el espacio, entonces es bastante complicado pensar en la libertad de que porque pongo mi plata logro decir lo que quiero, logro decir lo que quiero, decir lo que quiero.

LOC: Apagala y hacé tu radio.

(PN255/08)

La forma en que funcionan los medios hegemónicos de comunicación es tema central de PN317/09, de la saga "Plataforma de descargas". En esa pieza la persona consultada decide quejarse "de la campaña de Clarín para autoboicot claro evidente del corte de la transmisión en TN, es muy obvio, muy obvio que es propio, está hecho por ellos porque no quieren discutir una mierda la ley de radiodifusión, sino porque son unos hijos de puta monopólicos". También es tema de PN265/08, y construido en base a testimonios anónimos y a intervenciones del personaje Negro Cariño:

NC: Soy el Negro Cariño, y la gente me quiere. Soy a voz del pueblo. El Negro Cariño. En invierno transmite para vos por FM La Tribu. TN, todo negativo. Canal 13: todo negativo. Canal 7 jajajaja Canal 7 todo positivo. FM La Tribu: la realidad. En la boca del Negro Cariño. El Negro Cariño en invierno, besitos. Vengan con el negrito mua mua.

AUDIO (*testimonios*): TN todo negativo / Sí porque no me gusta, porque no lo miro / Y porque son mala onda / Pesimista / No, porque lo miro y me gusta lo que dicen / Porque siempre hablan todo negativo / No, todo verdad / No, no te puedo decir que es negativo porque paga parte de mi sueldo, trabajamos para el grupo Clarín / Sí, yo creo en la discusión de Cristina con los medios tiene que ver con los distintos intereses que enfrentan los medios que ahora están saliendo a representar la política del gobierno / No, todo negativo no, porque es mentira, también el tipo que está a las doce de la noche que es muy gracioso

NC: El negro Cariño en invierno con mucho frío.

(PN265/08)

En la misma tónica, se aborda puntualmente el tema de la Ley de Radiodifusión, la necesidad de ir hacia una norma nueva y de la democracia:

NC: Ley de Radiodifusión. Por ahora como en los grandes medios, los grandes pools informáticos, y nosotros los comunitarios que somos los que estamos con el pueblo y que sabemos y que la sufrimos y que vemos el hambre en las veredas, no nos dan bola, claro No tenemos qué informar. El Negro Cariño te informa.

(...)

(PN267/08)

Desde una perspectiva más humorística, La Tribu también se ríe de sí misma, del error, de la dificultad técnica, y con esto está describiendo también las problemáticas habituales del campo de los medios sin fines de lucro, posicionando también el esfuerzo y los obstáculos de llevar adelante este tipo de proyectos:

AUDIO *conversaciones* : Estamos sin radio, son las 6 y 25 se murió la radio / Son las 9 de la mañana, no estamos saliendo al aire, no sé qué problema estamos teniendo, / Son las diez menos veinte, se ha cortado la transmisión

MÚSICA: *Nada me importa que critiquen la humildad de mi cariño, el dinero no es la vida.*

LOC: 88.7 mhz.

AUDIO: Marcela acá de Terapia, te quería avisar que ya estamos en el aire de nuevo.

MÚSICA: *Y si ahora no me quieres, yo sé que algún día me darás con tu cariño toda la felicidad.*

LOC: La Tribu. 15 años de inesperado... éxito.

(PN034/04)

Siguiendo con una faceta humorística y si se quiere autocrítica, la subsaga "Radio pirata" se enmarca completa en el marco conceptual *Comunicación (alternativa)* porque está construida con fragmentos de la película Radio Favela, en la que los personajes montan una emisora y de forma risueña y algo estereotipada van atravesando diferentes problemas que atañen a la gestión de un medio que no está amparado por la normativa. La Tribu opina a partir del recorte de estos fragmentos, muchos de los cuales resultan caricaturas del subsector de la radio sin fines de lucro, pero que en definitiva sirven para identificar a la organización en ese campo y a la vez reírse de sí misma.

En esta subsaga pueden mencionarse a manera de ejemplo la PN065/05 que romantiza la emisión ilegal, aborda los problemas de la sostenibilidad económica, a la vez que infantiliza y subestima la capacidad de desarrollo autónomo de estas experiencias, obteniendo un resultado risible en el contexto de la artística institucional de La Tribu:

LOC: La Tribu, ochentayo...

AUDIO (*película. Doblaje español*)

VOZ (español): Bastardos, lo han roto todo.

VOZ (española): Hola cariño, sé lo que te han hecho. Tenía tanto miedo de que te pegaran. Conseguirás un trabajo.

VOZ (español): El trabajo está aquí, en la radio. Han sido esos cretinos los que me lo han quitado.

VOZ (española): Hemos ido de casa en casa. Todo el mundo echa en falta la radio.

VOZ (español): No hay nada que hacer, está hecha pedazos.

VOZ (española): pero si todo el mundo quiere colaborar para que vuelva a funcionar de nuevo. Esto es para la emisora.

VOZ (español) ¿Qué tienes ahí?

VOZ (española): Cada uno lo que ha podido. Algunos colaborarán a fin de mes.

VOZ 2 (española): Ho, por qué no me habéis dicho nada, chicos... yo también quiero colaborar.

VOZ (español): Gracias mamá.

LOC: Apagá La Tribu y hacé tu radio.

(PN065/05)

Sin embargo, a pesar de la forma rústica y estereotipada, con los fragmentos elegidos en esta subsaga La Tribu pone en consideración algunos temas nucleares de la gestión de un medio comunitario y alternativo, como la ilegalidad (PN064/05), los problemas de financiamiento (PN965/05), la tecnología (PN066/05), el trabajo en red (PN067/05), la calidad (PN070/05), el hostigamiento que pueden sufrir estos proyectos (PN071/05), las tensiones con el mundo comercial de los medios (PN072/05), la estética (PN074/05), la participación (PN077/05) y hasta la necesidad de una legislación que contemple al sector sin fines de lucro (PN078/05).

Desde algo más poético se habla también de la radio como medio en dos piezas que tienen el mismo texto pero variaciones en la sonorización que las hacen dos piezas diferentes:

AUDIO: La radio es imagen.

AUDIO: revolución permanente.

LOC: Esto es La Tribu

AUDIO: La radio somos.

LOC: Esto es el 88.7 megaciclos.

AUDIO Inseguridad acústica es cuando tu sonido no te suena bien.

LOC: Un nuevo ciclo.

AUDIO: La radio es un espacio de encuentro. El miedo a decir de un modo y que del otro lado se escuche completamente distinto.

LOC: Esto es una nueva temporada.

AUDIO: Es pánico.

LOC: Esto es mi saliva (*risas*)

AUDIO: Pánico, pánico, pánico, pánico

LOC: Apagá la radio y hacé tu Tribu

(PN056/05, PN057/05)

La radio es mencionada también en la saga de los treinta años del Golpe de Estado cuando se señala la prohibición que sufrieron diferentes músicos para ser difundidos por las radios durante la dictadura (PN087/06). En esa saga también se tematiza el derecho a la libertad de expresión cercenado durante el gobierno de facto (PN088/06, PN092/06, PN107/06, PN114/06), las restricciones a la circulación de información (PN090/06), y una crítica explícita de La Tribu a "los medios que contaron lo que contaron" (PN121/06, PN122/06), en donde se menciona a "Bernardo y Mariano", (Neustadt y Grondona), como símbolos de ese tipo de periodismo y medios.

Si bien, como ya se abordó en el primer nivel de análisis, varias sagas y eslóganes de La Tribu remiten al marco conceptual *Comunicación (alternativa)* como "Menos silencio", "Inseguridad acústica", la frase "Apagá La Tribu y hacé tu radio" se considera fundamental aquí como condensación de la idea de una comunicación diferente. Por esto, en la suma de la cantidad de

piezas que permiten ir del corpus sonoro al marco conceptual, aquí se incluyen las que utilizan esta frase. De este modo, de las 317 piezas del corpus sonoro, 92 pueden ubicarse explícitamente en el marco conceptual *Comunicación (alternativa)*, es decir, un 29%.

Cultura

Si bien La Tribu, al definirse como un colectivo de comunicación y cultura pone en un mismo nivel ambos marcos conceptuales, y todo lo dicho en el marco *Comunicación (alternativa)* se puede incluir como parte del marco *Cultura*, en este apartado se enfatiza en dos grandes aspectos. Por un lado las críticas que La Tribu hace a la mercantilización presente en las industrias culturales, ya no solamente al campo infocomunicacional que protagoniza el marco conceptual *Comunicación (alternativa)*. Y también en lo que hace a la cultura como sistema de valores e identidad más allá de los productos culturales, perfil que La Tribu también defiende por sobre la concepción únicamente mercantil.

De este modo, en PN009/01 se hace una crítica a las consecuencias que la crisis provoca sobre la cultura ("más espacios culturales que tienen que cerrar"), y también a la mercantilización de aquello que podría no ser solo mercantil: el spot inicia con el locutor señalando que hay "Más cosas por las que hay que pagar". En ese mismo sentido, en el que la mirada no mercantil sobre la cultura conduce a La Tribu a defender el concepto de cultura libre, la PN168/07 está realizada en base a un testimonio ciudadano: "Debería ser gratuita la música porque algo tan hermoso como el arte no se puede vender". La PN173/07 está dedicada a esta misma perspectiva, que tiene que ver con el arte, pero también con el mercantilismo y con un enfoque sobre la cultura que es el que le interesa a la emisora:

LOC: La Tribu 88.7

AUDIO *testimonio*: No porque las bandas que están caras, siempre voy a las que son más o menos baratas.

LOC: cómo habitar una ciudad clausurada.

AUDIO *testimonio*: como menores ya no podés entrar a ningún lugar sin pagar 50 pesos para ver una banda careta. O documento falso o no voy.

LOC: prohibido ser joven.

AUDIO *testimonio*: yo me compraba los cds truchos.

LOC: prohibido escuchar La Tribu.

(PN173/07)

En la subsaga "Turismo", se hace presente el concepto de cultura, satirizado en la serie de spots humorísticos que imitan las publicidades de turismo de las diferentes localidades: "Crisol de razas, la historia y la mixtura de las culturas" (PN164/07); "Miles de leyendas cobran vida en cada uno de sus rincones, tesoros arqueológicos lo invitan a un recorrido único por la cultura de los pueblos autóctonos" (PN165/07); "Observar la ciudad es empaparse de una mezcla de antigüedad y modernismo" (PN166/07); "Penetre en la infinita riqueza de una ciudad donde se fusionan el arte, la historia y la cultura" (PN167/07). Estas menciones ridiculizan la mirada mercantil sobre la cultura como un producto a ser comercializado.

También la cultura como sistema de valores es mencionada explícitamente en dos piezas. En PN136/06 un testimonio señala que iría al Mundial de Alemania porque "hay mucha cultura allá". Y en PN139/07 un testimonio afirma que "No tenemos otra cultura que no sea esta, o sea o es blanco o negro, no hay otra cosa aparentemente".

En un aspecto menos explícito, como todo de algún modo es cultura, la misma se hace presente de alguna forma en todo el corpus sonoro, que es de un modo y no de otro, en gran medida por el anclaje cultural. Ahora bien, más allá de esta afirmación general, incluso bajo esta idea pueden identificarse algunos rasgos concretos en los que lo cultural en el sentido de formas de ser, sistemas de valores e identidades aparece en las piezas sonoras, a partir de algunos elementos que La Tribu elige retratar y también mencionarlos con una mirada crítica, como la capacidad de lucha y reclamo (PN023/03), el rebusque ante la necesidad económica (PN018/03), la avivada (PN017/03), la capacidad de lidiar con la adversidad (PN034/04), la creatividad para reponerse a los obstáculos (PN083/06), el humor (PN313/09), entre otros.

También aparecen expresiones populares y formas de decir que anclan la producción de las piezas a una identidad, a un lugar y un tiempo. Y eso es cultural: "los zapatos me aprietan, las medias me dan calor, y la vecinita de en frente me tiene loco de amor" (PN037/04); "kilombo" (PN044/05; PN136/06; PN269/08); "hay que garparlo" (PN058/05), el "deme dos" (PN085/06);

"cheto" (PN207/07); "boludo" (PN206/07); "ojo al piojo" (PN209/07); o el hablarle al oyente de vos: "Hacé tu radio" (PN059/05), "Boicoteá" (PN055/05), entre tantos otros.

También símbolos muy propios de la cultura en la que se inserta la emisora, como la mención al churrasco (PN054/05); la importancia del fútbol (PN084/06, PN135/06, PN136/06) o incluso el himno nacional (PN199/07).

Si bien, como se vio, la cultura es un tema que atraviesa todo el corpus sonoro con diferentes niveles de concreción, aquí se hará referencia solo a las expresiones más explícitas que contienen el enfoque que La Tribu tiene del marco conceptual *Cultura*. De este modo, se tomarán los primeros ejemplos mencionados en este apartado, para concluir que el tema en su aspecto más concreto se hace presente en 9 piezas, es decir, un 2,8% del corpus sonoro.

Utopía

La idea de utopía como horizonte hacia el que se propone ir, tiene inscripta una imagen de futuro posible. Así como en el marco conceptual *Revolución*, aquí también hay un marco de motivación, de proponer acciones para caminar hacia esa vida con mejores condiciones. Ese tiempo propuesto es en abstracto, pero también es concreto cuando se entrecruza con la posibilidad de alcanzar la libertad, la autonomía, la felicidad.

De este modo, esta concepción aparece desde el comienzo del corpus sonoro. En PN001/01 hay una mirada de futuro mejor con el fragmento de la música de Manu Chao que señala "Próxima estación: esperanza" y las frases que construyen esa pieza:

LOC: La Tribu.

AUDIO: Su suerte merece un chance. Su suerte merece un chance.

LOC: La Tribu.

MÚSICA MANU CHAO: Próxima estación: esperanza.

AUDIO: Su suerte merece un chance. Su suerte merece un chance.

LOC: 88.7

AUDIO: Esperan... esperan... esperanza

LOC: Apagá la Tribu y hacé tu radio.

AUDIO:(*Ambiente*) Cambio cambio cambio cambio... (*Disco*) Próxima estación...

(PN001/01)

En el corpus sonoro aparece el futuro como algo diferente y mejor, como un anhelo pero con niveles concretos de posibilidad: "Podemos construir otras maneras de vivir" (PN029/04); "El futuro no tiene propiedad, tiene que hacérselo" (PN032/04); "El futuro tiene que ser la justicia, el progreso, la realización de las utopías" (PN055/05).

El tema del futuro como tiempo donde los anhelos se logran y las necesidades se saldan es tema central de la PN006/01 titulada "Cuándo", y protagonizada por un registro del piquetero Luis D'Elía:

AUDIO (*LUIS D'ELIA*): El segundo problema que tiene el gobierno son los cuándo. Cuándo, gobierno. "Vamos a hacer las treinta aulas"; cuándo. "Vamos a hacer las 80 cuadradas de asfalto"; cuándo. "Vamos a entregar diez mil pares de zapatillas"; cuándo. Los cuándo. El problema de este gobierno es cuándo. Cuándo quiere decir fecha, día, ¿está claro?

LOC: ¿Qué más vamos a esperar?

AUDIO LUIS D'ELIA: Fecha, día, cuándo.

LOC: Que te acostumbres no quiere decir que tenga que ser así. La Tribu. 88.7 mhz. La impaciencia furiosa. La costumbre es calmante.

(PN006/01)

Esta visión de futuro, que incluye un camino a transitar, pero que también es un anhelo concreto por llegar a ese tiempo de mejores condiciones, se hace presente en toda la saga que se agrupa bajo el eslogan de "Acostumbrarse es morir". Pero se hace más clara en aquellas piezas que varían el eslogan hacia "La impaciencia furiosa" o "Quien ve no puede quedarse sentado", y se hace explícita cuando se señala, por ejemplo: "¿Qué más vamos a esperar?" (PN009/01). Son piezas en las que La Tribu desarrolla su posición respecto de la crisis de 2001, pero con una mirada de futuro

posible al que se puede llegar con la transformación: "A un mes del 20 de diciembre, la memoria es futuro" dice la PN013/01.

Desde una mirada humorística, la PN153/07 que forma parte de la saga "Elecciones 2007", critica el futuro posible que puede conseguirse si solo se elige entre las propuestas partidarias existentes, un futuro incierto, ambiguo, desconocido y no convincente para la perspectiva política que busca La Tribu:

LOC: La Tribu 88.7.

LOC: y hay que elegir porque queremos saber el rumbo. El problema cuando no hay democracia es que uno no sabe el rumbo; a veces cuando hay democracia tampoco. Cuando uno no sabe el rumbo no sabe bien qué tiene que llevar, como cuando uno se va de vacaciones, si te vas a La Perla, a la feliz no es lo mismo que vayas a caminar por Córdoba, por el Cerro Otto, la indumentaria difiere absolutamente y si uno se equivoca en las cosas que lleva puede tener algún inconveniente incluso de salud. Pero esto no estás grabando, ¿no?

(PN153/07)

Esa angustia por un futuro no anhelado al que la política tradicional parece conducir aparece tematizada también desde el humor en la PN155/07:

LOC: La democracia es un estado donde uno va a donde quiere ir, pero el problema es que a veces uno no sabe dónde quiere ir. Entonces cuando uno no decide dónde va y otro le dice dónde tiene que ir que le dice por ejemplo al gobernante de turno, *surprise*, sorprendeme, ¿no? Entonces lo lleva y bueno, a veces lo lleva a lugares que uno quiere y a veces a lugares que no quiere y después dice y por qué no me llevaste ahí y entonces el gobernante dice *surprise*, era una propuesta, vos copate con las nuevas tendencias y toda esa historia.

LOC: La Tribu. Apagala y hacé tu radio.

(PN155/07)

Esa crítica por el futuro propuesto por la política tradicional, es una oposición a esas propuestas, que enfatiza por la negativa la mirada de La Tribu en torno al marco conceptual *Utopía* que está construido con otro enfoque y otros contenidos. Esa crítica aparece también por el lado de la ironía en las 9 piezas de la subsaga "Turismo" que satiriza el eslogan de la campaña de Macri en la ciudad de Buenos Aires que asegura que "Va a estar bueno Buenos Aires". La Tribu se permite poner en duda esa afirmación, cuestionarla desde su concepción de futuro deseable, y expresarla en una serie de piezas en las que se asegura, por ejemplo, que "Va a estar bueno Claromecó" (PN159/07), "Va a estar bueno Indio Rico" (PN162/07) o "Va a estar bueno Santo Pipó" (PN164/07). También en la saga "Elecciones 2007 - Negro Cariño" se retoma esta sátira del eslogan de campaña macrista en 10 piezas (PN210/07 - PN219/07). De hecho, la PN218/07 se titula "Futuro".

En total la idea de utopía, de futuro deseable y las críticas al futuro propuesto desde otras expresiones, aparece en 29 piezas del corpus sonoro, es decir, un 9,1%.

Anticapitalismo

La crítica al capitalismo, identificándolo como la fuente de las desigualdades y el principal blanco de la transformación que propone La Tribu, es medular del pensamiento de la emisora, y se hace presente también en el corpus sonoro.

Una de las sagas del período 2001-2009 lleva el eslogan "El capitalismo mata", acaso una condensación del perfil ideológico de la organización. En la PN024/04 la locución afirma que el capitalismo es un "modo de organización de la vida de los seres humanos en el cual el tiempo de las mayorías se convierte en el dinero de la minoría" y se abordan las condiciones de trabajo de talleres clandestinos. La PN025/04 se hace eco de la tragedia del supermercado en Paraguay, que en agosto de 2004 se incendió y sus dueños cerraron las puertas para que nadie pudiera irse sin pagar, lo que produjo la muerte de 327 personas. La Tribu señala allí:

LOC: El capitalismo es un supermercado que en caso de incendio salva las góndolas en vez de los compradores.

AUDIO (*cobertura mediática Paraguay*): Y confirman todos el hecho de que las puertas se cerraron a la salida de los accidentados...

LOC: El capitalismo mata.

(PN025/04)

En las otras dos piezas de esta saga disponibles como parte del corpus sonoro, La Tribu afirma que "El capitalismo es un supermercado que se incendia con los clientes adentro" (PN026/04) y "El capitalismo es una ciudad en la que algunos viven de lo que otros tiran a la basura" (PN027/04).

La crítica a los valores del capitalismo aparece también en otras piezas. La PN09/01 comienza con un lamento: "Más cosas por las que hay que pagar". La propuesta es no acostumbrarse a aquello ("¿Qué más vamos a esperar? Acostumbrarse es morir"). En el mismo sentido la PN010/01 hace una mención crítica a "Acostumbrarse a la propiedad".

En contexto de la crisis de 2001, las críticas al capitalismo que La Tribu pudo traer desde antes, se salen del terreno de lo abstracto y se hacen palpables en experiencias concretas y cercanas. La confiscación de ahorros y la conducta de los grandes bancos expone la estructura del sistema, y La Tribu lo elige contar directamente:

LOC: De la vida tribal.

AUDIO (*suceso*): Son unos chorros, la casa matriz responde. ¿qué casa matriz?, hijos de puta, dónde está la casa matriz. Son unos ladrones. Qué casa matriz están hablando, hijos de puta. Dicen que la casa matriz responde, mentirosos. Mentirosos. ¿Qué casa matriz responde? Chorros, chorros, chorros.

LOC: De la vida tribal.

(PN015/03)

De manera sutil, sin mayor narración editorial, la PN018/03 se compone de registros reales de vendedores ambulantes, incluidos niños, lo que constituye una crítica a un sistema que empuja a niños a vender en el transporte público para subsistir. También abordando otros temas, como la gentrificación y especulación inmobiliaria, aparecen críticas al sistema capitalista:

NC: El Negro Cariño te cuenta, cada vez más edificios, cada vez menos casas.
¿Las infraestructuras están como para tener más edificios? Yo no sé. ¿Por qué no trasladan la capital a Viedma? Jajaja

AUDIO (*testimonios*): (...) una lucha contra eso solo puede ir de la mano con una lucha contra este sistema que se basa en la propiedad privada, en los intereses del lucro individual, una explotación de una minoría sobre una mayoría y la irracionalidad que trae todos estos efectos colaterales

(PN261/08)

Otras piezas tematizan la pobreza y el hambre, que para La Tribu son consecuencia (y parte estructurante) del sistema capitalista. "El 40% de los argentinos somos pobres. No te quedes en casa mirando la tele" dice la PN012/01. "Violento el dólar. El hambre es todo", afirman en PN014/02. La PN032/04 dice que "La miseria no tiene glamour y sí un montón de guionistas."

En otros spots se abordan críticamente diferentes aspectos de la economía de mercado, del neoliberalismo, como la especulación financiera (PN080/06), la incidencia de capitales extranjeros y la deuda externa (PN085/06), las consecuencias de la inflación (PN212/07, PN264/08), la concentración y los monopolios (PN267/08), la precarización laboral (PN312/09).

Asimismo, la mirada mercantilista que propone el capitalismo es observada y criticada por la artística institucional. La PN013/01 en contexto de la crisis de 2001 afirma: "Los ahorros no son lo único que hay que cuidar". La PN085/06 dentro de la serie de los treinta años del Golpe de Estado, narra el consumismo propuesto durante la dictadura con el "deme dos". La PN168/07 incluye un testimonio ciudadano: "AUDIO *testimonio*: Debería ser gratuita la música porque algo tan hermoso como el arte no se puede vender". La PN053/05, titulada "Habilitación" tematiza, entre otras cosas, la desigualdad que produce la capacidad o no de pagar:

LOC: Habilitado el hambre. La muerte después de un aborto que tuviste que hacerte en tu casa. Habilitado eso que el turista paga, o el Papa dice, o escribe el diario. Habilitado si tenés plata, casa y comida. Habilitado Bush y todos sus discípulos. Habilitado el que puede pagar la habilitación. Apagá La Tribu y hacé tu radio. Inhabilitada por la Ley de Radiodifusión.

(PN053/05)

La PN054/05 sigue en esa perspectiva crítica. Se titula "Inhabilitación" y se menciona explícitamente al capitalismo, entendiéndose como fuente y explicación de las malas condiciones de vida que viene relatando La Tribu:

LOC: Inhabilitada la Iglesia, el hospital, el supermercado. Inhabilitada la universidad, el restorán, el baño de caballeros. Inhabilitado el churrasco, el café, la nafta. La clase ejecutiva de los aviones. Inhabilitado el modo en el que se muere de hambre, se asesina al joven, se mira televisión. Inhabilitado el mismo discurso de la habilitación. Inhabilitado el capitalismo. 88.7 mhz. Apagá La Tribu y hacé tu radio. Inhabilitada por la Ley de Radiodifusión.

(PN054/05)

La pieza siguiente propone un llamado a la acción para transformar todas estas condiciones: "Boicoteá toda expresión del capitalismo" (PN055/05).

Sin contar las piezas mencionadas que abordan temáticas económicas o critican la pobreza, el corpus sonoro incluye 15 piezas que abordan explícitamente críticas al capitalismo, el mercantilismo y el consumismo, lo que constituye un 4,7%.

Términos

Puede resultar anecdótico, pero también es sintomático, reunir la cantidad de veces que las palabras que nombran a los marcos conceptuales son utilizadas expresamente en el corpus sonoro. De este modo, las palabras felicidad, feliz o felices, aparecen 5 veces; el conocimiento entendido como información y saberes aparece 11 veces a través de diferentes términos (conocimiento, desconocimiento, ignorancia, saber, informarse); la democracia es mencionada 11 veces; la autogestión u organización con sentido de autonomía aparece 4 veces; la libertad, 26 veces; referencias políticas explícitas a la izquierda como izquierda, zurdo, marxismo o leninismo aparecen 5 veces; arte, artista o artesano aparecen 5 veces (se extiende si se habla de música -9 menciones-, canciones -10 menciones-, literatura y poesía -1 mención cada una-); tecnología aparece 1 vez; comunidad, colectivo, sociedad, ciudadanía, pueblo (y similares), como así individualismo, aparecen 42 veces; palabras relacionadas a comunicación y comunicación alternativa como ellas mismas y medios, comunitarios, expresión, información, radio, televisión,

diarios, radiodifusión, aparecen 64 veces; la palabra cultura aparece 6 veces; utopía, rumbo o futuro, 9 veces. Por último, capitalismo o capital aparecen 13 veces.

5.5.2. Causas de intervención

Otra de las formas de abordar la relación entre el pensamiento político de La Tribu y cómo es expresado en la artística institucional, es a través de las causas concretas de intervención. Así se llama aquí a temas concretos, situados, o temas puntuales que La Tribu elige tematizar, defender, impulsar, y que tienen un nivel menos abstracto y general que los marcos conceptuales. Así, por ejemplo, si con la bibliografía y entrevistas se concluye que una causa que La Tribu ha defendido es la legalización del aborto, se busca su presencia o no en el corpus sonoro para identificar si hay correspondencias.

Para esto, en el capítulo anterior se agruparon las causas identificadas en entrevistas, documentos y bibliografía de La Tribu en 16 grupos. A continuación se describe si ellos aparecen o no en la artística institucional de La Tribu entre 2001 y 2009.

Derechos Humanos

Un tema preponderante en los intereses de La Tribu es el de los Derechos Humanos, entendidos en sentido amplio. Los Derechos Humanos, como tales, son mencionados explícitamente en PN082/06, PN123/06, PN127/06 y PN134/06, en el contexto de la saga de los 30 años del Golpe de Estado, saga que por otra parte está toda atravesada por la temática de los Derechos Humanos. En otras dos piezas de esa saga se habla de derechos en general: en PN096/06 el testimonio dice "Considero que a la gente se la llevaban por expresar sus derechos"; y en PN114/06 un testimonio señala: "qué cambió después de la dictadura, en la democracia, bueno se recuperaron derechos, expresión, derecho de libertad de credo, de libertad en general". En PN020/03 está enfocado desde la perspectiva de la protesta:

AUDIO (testimonios): Protesta es cuando alguien pide algo / Un reclamo para cambiar algo / Reclamando por derechos / La protesta es porque cuando vos querés conseguir algo / Y, porque si no protestás no te dan ni pelota, se olvidan

(PN020/03)

Se puede decir que la causa de los Derechos Humanos está presente explícitamente en al menos 7 piezas, es decir, el 2,2% del corpus sonoro. Más allá de estas menciones específicas, la causa atraviesa todo el corpus sonoro, algunas veces puntualizado sobre temas y derechos particulares, como se verá a continuación.

Dictadura

La causa de la lucha por la memoria, la verdad y la justicia respecto de la dictadura cívico-militar y los crímenes de lesa humanidad está muy presente en el corpus sonoro. Desde ya, a través de las 55 piezas de la saga "30 años del Golpe" que aborda el tema condenando los crímenes, criticando el accionar de cada época y actor, incluso lo hecho al respecto durante tiempos de democracia.

Pero además, el tema aparece en PN019/03, una pieza en la que se escucha a una muchacha juntando firmas para que Seineldín pueda participar de las elecciones, y el cronista le pregunta si sabe que estuvo preso y por qué. Seineldín es una figura que participó de la Guerra de Malvinas y de intentos de sublevación militar durante la naciente democracia post dictadura.

La PN020/03 habla de la protesta e incluye un testimonio de Hebe de Bonafini, referente de Madres de Plaza de Mayo: "Soy Hebe de Bonafini y estoy aquí porque cuando mataron a los chicos yo viajaba esa noche...".

También aparece mencionado un golpe de Estado anterior al de 1976, el de 1930. Es en la PN135/06 de la saga "El mundo hecho pelota" hecha en relación al Mundial de 2006. Allí, cuando se describe el Mundial de 1930, se elige ponerlo en contexto diciendo: "Hipólito Yrigoyen es derrocado en nuestro país. Se inaugura la década infame."

En el contexto de esta causa también puede incluirse la PN151/07 que aborda el tema de la desaparición de Jorge Julio López, en días en los que declaraba en una causa de lesa humanidad relacionada a los crímenes de la última dictadura cívico-militar:

AUDIO testimonios: El gobierno no tiene forma de solucionarlo lo de Julio López porque fue responsable, lo descuidó.

AUDIO archivo Kirchner: Como presidente de la Nación vengo a pedir perdón.

AUDIO *testimonios*: lo desprotegió el gobierno, en principio reconocer que se equivocaron, es el primer desaparecido en democracia.

LOC: www.fmlatribu.com

(PN151/07)

En época de elecciones no se olvida el contraste respecto de épocas en las que no se podía sufragar. La PN153/07 señala, entre otras cosas, que "El problema cuando no hay democracia es que uno no sabe el rumbo".

También en el contexto de una pieza que aborda el tema de la Ley de Radiodifusión entonces vigente (2008), la PN267/08 incluye un testimonio que menciona que es una ley que representa las motivaciones de la última dictadura: "Hay que cambiarla urgente porque no puede ser que estemos bajo una ley dictada de la dictadura".

En total, puede decirse que 61 piezas toman la causa de la lucha contra los crímenes de las dictaduras y la convierten en contenido concreto, lo que constituye un 19,2%.

Neoliberalismo

Las críticas al capitalismo y a las desigualdades que ofrece se hacen carne en una crítica al neoliberalismo. Sin embargo, no aparecen críticas explícitas al sistema neoliberal en el corpus sonoro. Aparecen los temas económicos que representan al capitalismo y que producen desigualdades pero sin mencionarlo como "neoliberalismo", lo que sí hace la organización, como ya se vio, en la bibliografía producida por ella misma.

Desde esta perspectiva, el tema está presente a partir de mostrar las formas concretas en las que la cara más cruel del capitalismo se expresa en acontecimientos puntuales. Desde ya, el estallido social del 19 y 20 de diciembre de 2001, que es una explosión de la propuesta neoliberal en la Argentina, está presente en el corpus sonoro. En un aspecto puntualmente económico de esta presencia, pueden mencionarse la PN010/01 ("Acostumbrarse a la propiedad. A mirar cómo otros cortan la ruta, a la indiferencia"); PN012/01 ("LOC: Un hombre carga media res en el cuerpo (...) corre entre balas de goma que son de plomo. El 40% de los argentinos somos pobres. No te quedes en casa mirando la tele"); y PN014/01 ("Violento el ahorro, el hambre, el gas lacrimógeno. Violento

el hábito de no sorprenderse, el silencio. Violenta la especulación del periodismo. Violento el dólar. El hambre es todo").

La PN015/03 se basa en un registro de campo y es sobre la conducta de los bancos durante la crisis de 2001, símbolo del sistema financiero y del neoliberalismo:

LOC: De la vida tribal.

AUDIO (*suceso*): Son unos chorros, la casa matriz responde. ¿qué casa matriz?, hijos de puta, dónde está la casa matriz. Son unos ladrones. Qué casa matriz están hablando, hijos de puta. Dicen que la casa matriz responde, mentirosos. Mentirosos. ¿Qué casa matriz responde? Chorros, chorros, chorros.

LOC: De la vida tribal.

(PN015/03)

Esa propuesta neoliberal que hace eclosión con la crisis de 2001, había sido parte del proyecto global que se instauró a sangre y fuego con el golpe de Estado del 24 de marzo de 1976. La perspectiva económica neoliberal también es abordada en la saga que habla de la dictadura por los treinta años de iniciada. Allí, la PN080/06 habla de la especulación financiera, la devaluación, el crecimiento de la deuda y las inversiones extranjeras que se dieron a partir de las medidas del ministro de Economía José Martínez de Hoz. El plan económico que implementa la dictadura también es abordado en otra pieza de esta saga (PN085/06), con la misma perspectiva crítica respecto de las características nodales del neoliberalismo.

Además, el corpus sonoro incluye el incendio del supermercado en Paraguay que provocó cientos de muertes porque los dueños decidieron cerrar para que nadie saliera sin pagar (PN025/04, PN026/05), el consumismo en un contexto en el que la mitad de la población es pobre (PN027/04), la mencionada conducta del sector financiero durante la crisis de 2001 (PN015/03), las críticas a la mercantilización del arte y la cultura, entre otros.

Además, las críticas al neoliberalismo se personifican en las críticas al entonces presidente de Estados Unidos George Bush, símbolo y representante de esa propuesta económica, en el contexto de su visita a la Argentina para proponer el tratado de libre comercio ALCA, rechazado por muchas organizaciones entre las que se encuentra La Tribu. La emisora realizó entonces una campaña para

darle la "malvenida a Bush" (Montells, entrevista 4). De allí surge, entre otras cosas, la saga "Canciones que a Bush no le van a gustar". Sus 10 piezas se leen en virtud de la lucha contra el neoliberalismo.

Se puede decir, entonces, que 19 piezas (un 5,99% del corpus sonoro) se enmarcan en una crítica y lucha contra los efectos del neoliberalismo como exponente concreto del capitalismo, como así de sus símbolos.

Género

Si bien como ya se dijo, La Tribu no se define como feminista en el período analizado, ya la presencia de temas relacionados con la igualdad de género están presentes entre las preocupaciones políticas de la organización. En cuanto a la traducción de esto en términos de su artística institucional, el punto encuentra ambigüedades, comprensibles por el período histórico y por el hecho de no ser aún el feminismo un rasgo definitorio del proyecto.

Por un lado, hay piezas que abordan la violencia de género como la PN002/01, que es un testimonio: "Hay mucha gente que veo haciendo grandes discursos políticos y de puta madre y luego llegan a casa y le pegan a la mujer". En esa misma perspectiva puede entenderse el testimonio incluido en la PN179/07: "tenemos acá en la cuadra un sauna que bueno vende droga, prostituye mujeres, menores".

La fuerza de lucha femenina es retratada en la PN021/03 que aborda la represión de la protesta, pero que lo hace a partir del caso de las trabajadoras de la empresa recuperada Brukman, y se enfatiza en la pieza que se trata de mujeres trabajadoras. También aparece esta perspectiva en PN174/07, donde se menciona a la "huelga de mujeres" como una de las formas de lucha social:

LOC: La Tribu 88.7.

AUDIO *testimonio*: realmente somos nosotros que movemos el mundo.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu.

AUDIO *testimonio*: como si por abajo hubiera una fuerza subterránea que en realidad fuera la que mueve el mundo y cuando lanza una iniciativa como un centro social en un barrio o lanza un periódico, lucha por el reconocimiento del

cannabis, o se plantea una huelga de mujeres o trabaja con los migrantes a veces uno tiene la sensación de que es una anomalía, ¿no?

LOC: La Tribu, prohibida.

(...)

(PN174/07)

La PN054/05, titulada "Inhabilitación" aborda una crítica a algunas instituciones de forma poética. Entre esas instituciones entre las que se menciona como "inhabilitadas", aparecen la iglesia, el hospital, la universidad, y también aparece "el baño de caballeros", en una lista que puede interpretarse como de lo establecido, lo normalizado, lo hegemónico. Esta pieza puede entenderse como una intención de intervenir sobre el sentido común sexogenérico, aunque de manera poética, tímida y soslayada. Hay una incipiente preocupación que aún en el período estudiado parece no tomar forma del todo.

Por otro lado, hay algunas omisiones que podrían señalarse. La saga "30 años del Golpe" es exhaustiva en describir hechos históricos sobre la dictadura, lo político, lo económico, lo cultural y lo mediático y lo que pasó con los crímenes durante la posterior democracia, también en incluir testimonios variados sobre aquellos sucesos, y sin embargo no se aborda ninguna cuestión relacionada con la mujer, cosa que unos años más adelante puede decirse que es un tópico central a la hora de revisar y estudiar lo sucedido en la última dictadura militar: los partos clandestinos, los abusos sexuales, las violaciones; o la perspectiva patriarcal de la dictadura. Y sin embargo, las únicas menciones de género en la saga tienen que ver con la reivindicación del rol de las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo (PN083/06, PN121/06, PN122/06, PN133/06) y una mención a los recién nacidos e hijos robados de "prisioneras políticas destinadas a desaparecer" (PN130/06).

Además, como se viene mencionando, hay piezas que resultan disonantes respecto de la dimensión política de La Tribu, y puntualmente respecto del género. Por un lado, la PN310/09 de la saga "Plataforma de descargas" incluye un testimonio anónimo que señala que "Me quejaría de todas las pendejas están re trolas", acaso un registro de enunciación normalizado para aquellos años. Al respecto hay que señalar que en esa saga se incluyen testimonios claramente a contramano de lo que piensa La Tribu, como la PN311/09 en la que un testimonio afirma que "el que mata tiene que morir, porque estoy totalmente en contra de los delincuentes, chorros y drogadictos", por lo que no

puede establecerse la concordancia de la emisora con esos dichos, sino todo lo contrario. De todos modos, esa presencia, aunque irónica, resulta disonante en el contexto del corpus sonoro, sobre todo desde una lectura actual.

Y por otro lado, sobre todo, la PN195/07, de la saga "Elecciones 2007 - Negro Cariño":

NC: Transmitiendo por FM La Tribu acá el Negro Cariño desde la vereda, el 88.7 FM La Tribu te cuenta sobre elecciones. Mucha gente de La Tribu cubriendo las elecciones, muchas chicas, hola Alcira, cada vez esa más linda, mirá Ximena mamocha, vos sí que sos una rompecorazones. Antonella qué bien que te calzan esos jeans sos un jamón del medio y hay muchos chicos pero viste lo dejamos para las chicas, les mando beso chicas un piquito para ustedes, El Negro Cariño para radio La Tribu. Sigán trabajando así transpiren la bombachita que acá las vamos a estar esperando.

LOC: La Tribu.

(PN195/07)

Esta pieza es humorística y podría interpretarse como irónica o crítica de alguna parte del "sentido común" o el estereotipo de hombre porteño. Sin embargo, al identificarse el Negro Cariño como un movilero de La Tribu y como parte de los medios alternativos, resulta disonante y chocante, a la luz de cuando se escribe esta investigación y de la perspectiva política de La Tribu.

Algunas explicaciones permiten entender cómo esta pieza forma parte del corpus sonoro analizado. Primero que como se dijo, aún en el período estudiado (2001-2009) La Tribu no se definía como feminista, y si bien tenía mucho trabajo realizado en torno a temas de violencia de género y derechos de mujeres y comunidad LGTBIQ+, aún es rudimentario o impulsivo. Segundo, que los cambios sociales y culturales al respecto se han dado de forma tan acelerada que una década en este tema supone una diferencia sustancial de cómo se toman estos temas. Tercero, que la serie referida y el personaje del Negro Cariño, como también ya se mencionó, fue producida por un programa de la emisora, y no directamente por los miembros de la gestión, por lo que la disonancia respecto del estilo y abordajes de las otras sagas, es entendible: "tenían su gracia de edición pero no era donde se ponía en juego el texto de La Tribu" (Skliar, entrevista 3).

Piezas como esta confirman que en el período estudiado aún no hay una consolidación de los temas de género como definitorios de la perspectiva política de la emisora, tal como señalan los entrevistados. Esto no es excluyente de que el tema empiece a estar presente, incluso antes que en muchas otras experiencias. Esa ambigüedad se hace presente en el período abordado.

Otro punto a observar es la representación de la mujer y disidencias en las voces que forman parte del corpus sonoro. Por una parte, las locuciones institucionales, como ya se abordó, son de un hombre. Además de esa voz, hay sagas llevadas adelante por un personaje, el Negro Cariño, que también es hombre. En el corpus sonoro hay una voz femenina en rol de locución, pero es para la subsaga "Turismo" (PN159/07 a PN167/07), de corte irónico, donde la voz es una parodia del estereotipo de locutora publicitaria tradicional.

Respecto de voces ciudadanas incluidas a lo largo del corpus sonoro, se registra la presencia de 270 testimonios en 93 spots, de los cuales a priori, 153 se trataría de hombres y 117 de mujeres. Si bien no hay paridad, la representación de género es ciertamente equilibrada.

Temas relacionados a género aparecen en 10 piezas (3,15% del corpus sonoro). El desfase cualitativo evidenciado en este tema es entendible y parte de un proceso que hoy termina con La Tribu como una radio que se define como feminista, e incluso con la política de que la voz institucional ya no sea solamente masculina. Por eso, y aunque no sea tema de la presente investigación, hay que señalar que en las sagas de artística institucional producidas entre 2021 y 2022 ya aparece también la locución de una persona trans, la periodista Diana Zurco.

Cultura y software libres

La causa de impulsar la cultura libre y dentro de este amplio campo, concretamente el uso y distribución de software libre es uno de los temas identificados a través de las entrevistas y bibliografía para el período elegido.

Esta mirada sobre la cultura libre aparece en PN009/01 donde se critica que hay "más cosas por las que hay que pagar", ofreciendo así una mirada que salga de lo mercantil como única posibilidad. La libertad de difusión también aparece dentro de la subsaga "Radio pirata". Si bien el tema es la comunicación alternativa, en una de las piezas se especifica mediante el fragmento de la película incluido que la distribución de cultura no puede restringirse: "El aire no tiene dueño, así

que nadie puede impedir que la montemos. El aire, tío, es un regalo de Dios. La calle es de la gente y el circo de los payasos. Las ramas de los monos y el aire es nuestro" (PN069/05).

Si bien la cultura libre no es definida por la gratuidad de los productos, en la PN168/07 es la característica más elocuente para defender la concepción de libre difusión cultural, y toda la pieza está centrada en ello:

LOC: La Tribu 88.7 Prohibida. Cómo habitar una ciudad clausurada.

AUDIO *testimonio*: Debería ser gratuita la música porque algo tan hermoso como el arte no se puede vender.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu. Prohibido ser joven.

(PN168/07)

El tema del software libre no aparece mencionado en todo el corpus sonoro. La cultura libre, según se vio, aparece referida entonces en 3 piezas, es decir, 0,94%.

Ecología

Con la causa de la ecología se agrupan algunas preocupaciones declaradas por la organización en torno al ambiente, la contaminación y el calentamiento global.

Si bien la PN005/01 habla de desalojos de pueblos originarios, la mirada sobre el planeta diferente a la que propone el modelo extractivista está allí presente cuando se incluye un testimonio de un afectado que señala que "no estamos dispuestos a irnos de la tierra, porque la tierra es como una madre".

En la subsaga "Turismo" aparece ironizada la cuestión ambiental, cuando en estas piezas que parodian a las publicidades de lugares turísticos, se publicitan destinos realzando un supuesto beneficio natural cuyo efecto paródico es por la contraria. La PN160/07 elige a la ciudad de Comodoro Rivadavia y la retrata así: "una ciudad con energía rodeada de naturaleza, aventura, petróleo y un viento de la san puta". En PN161/07, sobre El Chocón, se describe como: "Testimonio y presencia de la acción mancomunada del hombre y la naturaleza, (...). La villa, testigo de turbinas y generadores, le ofrece una experiencia energética que le pondrá los pelos de punta".

En la PN261/08 se habla de la proliferación de grandes edificios en la ciudad de Buenos Aires, y allí, a partir de uno de los testimonios, se toca el tema ambiental:

AUDIO (*testimonios*). (...) no creo que el problema sea de la construcción de las torres en sí mismas, sino que esas cuestiones del medio ambiente, el problema de la urbanización, el problema de la contaminación, una lucha contra eso solo puede ir de la mano con una lucha contra este sistema que se basa en la propiedad privada, en los intereses del lucro individual, una explotación de una minoría sobre una mayoría y la irracionalidad que trae todos estos efectos colaterales (...)

(PN261/08)

Sobre contaminación puede mencionarse la PN311/09 en la que un testimonio se queja: "En las plazas que no las cuidan viene cualquiera y se la pasan tirando cosas".

En resumen, temas ambientales aparecen mencionados en 5 piezas del corpus sonoro, es decir, un 1,57%.

Derechos de comunicación

La Tribu toma diferentes temas en torno a los derechos de comunicación como causa de intervención. Desde la libertad de expresión hasta la legalización de las radios comunitarias, pasando por la lucha por una ley de radiodifusión de la democracia y la denuncia de la concentración del mercado infocomunicacional.

La denuncia sobre la concentración de medios aparece en la PN009/01 titulada "Más no", e incluye entre los reclamos el de "más mentira, más verdad, más promesa, más Hadad. Más radios que no están". Se critica a un empresario símbolo de los medios concentrados y de derecha a la vez que se reclama por la falta de diversidad y pluralismo en los medios, enfatizando en el campo radiofónico. La PN010/01 también incluye una crítica al magnate de los medios con la frase "Acostumbrarse a Hadad". El rol de los medios hegemónicos en contextos de la crisis de 2001 también es tematizado en PN011/01: "Los chicos reparten limones mientras la televisión muestra películas viejas". En esta tónica de diferenciarse de los medios comerciales también puede entenderse la frase contenida en la PN014/02: "Violenta la especulación del periodismo".

Otras piezas dedicadas a establecer la posición de La Tribu respecto de denunciar la manipulación de los medios hegemónicos de comunicación. La PN032/04 afirma que "La televisión administra el discurso, el poder, la pobreza, la Iglesia, la esperanza". La PN053/05 afirma que está "Habilitado eso que (...) escribe el diario". La PN016/03 está dedicada a esta perspectiva desde testimonios ciudadanos :

LOC: De la vida tribal.

AUDIO (*testimonio*): Por qué la información que nos llega está tan recortada, de dónde se digita ese recorte, por qué quieren que la sociedad sea ignorante, por qué quieren que no sepamos... por qué, por qué, por qué.

AUDIO *testimonio*: Y vaya a saber, vaya a saber.

AUDIO *testimonio*: A mi la radio me hace deprimir muchas veces cuando escucho determinados periodistas.

AUDIO *testimonio*: Desgraciadamente todos los medios que tenemos en Argentina están con una tendencia feroz. Todos, para un lado o para el otro, pero todos con tendencia. No hay ninguno objetivo, serio e independiente.

AUDIO (*película?*): Se equivoca, mi amigo, a mi nadie me ha comprado.

LOC: 88.7 FM La Tribu.

AUDIO *testimonio*: Y yo qué hago, yo bailo la jota (risas).

LOC: De la vida tribal.

(PN016/03)

En la misma tónica está la PN265/08, construida con testimonios ciudadanos en torno al rol de los medios hegemónicos y concentrados de comunicación, inscripta en el contexto del enfrentamiento del gobierno nacional con los sectores concentrados del campo y luego con los multimedios, que se señala como uno de los puntos de partida que desembocó en la discusión y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009:

NC: Soy el Negro Cariño, y la gente me quiere. Soy a voz del pueblo. El Negro Cariño. En invierno transmite para vos por FM La Tribu. TN, todo negativo. Canal 13: todo negativo. Canal 7 jajajaja Canal 7 todo positivo. FM La Tribu: la realidad. En la boca del Negro Cariño. El Negro Cariño en invierno, besitos. Vengan con el negrito mua mua.

AUDIO (*testimonios*): TN todo negativo / Sí porque no me gusta, porque no lo miro / Y porque son mala onda / Pesimista / No, porque lo miro y me gusta lo que dicen / Porque siempre hablan todo negativo / No, todo verdad / No, no te puedo decir que es negativo porque paga parte de mi sueldo, trabajamos para el grupo Clarín / Sí, yo creo en la discusión de Cristina con los medio tiene que ver con los distintos intereses que enfrentan los medios que ahora están saliendo a representar la política del gobierno / No, todo negativo no, porque es mentira, también el tipo que está a las doce de la noche que es muy gracioso.

NC: El Negro Cariño en invierno con mucho frío.

(PN265/08)

La PN036/04 discute directamente con las radios comerciales a partir de un spot de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas que llama a denunciar a las "radios ilegales". La Tribu elige presentar el spot original y luego editorializarlo, y así ofrecer su visión sobre la comunicación como un derecho, la concentración, la diversidad y el pluralismo y el derecho de las radios comunitarias a emitir: "¿Quién es ilegal? ¿La comunidad que toma el derecho de decir lo que pasa? ¿O las empresas que violan el derecho del otro para decir lo que les conviene? Con un multimedio en el medio no es posible la comunicación". La reivindicación de la existencia de más emisoras aparece también explícitamente en PN037/04.

Respecto a las radios comunitarias y alternativas, la subsaga "Radio pirata" (PN064/05-PN078/05) sirve para plantear, aunque de manera risueña y estereotipada, algunas de las dificultades atravesadas por un medio de comunicación autogestivo, como por ejemplo el hostigamiento institucional, las dificultades para ejercer el derecho a emitir, y la falta de legalización y de ese modo expresa causas defendidas por la organización.

La defensa de la comunicación alternativa también se expresa claramente en el corpus sonoro: La PN172/07 incluye un testimonio que propone "Romper con la agenda de lo que nos cuentan todos los días en los medios, apelar a otras fuentes, a otra gente, acaba con la información espectáculo, descontextualizada, fragmentada".

La causa concreta de criticar la por entonces vigente Ley de Radiodifusión sancionada durante la dictadura, y la instalación de la necesidad de ir hacia una nueva norma aparece en varios pasajes del corpus (PN053/05, PN054/05, PN078/05), pero es en la PN267/08 donde aparece con mayor fuerza, en una pieza producida en el contexto en el que se empieza a dar el conflicto más frontal entre el gobierno nacional y los grandes grupos de medios, que contribuirá a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En esa ocasión, La Tribu hizo una pieza sobre el tema construida con testimonios ciudadanos, que abarca diferentes perspectivas incluyendo críticas explícitas al rol de los multimedios, pero también a lo hecho desde las instituciones y gobiernos al respecto:

NC: Ley de Radiodifusión. Por ahora como en los grandes medios, los grandes pooles informáticos, y nosotros los comunitarios que somos los que estamos con el pueblo y que sabemos y que la sufrimos y que vemos el hambre en las veredas, no nos dan bola, claro. No tenemos qué informar. El Negro Cariño te informa.

AUDIO (*testimonios*): No sé de qué se trata la Ley de Radiodifusión, si me contás/ No, no tengo ni idea / Hay que cambiarla urgente porque no puede ser que estemos bajo una ley dictada en la dictadura / Tiene que posibilitar mayor acceso a las voces no reflejadas habitualmente por los medios y que tiene que evitar la concentración / Ah ok, no, pienso que es una cagada entonces porque si la reclama por algo es / Está bien, tendría que ser más dura de lo que creo que va a ser, tendría que poner más límites / Está bueno porque es light y estaría muy bueno que venga con una porción de papas / Creo que es un avance más por parte del gobierno en tratar de mantener todo bajo su control y que ahora está tratando de pensar en los medios porque los medios están haciendo oposición a la política del gobierno / La verdad que no la conozco mucho, me molestan los monopolios, los grupos de medios grandes / Fue el gobierno que le concedió por diez años más las licencias de radiodifusión, el problema es la concentración de la propiedad de los medios de comunicación.

(...)

(PN267/08)

También en la PN317/09, de la saga "Plataforma de descargas" donde el testimonio ciudadano elegido, se mete de lleno con el tema de actualidad respecto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y las resistencias a ella desde los medios concentrados:

LOC: 88.7. La Tribu. La Tribu. Plataforma de descargas

AUDIO: Yo me voy a quejar de la campaña de Clarín para autoboicot claro evidente del corte de la transmisión en TN, es muy obvio, muy obvio que es propio, está hecho por ellos porque no quieren discutir una mierda la ley de radiodifusión, sino porque son unos hijos de puta monopólicos que les gusta toda la papota.

AUDIO SANTO BIASATTI: Vamos a segur, muchas gracias, escuchando voces, escuchando opiniones.

LOC: www.fmlatribu.com. La Tribu.

(PN317/09)

Otros subtemas dentro de los derechos de comunicación que se abordan son la censura (PN087/06, PN090/06, PN092/06) y la libertad de expresión (PN088/06, PN092/06, PN114/06).

En total, los diferentes subtemas dentro de la causa de los derechos relacionados a la comunicación y a los medios aparecen en 34 piezas, es decir, un 10,7% del corpus sonoro.

Derechos laborales

La defensa de los derechos de los y las trabajadoras es causa importante según lo declarado por la organización. Esto incluye la sindicalización, las condiciones laborales, el salario digno, y también temas como la precarización laboral, la desocupación y la explotación.

La desocupación se incluye en PN009/01 donde se llama la atención sobre que hay "más personas sin trabajo". También en PN220/07 donde el personaje de el Negro Cariño reclama: "con la guita de la campaña abran una fábrica y sacame cincuenta mil piqueteros de la calle".

La precarización laboral es tema de la PN018/03 donde se incluyen registros de niños haciendo venta ambulante, o en PN312/09 donde un testimonio reclama un salario digno para la docencia.

La explotación laboral es abordada en PN309/09 y en PN024/04, donde se presenta como parte esencial del capitalismo:

LOC: Capitalismo: modo de organización de la vida de los seres humanos en el cual el tiempo de las mayorías se convierte en el dinero de la minoría

AUDIO (*testimonio*): Estamos hablando por lo menos de 16 horas de trabajo diarios. Las condiciones son inhumanas. No nos podemos integrar porque las herramientas están para hostigarnos, no están para beneficiarnos. Se tocaron puertas, se tocaron instituciones, pero ninguno está disponible a querer dar un sello por los bolivianos, ese es el problema.

LOC: El capitalismo mata.

(PN024/04)

El trabajo aparece también en la PN261/08, una pieza con testimonios que critica el auge de las construcciones de edificios, salvo por la perspectiva de que otorgan trabajo: "No veo mal las construcciones, hay más trabajo, hay más obreros organizados".

Otros temas que aparecen en el corpus sonoro son una reivindicación y defensa de formas alternativas de trabajo, con el caso de las trabajadoras de la fábrica recuperada Brukman (PN021/03), los derechos sindicales (PN114/06, PN120/06), el hostigamiento institucional a los vendedores callejeros (PN175/07, PN307/09), las condiciones salariales (PN264/08) o la falta de trabajo en rubros como el taxi (PN315/09).

Los temas laborales, entonces, aparecen en 14 piezas del corpus sonoro, es decir, un 4,4%.

Soberanía alimentaria

El problema del hambre como una cara concreta y extrema de la pobreza y de los problemas emanados del sistema capitalista se hace presente en el corpus sonoro, sobre todo en el contexto de la crisis de 2001 y lo que vino después. La PN014/02 inicia así: "Violento el ahorro, el hambre, el gas lacrimógeno". También en la PN053/05 titulada "Habilitación" que se inicia así: "Habilitado el hambre" y en la siguiente, titulada "Inhabilitación": "Inhabilitado el modo en el que se muere de hambre" (PN054/05).

El hambre aparece también como eje en la PN260/08 que está dedicada a recoger testimonios sobre la presidenta Cristina Fernández. El personaje Negro Cariño pregunta a ciudadanos y ciudadanas si la presidenta tiene o no aguante, pero lo introduce con esta frase: "¿Qué dirá la calle? ¿Qué hay hambre, que hay malaria, que se come pancho nada más? Se acabó el pingüino, se acabó la milanesita a caballo. Vamo a darle al pancho que no hay tiempo. ¿O no hay billete?".

En la PN261/08 aparece la posibilidad de alimentarse como un argumento para estar a favor del auge en las construcciones: porque emplea personas y eso les permite subsistir: "hay más trabajo, hay más obreros organizados y gente que tiene posibilidades de poder comer" dice un testimonio.

El hambre -y la mala alimentación- aparecen como tema a la hora de hablar de las elecciones de 2007. Un testimonio afirma que se vota "con la panza" y La Tribu lo editorializa con un fragmento de registro de un medio de comunicación donde se afirma que es bueno comer lo que para nuestra cultura no puede considerarse o alimento o es un desperdicio:

AUDIO *testimonios*: (...)/ Porque no vota con la cabeza, vota con el bolsillo o con la panza y eso es lo peor que hay.

AUDIO *documental*: Es buena suerte comer perro en la segunda mitad, otro manjar son las orejas de cerdo.

LOC: La Tribu. Inseguridad acústica.

(PN140/07)

Sin embargo, más allá de esta referencia última, en el corpus sonoro aparece el tema del hambre, pero no hay contenidos sobre buena alimentación, sobre la posibilidad de producir alimento orgánico, las huertas, la soberanía alimentaria en su faz económica ni ambiental ni en torno a la salud, por lo que el tema, si bien es una causa declarada por La Tribu, no termina de hacerse presente en el corpus sonoro. Sin perjuicio de ello, cuantitativamente 6 piezas abordan el tema del hambre como problemática contra la cual luchar, es decir, un 1,9%.

Legalización del aborto

La reivindicación del derecho a la interrupción voluntaria del embarazo es algo presente en la agenda de La Tribu como algo específico, más allá de la definición o no del feminismo en la organización y de las preocupaciones por otras causas relacionadas a los géneros. Aparece con fuerza en la PN053/03 titulada "Habilitación" y que comienza así: "Habilitado el hambre. La muerte después de un aborto que tuviste que hacerte en tu casa".

Si bien esta aparición es contundente y explícita, no se identifica ninguna otra pieza del corpus sonoro en la que se plantee la causa, a pesar de ser una de las más identificadas como prioritaria por La Tribu. En lo cuantitativo, entonces, constituye una aparición en el 0,3% del corpus sonoro.

Derechos indígenas

La PN005/01 registra un testimonio que plantea que "No nos vamos a ir, no estamos dispuestos a irnos de la tierra, porque la tierra es como una madre". La pieza presenta la concepción indígena de la relación con el territorio y el problema del acceso a la tierra y los desalojos.

La PN020/03 dedicada al tema de la protesta inicia con un recorte de una cobertura mediática ajena que habla sobre protestas indígenas en México: "En México la aprobación de la ley indígena ocasiona el inicio de nuevas protestas", poniendo La Tribu así el tema indígena en un lugar de importancia para lo que quiere narrar en esta pieza que contiene otras voces y otros casos, pero cuya introducción se centra en aquello.

En la saga "Canciones que a Bush no le van a gustar" se incluye una del grupo boliviano Rijcharyi, en cuya letra se acusa a Estados Unidos (y Europa) del despojo de minerales en Bolivia y se menciona la hoja de coca: "*Señores de Norteamérica, y el viejo mundo caduco. Señores de Norteamérica, y el viejo mundo caduco. Ya nos robaron la plata Potosí, el oro pero no la coca. Ya*

nos robaron la plata, el oro pero no la coca". Es decir, está presente el tema indígena también como parte de la saga con que La Tribu editorializa sobre la visita de Bush a la Argentina.

En la subsaga "Turismo" aparecen mencionados los "pueblos autóctonos" ridiculizando la forma en que el mercado los ve, como una atracción turística y no como sujetos de derechos. La voz impostada de la locutora presenta así las bondades del destino Suncho Corral: "Miles de leyendas cobran vida en cada uno de sus rincones, tesoros arqueológicos lo invitan a un recorrido único por la cultura de los pueblos autóctonos" (PN165/07).

En total, las temáticas indígenas se hacen presentes en 4 piezas, lo que hace un 1,2% del corpus sonoro. Cualitativamente, las presencias no son contundentes en relación a la causa de la defensa de sus derechos culturales, políticos, económicos. El corpus sonoro no tiene presente la interculturalidad ni a los pueblos originarios como un sujeto a defender, más allá de una pieza que menciona el acceso a la tierra y la problemática de los desalojos.

Violencia institucional

Aquí se incluyen las diversas causas en las que La Tribu denunció la violencia desde el Estado, en forma de represión, criminalización de la protesta, gatillo fácil, y también el uso del aparato estatal para ejercer control y limitar las libertades.

En el contexto de la crisis de 2001, este tema se hace muy presente. En la PN004/01, titulada "Corte de ruta" se escucha un registro de una cobertura periodística que dice "Están todos identificados y a partir de este momento la Policía no tiene otra alternativa que expulsar a los que ustedes están obstaculizando el tránsito en un ruta nacional que no tiene alternativa. Vamos a promover la represión de...". La PN005/01 se titula "Corte de ruta 2" y también tiene al tema como protagonista. La PN011/01 habla de la protesta, pero sobre todo de la forma en que el Estado la reprime, y se titula "Latigazos":

LOC: Latigazo en la boca, caballos en la espalda.

AUDIO *cobertura*: Más adelante está la policía montada...

LOC: Los chicos reparten limones mientras la televisión muestra películas viejas.
Que las chicharras no se lleven a los muertos. No dejemos veranear a diciembre.

AUDIO *cobertura*: La gente sigue protestando y sigue protestando. Si los corren cien metros, se van a cien metros y cuando pueden vuelven.

LOC: La Tribu 88.7 mhz.

AUDIO *cobertura*: están reprimiendo por el costado, fueron unas diez motos, que bueno cada uno tenía rifles.

LOC: Que te acostumbres no quiere decir que tenga que ser así.

(PN011/01)

Otras piezas de ese período retratan la crisis y critican la violencia institucional, como la PN012/01 ("gases lacrimógenos de vuelta a cada rato tirando..."), PN013/01 ("La policía está apuntando a los cuerpos de las personas"), PN104/02 ("Violento el ahorro, el hambre, el gas lacrimógeno"), PN177/07 ("Lo que pasó es que un chiquito de seis años entró en el cementerio de autos y rompió un parabrisas de los tantos autos que tenemos abandonados ahí, en ese momento cayó la policía y lo llevaron preso"). La PN311/09 introduce el tema de la pena de muerte a partir de un testimonio ciudadano que se ha constituido en una frase hecha muy presente en los medios hegemónicos de comunicación: "el que mata tiene que morir".

La PN021/03 de la saga "De la vida tribal" se dedica a tratar el tema de la represión:

LOC: De la vida tribal.

AUDIO *cobertura*: Los incidentes comenzaron cuando un grupo de mujeres, las mujeres trabajadoras de Brukman, se acercaron al vallado, lo derrumbaron, y ahí la policía comenzó a arrojar gases y balazos de goma.

AUDIO (*voz infantilizada caricaturizada*): Viene la policía, la policía que tira un bombazo y miren esto es muy difícil, ahí viene la policía, uh no, no puede ser. Pega, le pega, pero cómo puede ser. Esto es muy feo. Viene la policía de vuelta. Cómo interrumpe esta policía.

AUDIO (*¿película?*): Qué onda.

AUDIO (*voz infantilizada*): Para que podamos vivir felices y tranquilos.

LOC: De la vida tribal.

(PN021/03)

Del mismo modo, la PN023/03, titulada "Capricho reprimir" se construye en torno al registro de un diálogo entre un manifestante y un policía. Con la puesta narrativa, La Tribu elige posicionarse en defensa del derecho a la protesta, y criticando y desnudando el absurdo de la represión institucional:

LOC: De la vida tribal.

AUDIO (registro)

HOMBRE 1: No corten ninguna de las vías del puente, ni de ida ni de venida, ni total ni parcialmente.

HOMBRE 2: O sea lo que vos me estás diciendo que capricho reprimir, fenómeno.

HOMBRE 1: No es capricho reprimir. Si no se entorpece las vías de circulación no hay problema.

HOMBRE 2: ¿Por qué no volvés y charlamos?

HOMBRE 1: Yo les digo: si se entorpecen las vías de circulación yo me voy a ver obligado a iniciar acciones.

HOMBRE 2: Veamos un tiempo para que verifique si...

HOMBRE 1: No, no, no, no, no, yo no necesito tiempo.

HOMBRE 2: ¿Esto es entorpecer?

HOMBRE 1: Yo no necesito tiempo.

HOMBRE 2: La pregunta es: ¿esto es entorpecer? No me contestás, ni por sí ni por no.

HOMBRE 1: Yo le digo mire, son y 35. Yo en 5 minutos tengo que desalojar. (Yo en 5 minutos tengo que desalojar).

AUDIO ambiente disparos

MÚSICA: No tengo ande caerme muerto / rancho ni china ni nada / y pa pior la milcada me tiene a mal trajinar / porque no dentro a jugar donde hay baraja marcada.

(PN023/03)

También aparece la violencia institucional en algunas canciones elegidas para la saga "Canciones que a Bush no le van a gustar": "Tienes que decidir quién prefieres que te mate. Un comando terrorista o tu propio gobierno para salvarte del comando terrorista" (PN043/05, PN046/05); "Bajen las armas que aquí solo hay pibes comiendo" (PN051/05).

Si bien se trató puntualmente en el tópico "Dictadura", puede decirse que toda la saga de los treinta años del Golpe de Estado versa sobre la violencia institucional. La Tribu ofrece con esta serie su mirada contraria al uso del aparato estatal para reprimir y obturar la libertad de pensamiento (PN079/06-PN134/06). Particularmente se abordan temas como La Noche de los Lápices (PN081/06; PN111/06; PN112/06; PN113/06), el Falcon verde (PN093/06; PN094/06; PN116/06), el *modus operandi* de las fuerzas de seguridad (PN086/06; PN108/06), los allanamientos (PN109/06; PN118/06), las detenciones (PN102/06; PN117/06), las desapariciones (PN107/06), entre otros.

La presencia de la violencia institucional en el corpus sonoro es clara, pero no hay algo así como una campaña puntual como fue en los noventa con los edictos policiales. De todos modos, es tema de 69 piezas, es decir, 21,7%.

Economía social y solidaria

El interés de La Tribu por impulsar formas alternativas de economía se evidencian no solo en su propia forma de autogestión sino en su rol para aglutinar, difundir, dar espacio y generar lazos con experiencias que empiezan a aparecer con más fuerza a partir de la crisis de 2001, como las cooperativas, fábricas recuperadas, ferias de producciones independientes, redes de comercio justo, etc.

En el corpus sonoro aparece mencionada la fábrica recuperada Brukman, en una pieza que retrata el intento de desalojo y represión sufrido por sus trabajadoras (PN021/03), o sea 0,3% el corpus sonoro, y ni siquiera es explícito sobre la causa de la economía social y solidaria: solo es una referencia a una experiencia. Y no aparece ninguna otra vez de ningún modo en el corpus sonoro.

En este caso, se constata que una causa identificada como prioritaria de La Tribu no tiene presencia significativa en el corpus sonoro.

Pobreza

En el contexto de la crisis de 2001, la PN012/01 retrata el clima de época con la protesta originada por las condiciones de vida, de pobreza, y la respuesta institucional con represión:

LOC: Un hombre carga media res en el cuerpo...

AUDIO *cobertura*: La policía montada, la policía empezó a correr,

LOC:... corre entre balas de goma que son de plomo. El 40% de los argentinos somos pobres. No te quedes en casa mirando la tele.

(...)

(PN012/01)

La pobreza está presente también a través de mostrar aspectos de la vida cotidiana que evidencian la imposibilidad de satisfacer las necesidades básicas. En PN018/03 aparece el trabajo ambulante infantil; en PN027/04 se la contrasta con el consumismo que propone el capitalismo ("seguimos teniendo a la mitad de la población bajo la línea de pobreza"). También es tema de PN032/04 ("La miseria no tiene glamour y sí un montón de guionistas") o en el contexto de las elecciones 2007 (PN146/07: "los candidatos simplemente están cerrando en victoria porque el país anda joya, no hay más cartoneros, no más miseria"). En la PN260/08 el Negro Cariño se pregunta "¿Qué dirá la calle? ¿Qué hay hambre, que hay malaria, que se come pancho nada más?". En la PN261/08 que habla sobre el auge de la construcción en Buenos Aires, se incluye la perspectiva de la gentrificación y el difícil acceso a la vivienda: "se sigue expulsando al pobre de la ciudad". En la saga "Plataforma de descargas" también aparece el tema: "que den más trabajo, que le ayuden a la gente humilde y pobre" (PN307/09).

El hambre, como una expresión extrema de la pobreza aparece como tema en varias piezas del corpus sonoro. La PN014/02 comienza con el locutor diciendo: "Violento el ahorro, el hambre, el gas lacrimógeno" y el final es "El hambre es todo. La Tribu 88.7 mhz". La PN053/05 señala: "Habilitado el hambre". La PN054/05, "Inhabilitado el modo en el que se muere de hambre".

El tema de la pobreza, por tanto, se hace presente en 11 piezas, es decir, el 3,4% del corpus sonoro.

Derechos de jóvenes

La Tribu incluye a la juventud como protagonista de muchas de sus acciones, y eso se evidencia en el corpus sonoro. Respecto de sus derechos y libertades, como causa, también aparecen referenciados en las piezas sonoras.

El trabajo infantil aparece retratado en PN018/03, en la que se escucha un registro de venta ambulante de voces claramente infantiles. La PN054/05, titulada "Inhabilitación" pone a la juventud como un tema que La Tribu desea poner de relieve: "Inhabilitado el modo en el que se muere de hambre, se asesina al joven (...)"

En el contexto de la saga de los treinta años del Golpe de Estado, varias piezas hacen énfasis en lo sufrido por la juventud y en sus derechos y luchas, sobre todo por el boleto estudiantil, lucha que desembocó en la conocida como Noche de los Lápices (PN081/06; PN111/06; PN112/06; PN113/06). Pero también con testimonios sobre la hostilidad y violencia sufrida por la juventud, con las requisas y prohibiciones en la Universidad, con la violencia por parte de las fuerzas de seguridad (PN086/06; PN102/06; PN108/06; PN117/06; PN118/06). En todas se hace explícita la juventud de las víctimas de la violencia.

La preocupación por los derechos de la juventud aparece explicitada también en forma de eslogan en algunas piezas de la saga "Prohibida". En varios spots La Tribu incluye como remate la frase "Prohibido ser joven" (PN168/07; PN171/07; PN177/07; PN180/07; PN182/07; PN183/07; PN184/07; PN185/07; PN188/07; PN191/07), posicionándose de forma crítica y reivindicativa respecto de la falta de libertades esta franja de la ciudadanía. La PN173/07 incluye la dificultad de la juventud de acceder a la cultura: "como menores ya no podés entrar a ningún lugar sin pagar 50 pesos para ver una banda careta. O documento falso o no voy". En especial, hay una pieza de esta saga está dedicada a exponer estas problemáticas:

LOC: La Tribu, 88.7. Prohibido ser joven.

AUDIO *testimonio*: La juventud es un sujeto muy apasionado.

LOC: Prohibido ser joven

AUDIO *testimonio*: hay muchas prohibiciones hacia los jóvenes. La institución educativa.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu.

AUDIO *testimonio*: La institución cumple ese rol de adiestrar a esas camadas de jóvenes para poder ser uno más dentro de la sociedad, un sujeto civilizado.

LOC: Prohibido escuchar La Tribu.

(PN170/07)

Los derechos de la juventud, entonces, aparecen en 23 piezas, es decir, un 7,2%.

Producción cultural

La Tribu tiene entre sus causas el apoyo de la producción cultural de diverso tipo, sobre todo independiente, lo que no le interesa al mercado y se mueve desde la autogestión, tanto desde su programación como desde la organización de eventos culturales en su espacio, ferias de producciones independientes o discos colectivos, entre otras.

En PN009/01 se critica que haya "más espacios culturales que tienen que cerrar". En la subsaga "Radio Pirata" aparece risueñamente la cuestión del rol que tienen las radios alternativas en la difusión de producción artística y cultural independiente, la que no tiene lugar en los medios hegemónicos. En la PN074/05 el personaje anuncia al aire: "Ahora a través del aire que no tiene dueño, la música que no ponen las demás radios. Nuestra propia música, señores". En la PN077/05 un personaje tiene una idea en esa misma perspectiva: "Vale, tengo una idea para un programa de radio. Hay gente que toca y que canta y no tiene ninguna oportunidad. ¿Qué te parece la idea?"

La PN173/07 muestra las dificultades de acceso de la juventud a bienes culturales, a asistir a un concierto, ya sea por edad o por costo económico: "No porque las bandas que están caras, siempre voy a las que son más o menos baratas". Las dificultades de los artesanos para emprender su actividad aparecen retratadas en PN306/09 y PN307/09.

Estos temas aparecen claramente en 6 piezas, es decir, un 1,8% del corpus sonoro.

A modo de resumen de este apartado, se puede decir que según lo revisado, los marcos conceptuales que La Tribu ha construido como su dimensión política, se hacen presentes en las piezas sonoras del corpus analizado. Algunos con mayor presencia que otros, pero en general se puede determinar que aquello que fue construido como los marcos conceptuales que definen la dimensión política de La Tribu, en base a bibliografía, testimonios y documentos, se hace presente en el corpus sonoro. Sumando las apariciones relevadas, puede decirse que los diferentes marcos conceptuales se hacen presentes 522 veces a lo largo del corpus sonoro de 317 piezas.

Por su parte, respecto de las causas de intervención de La Tribu declaradas por sus integrantes y presentes en sus publicaciones y documentos internos, si bien puede decirse que todas se hacen presentes en el corpus sonoro de un modo u otro, esa presencia no es contundente al mismo nivel que la de los marcos conceptuales. Puntualizando, aquellas causas que La Tribu define como banderas de intervención no se hacen protagonistas del corpus sonoro a modo de campañas de difusión ni de concientización. Cuantitativamente, puede decirse que los 16 grupos de causas identificadas aparecen 274 veces a lo largo del corpus sonoro. Cualitativamente, sin embargo, son temas presentes, pero no con la claridad y contundencia que se espera de causas que se persigue instalar en la opinión pública. Ejemplificando, no hay piezas del tipo "No a la precarización laboral. Apoyemos la reforma de la ley", sino más bien que la precarización laboral aparece referida en el contexto de otro tipo de narrativa, como ingrediente, ilustración o incluso como accidente de spots con otra intención. A veces con la función de ejemplificar una mirada más profunda que tiene que ver con alguno de los marcos conceptuales.

A la luz de lo examinado puede decirse que los marcos conceptuales sí se hacen presentes de manera contundente en la artística institucional, mientras que las causas de intervención, si bien aparecen, no lo hacen con la misma contundencia. Observando lo numérico, resulta claro que La Tribu ha elegido en mayor medida la artística institucional para desplegar sus ideas rectoras, sus objetivos, sus marcos conceptuales, más que causas de intervención concreta. La presencia de marcos conceptuales se constata 522 veces, contra las 274 menciones a temas relacionados con las causas que La Tribu defiende.

Asimismo, se identifican algunos desfasajes en este respecto: por ejemplo, algunas causas identificadas previamente no tienen presencia significativa en el corpus sonoro (ecología, soberanía alimentaria, economía social y solidaria, cultura y software libres, derechos indígenas), mientras que una que podría entenderse como una causa, como es la legalización de la marihuana no fue

identificada previamente como causa por los integrantes ni la bibliografía y sin embargo aparece explícitamente como tema de cuatro piezas (PN174/07, PN176/07, PN181/07, PN266/08).

Por todo esto, puede concluirse que si bien algunos temas aparecen, la artística institucional como tal no ha sido el espacio elegido por La Tribu para emprender campañas de difusión o concientización sobre temas concretos, pero sí ha sido el espacio donde la organización expone sus opiniones de fondo, políticas e ideológicas, donde expresa los marcos conceptuales que la definen, y en todo caso son ilustrados o ejemplificados mediante temas y casos concretos. Por esto es que las causas aparecen como tema en el corpus sonoro, pero no son impulsadas enfáticamente como banderas institucionales, como sí sucede con los marcos conceptuales ilustrados, ahora sí, en estos temas o causas concretas.

A este respecto, se puede entender que para La Tribu, la artística institucional es un espacio de relevancia donde desplegar su dimensión política, sus grandes lineamientos, pero no tanto para intervenir con causas concretas que la organización defiende. La presencia de temas puntuales o de la coyuntura, en todo caso, sirve a La Tribu para respaldar y argumentar la legitimidad de sus marcos conceptuales generales, lo que se expresa claramente en las piezas clasificadas como mixtas declarativas/de opinión.

La poca presencia de campañas de sensibilización como tales en el espacio de la artística institucional, se debe a la inmediatez necesaria para defender causas puntuales, lo que hace que otros espacios sean de mayor pertinencia para esto (los programas en vivo, actividades públicas). Las formas de producción de la artística institucional, relevadas en el capítulo 4, de más largo aliento, como así también la permanencia en la puesta al aire de las sagas, permiten concluir que se trata de un formato radiofónico que no tiene la agilidad que se necesita para convertirse en un espacio de defensa de causas coyunturales o concretas. Es probable que La Tribu produzca campañas de difusión concretas para intervenir el aire con ellas, pero no como parte de lo que se define en esta investigación como artística institucional. Y si bien La Tribu se expresa en la artística institucional estableciendo relaciones con la realidad y la noticia, no significa que sea ese espacio de la programación el más pertinente para desplegar otras narrativas, en este caso relacionadas a la defensa de causas concretas del tipo campaña, mas allá de que todos los temas declarados como causas que La Tribu acompaña, han aparecido en el corpus sonoro. Pero, se reitera, no aparecen a modo de campaña clásica, sino que aparecen como parte de la narrativa general en la que los

marcos conceptuales que definen la dimensión política de la organización se anclan a la realidad concreta y cotidiana.

5.6. Cuarto nivel de análisis: los entornos en la artística institucional de La Tribu

La economía política de la comunicación ofrece el marco teórico dentro del cual se inscribe la presente investigación. Es su interés estudiar la intersección entre comunicación, cultura, economía y política (Sardinha Lopes, 2012), así como las formas en que se puede intervenir, y llegar a la resistencia y al cambio (Wasko, 2006). Por eso aquí se hará énfasis en observar en qué medida la dimensión política de la emisora contiene preocupaciones tematizadas sobre los temas que interesan a la EPC, y si acaso esos temas y enfoques aparecen expresados en la artística institucional aquí analizada, como así también cuánto de los entornos de intervención de la emisora es tema de su artística institucional, de modo de comprender desde esta perspectiva, a un caso dentro del subsector de la radio comunitaria en el contexto de las industrias culturales.

La Tribu en su dimensión política integra principios con una fuerte impronta de crítica al capitalismo. Esta es una crítica política y económica, pues entiende que es un sistema que produce pobreza, hambre, exclusión y atropello de derechos. Porque dificulta la vida digna y la felicidad. Y la izquierda se ve como el lugar en donde pararse para modificarlo, como una alternativa al sistema, que con matices será expresada de diferentes formas. En ese sentido, la mayoría de los y las entrevistadas coinciden en definir a La Tribu como de izquierda, como anticapitalista y autogestiva. La autogestión, que supone una opción política para lograr la sostenibilidad del proyecto, se construye a su vez como una alternativa a lo que propone la industria infocomunicacional comercial. De este modo, La Tribu ha construido su identidad y su agenda como un medio de comunicación que estando en el escenario general de los medios de comunicación plantea otra forma de gestión y discute con el mercado concentrado de los medios hegemónicos y sus intereses, porque discute con el sistema capitalista y sus características más excluyentes. Esto, que está presente desde siempre en el espíritu del proyecto, se hace más evidente o gana mayor capacidad de incidencia a partir de la crisis de 2001. Así lo explica Larisa Kejval:

Hasta 2001, nosotros tenemos una tarea pedagógica, nosotros y otros, no éramos los únicos, pero los medios comunitarios no éramos reconocidos como

legítimos; tenías que explicar a todo el mundo qué era un medio comunitario, explicar que detrás de lo que decía Clarín o La Nación había intereses, que eran económicos. Todo eso había que explicarlo, una tarea pedagógica. (...) Lo que abre 2001 es que más actores sociales empiezan por primera vez a poner en cuestión la pretendida objetividad y neutralidad del sistema mediático. “Nos mean y Clarín dice que llueve” que es contemporáneo a ese momento histórico, es un graffiti significativo porque da cuenta de que empieza a ser un poquito más extendido el cuestionamiento a esta pretendida objetividad y neutralidad. Nosotros necesitábamos instalar eso para empezar a poner en cuestión el poder ahí engendrado. Todo esto se profundiza aún más durante el kirchnerismo, que ahí ya hay más masa crítica poniendo en cuestión el “Clarín miente” mucho más fuertemente, lo que viene a potenciar los debates sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, pero el primer gesto es este. (Kejval, entrevista 7)

Un análisis desde la economía política de la comunicación, como se viene sosteniendo, implica establecer las relaciones que mantienen los medios de comunicación con sus entornos, sobre todo con el político y económico. En el caso de un análisis sobre la artística institucional, este consiste en observar de qué manera aparece lo político y lo económico tematizado en sus spots. Y allí, observar cuánto de lo que sucede en el contexto se convierte en tema de las piezas sonoras, cómo esos temas son considerados, si se editorializa sobre ellos, y más allá de la coyuntura, cuánto el medio elige decir sobre el sistema político y económico más profundamente, es decir, excediendo alguna circunstancial noticia.

Adicionalmente, para comprender a un subsector como el comunitario dentro de las industrias culturales se hace necesario observar cómo se hace presente en la artística institucional de La Tribu lo comunicacional, ya sea que se trate de opiniones y perspectivas sobre el sistema de medios, la legislación sobre radiodifusión, los medios hegemónicos o la crítica sobre algunos preceptos propios de las industrias culturales con los que un medio comunitario y alternativo quiere discutir. De este modo, podrá comprenderse un caso de un subsector de las industrias culturales que siendo parte del mismo ecosistema, discute algunos de sus principios preponderantes. Para comprender a las industrias culturales se hace imprescindible conocer a este subsector con sus especificidades. La presente investigación es un esfuerzo más por proponer una mirada que permitiendo analizar un

caso en profundidad, brinde pistas para futuros estudios que engrosen el conocimiento sobre el subsector comunitario y alternativo.

Un análisis de los hechos y personajes de actualidad referenciados en el corpus, permite vislumbrar qué entornos (Caro González, 2007) están presentes, y con ello comprender cuánto de ese contexto en el que se inserta la emisora influye sobre su devenir, y cuánto de los objetivos de incidencia de la emisora en la arena pública se realizan discutiendo con la coyuntura. En este apartado entonces, se sintetiza y reordena lo que se viene diciendo, pero en clave de establecer la forma en que la artística institucional de La Tribu está permeada por acontecimientos políticos, económicos y mediáticos de los entornos, como así también el uso que hace La Tribu de la artística institucional para intentar ofrecer su mirada respecto de estos tópicos de la realidad.

Desde ya, el estallido de fines de 2001 es un tema que se hace presente en la artística institucional de La Tribu. Y aparece, sobre todo, desde sus circunstancias políticas, económicas y mediáticas. Se habla de la crisis política en general (PN007/01, PN008/01), de los cortes de ruta (PN004/01), de la represión (PN011/01, PN023/03), de las carencias económicas (PN006/01, PN012/01), del rol de los medios en el contexto de la crisis (PN009/01), entre otros temas relacionados a una crisis que es política y económica.

Otro tema político que aparece con contundencia es la visita del presidente de Estados Unidos George Bush en 2005, en ocasión del intento de firma del tratado de comercio ALCA. La Tribu elige una mirada crítica respecto de esta simbólica visita política y el trasfondo económico, que se relaciona con la instalación cada vez mayor de un modelo neoliberal y mercantil con el que la emisora discute (marco conceptual *Anticapitalismo*). De allí que crea una saga titulada "Canciones que a Bush no le van a gustar" y que dialoga con el entorno coyuntural político del momento (PN043/05-PN052/05).

Temas políticos, económicos y mediáticos también son centrales en la saga de los treinta años del Golpe de Estado (PN079/06-PN134/06), pero desde un perfil más histórico. Si bien no es una serie que dialoga con un entorno temporal inmediato (salvo por ser la fecha de un aniversario del Golpe), está compuesta eminentemente de temas políticos, y tienen referencias a aspectos económicos y mediáticos de tiempos de dictadura, y sobre la dictadura en tiempos de democracia.

"El mundo hecho pelota" es otra serie que dialoga con el entorno temporal, porque se publica en 2006 en ocasión del Mundial de fútbol de Alemania, pero le sirve a La Tribu para abordar

históricamente los mundiales y su contexto político. Como en la saga de los 30 años del Golpe, hay un anclaje temporal con el presente en el que se publica, pero incluye temas más históricos.

También La Tribu elige elaborar sagas para intervenir sobre el tema coyuntural de las elecciones en 2007. Allí aparecen dos sagas: "Elecciones 2007" y "Elecciones 2007 - Negro Cariño". En ambas se opina sobre el entorno político, también sobre el económico, al ser este un tema central de la campaña. Se habla críticamente de los candidatos y de los temas que La Tribu entiende como importantes para abordar en torno a una elección, incluso desde el marco conceptual *Democracia*, que la reivindica pero la critica por incompleta.

La subsaga "Turismo" (PN159/07-PN167/07), por su parte, (como así también buena parte de la saga "Elecciones 2007 - Negro Cariño": PN210/07-PN219/07), se toma del eslogan de campaña de Mauricio Macri en la Ciudad de Buenos Aires ("Va a estar bueno Buenos Aires") para satirizarlo, y a través del humor ofrecer una mirada crítica sobre el proyecto macrista para la ciudad. Hay un entorno político siendo insumo de creación para la subsaga, y una intención de la emisora de intervenir en ese entorno con su propia mirada crítica. La radio está situada en un lugar y un tiempo, y eso se trasluce en las piezas sonoras. Pero no solo eso, porque La Tribu está situada y desde allí desarrolla contenidos y propuestas para transformar ese contexto.

En general los acontecimientos de la coyuntura o la noticia que se hacen presentes en la artística institucional de La Tribu son los que le permiten opinar sobre ellos, pero opinando sobre el fondo conceptual de esos temas, es decir, que son acontecimientos que dotan a la organización de oportunidades para ofrecer su visión de mundo, su proyecto ideológico, es decir, anclar en hechos concretos y cercanos la dimensión política de fondo de la organización. Tal es el caso de la presencia en el corpus sonoro temas políticos y económicos de la coyuntura como la tragedia del supermercado de Paraguay (PN025/04, PN026/04), la represión en la empresa recuperada Brukman (PN021/03), las elecciones de 2003 donde se quería presentar Seineldín como candidato (PN019/03), la inhabilitación de La Tribu en el contexto de la tragedia de Cromañón (PN053/05, PN054/05), la referencia explícita a Juan Carlos Blumberg, padre de una víctima de secuestro que impulsó leyes de mano dura ("Con toda seguridad, la seguridad no es Blumberg" dice la PN055/05), la desaparición de Jorge Julio López (PN151/07).

Por su parte, el acontecimiento que cierra la periodización de la presente investigación, es decir, la discusión y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, no se hace presente como los otros temas de los entornos. Aparece como tema central de una pieza de la saga

"Negro Cariño invierno", que se dedica a recoger testimonios ciudadanos sobre temas de actualidad (PN267/08). En relación a ello, también hay una pieza dedicada a recoger testimonios sobre las retenciones implementadas al sector agropecuario, y que según algunas lecturas, empezó a ser el detonante del enfrentamiento del gobierno de Cristina Fernández con el Grupo Clarín que hizo posible que la sanción de una nueva Ley de Radiodifusión fuera puesta en agenda (PN269/08). El tema de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aparece también en el último spot del corpus sonoro (PN317/09).

De todos modos, más allá de estas apariciones, no hay una posición institucional de La Tribu expresada de modo contundente en la artística institucional sobre la nueva legislación para los medios audiovisuales. Algunas hipótesis que pudieran ensayarse de por qué pudo suceder esto son: que el tema fue abordado en otros espacios, como actividades en el espacio público, programas, reuniones de trabajo; y que este punto fue un punto de discusión interna no totalmente saldado, que sobre el final del período estudiado y comienzos del siguiente, alimentó las razones para un cambio en la conformación del equipo de La Tribu y el pasaje a la conformación de un nuevo equipo de gestión: la falta de decisión institucional de si apoyar la nueva ley, en qué términos, cómo seguir siendo críticos, cuánto de apoyar una legislación podía confundirse con apoyar una gestión de gobierno, y sobre todo, diferencias entre diferentes matices dentro del equipo entre apoyar o no al gobierno nacional, discusión que por la larga historia que llevaba La Tribu no generó mayores problemas ni peligros de fractura (Valls, entrevista 8).

Se puede afirmar aquí que los acontecimientos que se elige mencionar en las piezas sonoras, tienen relación con los marcos conceptuales que orientan el trabajo de La Tribu. La elección de sustentar esos valores y principios de fondo, no solo a través de piezas sonoras generales (declarativas), sino también que versen sobre esa coyuntura (de opinión), demuestra a su vez el interés de la organización por incidir sobre la realidad palpable y puntual con los valores trascendentales que sostienen su forma de pensar. Ese doble juego entre ideas maximalistas y acontecimiento, se torna en una característica importante de la forma en que La Tribu interviene con su forma de pensar en la arena pública, y es la que ha empujado a entender que muchas de las piezas del corpus sonoro cumplen con una doble función de opinar sobre el presente, pero hacerlo desde una posición política de fondo evidente. Por ello es que se ha hecho útil para la presente investigación, como ya fue explicado, considerar una cuarta categoría en la clasificación de las piezas sonoras que es la mixta declarativa/de opinión.

La política, la economía y la comunicación están en el núcleo de la dimensión política de La Tribu, de su razón de ser, y aparecen de manera contundente en la artística institucional. Así, de las 317 piezas, aunque todas pueden interpretarse como políticas (incluidas las de mayor corte artístico o poético, incluidas las clasificadas como informativas), puntualizando en el sistema político, 162 se refieren a esos temas (sufragio, dictadura, democracia, revolución, sistema de partidos, izquierda y derecha); es decir, el 51,1% del corpus sonoro. Luego, 42 abordan cuestiones económicas, como la pobreza, el hambre, el costo de vida, la desocupación; lo que hace un 13,2% del corpus sonoro. Finalmente, en un plano aún más concreto, la comunicación (industria infocomunicacional, comunicación alternativa y comunitaria, manipulación informativa, concentración, derecho a la comunicación, leyes de radiodifusión), aparece en 40 piezas; es decir, el 12,6% del corpus sonoro.

Con esto, puede concluirse que, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, La Tribu se caracteriza por ser un medio que no esconde sus intereses económicos y políticos, sino todo lo contrario: su forma de funcionamiento, su gestión, sus dinámicas de trabajo, están apuntadas a intervenir con su visión de mundo en la arena pública, a enarbolar sus ideas políticas, y a ofrecerlas como alternativa, mientras denuncia la opacidad de los medios comerciales hegemónicos que no admiten sus intereses políticos y económicos. Esto representa una forma muy específica de relacionarse con los entornos, a priori diferente al del resto de las industrias infocomunicacionales, y acaso una característica para explorar en otros casos del subsector de la radio comunitaria.

El tipo de intervención que La Tribu hace sobre la realidad en su artística institucional adquiere dos grandes formas: la de expresar su perfil ideológico, sus grandes principios políticos de fondo; y la de intervenir opinando sobre temas puntuales situados temporalmente, es decir, tener algo que decir sobre un acontecimiento de actualidad, sobre los entornos. Es decir, enunciar desde una agenda propia, o enunciar respondiendo, reaccionando o aprovechando la realidad inmediata. En muchas piezas se da una combinación entre ambos roles, poniéndose el énfasis en alguno de ellos. En muchos casos un suceso de la actualidad permite traccionar la opinión coyuntural hacia una reflexión vinculada a los grandes temas de fondo que son la visión de mundo de La Tribu. En otros casos, piezas que ponen su énfasis en explicitar esa visión de mundo, utilizan alguna señal puntual referida a la actualidad o a algún aspecto reconocible de la experiencia más concreta para ilustrarlo o hacerlo carne. Esta doble perspectiva es consciente por parte de los miembros del

colectivo: “Un uso de la intervención artística desde una perspectiva ideológica pero conversando con una agenda más coyuntural” (Montells, entrevista 4).

Las artísticas institucionales de La Tribu son diversas en su composición y funciones. Una forma de clasificarlas es por su grado de intervención en el afuera, siendo que algunas intervienen sobre la realidad en sentido amplio, ofreciendo su visión de la sociedad, de la política, de la economía, del mercado de medios (declarativas), y otras sobre la actualidad, sobre la noticia, o un evento que sucede en ese momento (de opinión); también hay piezas que tienen una doble función declarativa/de opinión, por ir del principio general al caso concreto o viceversa, y constituyen una síntesis relevante de lo que quiere la emisora y lo que logra hacer. Además, están las clasificadas como informativas, cuyo principal rol (aunque no único) es brindar información sobre la emisora.

La artística institucional, en una radio como La Tribu, no agota sus funciones en comunicar una frecuencia y un nombre. Aquí se ha constatado que hay una fuerte impronta política e ideológica en estas piezas, que en el caso de un proyecto del subsector de la radio comunitaria, se hace especialmente relevante como espacio para comunicar ideas de la organización sobre la coyuntura y la realidad en sentido amplio. En este caso, puede sostenerse que aquello que La Tribu piensa y se propone para transformar el mundo, se corresponde con lo que institucionalmente dice al aire.

Se ha constatado, entonces, que la dimensión política de La Tribu se hace presente en su artística institucional. Ahora bien, también puede concluirse dentro de esta constatación, que son los marcos conceptuales que mueven la razón de ser de La Tribu los que se hacen presentes en la artística institucional con mayor constancia y claridad. Por otra parte, respecto de lo que fue identificado como causas de intervención, si bien expresan temáticas que también están presentes en la artística institucional, puede decirse que este no es un espacio especialmente elegido por La Tribu para instalar causas a modo de campaña de concientización. Aquellas sagas que pueden parecerse más a una campaña clásica de intervención son aquellas que están ancladas temporalmente a un acontecimiento, y si bien reaccionan de algún modo a la coyuntura, no lo hacen al modo de campaña sino más bien de aprovechar un momento o hecho para, otra vez, instalar las visiones políticas de fondo que tiene la organización; es decir, los marcos conceptuales.

La división hecha entre sagas generales y sagas ancladas a un acontecimiento revela su utilidad, entonces, respecto de identificar que la emisora tiene al menos dos formas de organizar la creación de su artística institucional: a partir de los marcos conceptuales que le interesa instalar, y

aprovechando algo externo que le permita volver a sus marcos conceptuales. Tal el caso de sagas como las de los treinta años del Golpe, la realizada con motivo de la visita de Bush a la Argentina, o respecto de las elecciones, entre otras.

Entonces, si bien los temas de las causas de intervención aparecen en el corpus sonoro, no lo hacen con la fuerza y organización de una campaña de concientización sobre esas causas que La Tribu dice apoyar. Por esto es que se puede concluir que en La Tribu la artística institucional es un espacio propicio para desplegar su dimensión política, pero sobre todo en torno a la expresión, instalación y argumentación de los marcos conceptuales que mueven su razón de ser, y no tanto respecto de causas puntuales.

Por su parte, La Tribu elige utilizar menciones a acontecimientos o personajes identificables, que forman parte del contexto y de los entornos, como forma de vehicular a través de estas referencias, opiniones de fondo que expresen sus marcos conceptuales. Esta estrategia se revela en sus dos formas: en piezas que intentan instalar alguno de los marcos conceptuales de la organización y que son ejemplificados con algún caso o ejemplo; y piezas que aprovechando algún suceso o noticia, se permiten opinar sobre ello, pero ofreciendo una explicación más profunda que conduce a algún marco conceptual de la dimensión política de la emisora.

Asimismo, puede decirse que La Tribu, más allá de utilizar la artística institucional para configurar su agenda política, expresar sus ideas e intentar incidir con ellas en la realidad, también mantiene explícita relación con la realidad que la rodea. Esta relación se expresa de dos modos en la artística institucional: con las piezas de opinión, que permiten a la organización incidir en el debate público de algún suceso o incluir referencias a hechos o personajes del momento; y con las piezas mixtas declarativas/de opinión, en la que La Tribu opina sobre un suceso puntual como estrategia para sostener sus marcos conceptuales.

Se ha analizado el corpus de 317 piezas en función de sus textos, y se ha observado si dialogan con la dimensión política de la organización, recuperada a partir de entrevistas, publicaciones y documentos internos, y clasificada en marcos conceptuales y causas puntuales. Pero también se ha observado a los entornos general y específico en el que se inserta La Tribu, con especial énfasis en lo político, lo económico y lo infocomunicacional, ya que es interés de la economía política de la comunicación estudiar estas relaciones. Entendiendo, como se mencionó, que La Tribu revela una relación con la realidad en su artística institucional, clasificar sus intereses en torno a lo económico, político e infocomunicacional ha permitido orientar una observación del

corpus sonoro que suma al presente análisis la constatación de las principales hipótesis de la economía política de la comunicación, prestando especial atención a que las relaciones entre las industrias culturales con la economía y la política tienen en al menos un caso de radio comunitaria, especial relevancia. Acaso esto pueda seguirse investigando en otros casos que revelen también que aquello que propone la EPC se hace carne en el trabajo cotidiano que desarrollan experiencias de medios sin fines de lucro, y se distancian de la forma habitual con que muchas industrias infocomunicacionales comerciales se desenvuelven, camuflando sus intereses políticos y económicos bajo la pretendida objetividad y neutralidad. En ese sentido, La Tribu (y acaso otras experiencias sin fines de lucro) comprueba la hipótesis de la economía política de la comunicación de que el accionar de los medios no se escinde de los entornos y su accionar, de intereses políticos y económicos; la diferencia es que La Tribu hace explícitas y constantes sus posiciones y visiones de mundo en un espacio tan paradigmático de la voz colectiva como la artística institucional.

Como conclusiones de este análisis, se puede establecer que en general La Tribu ha expresado en la artística institucional del período 2001-2009 todos los marcos conceptuales que forman parte de su dimensión política, y lo ha hecho de forma profunda. Al menos en este caso, esto convierte a la artística institucional en un espacio propicio para el despliegue e instalación de ideas y objetivos, y permite constatar una intersección virtuosa entre dos dimensiones de la gestión de un medio comunitario: en este caso la política y la comunicacional.

Por otra parte, y si bien aparecen también todas las causas concretas identificadas como prioritarias, se ha identificado que el espacio de la artística institucional como formato no es el elegido por La Tribu para llevar adelante campañas de sensibilización sobre temas concretos en los que cree. Es decir, que se constata que la artística institucional es un espacio a través del cual La Tribu expresa su dimensión política general, pero que no le es tan útil para incidir con campañas de sensibilización sobre causas específicas e inmediatas, a pesar de que todos los temas identificados están presentes en algún momento del corpus sonoro. Se confirma que La Tribu utiliza la artística institucional para intervenir en la realidad que la rodea, opinar sobre la coyuntura y sobre ello desplegar su perspectiva política e ideológica que le da razón de ser.

Capítulo 6. Conclusiones

La hipótesis inicial de esta investigación fue que La Tribu dice en sus contenidos radiofónicos lo que piensa del mundo, y que es la artística institucional el espacio propicio para expresar su voz institucional colectiva. Por ende, es allí donde logra hacer corresponder la dimensión comunicacional con la dimensión política de la organización. A través de las páginas que conforman esta investigación se ha logrado constatar que en la artística institucional, La Tribu ha logrado desplegar su perspectiva política y su visión de mundo, hallándose una coherencia entre sus dimensiones política y comunicacional, como parte de la sostenibilidad y gestión integral del proyecto.

La presente investigación analizó la artística institucional producida por la radio comunitaria La Tribu entre los años 2001 y 2009, en relación a la dimensión política de la emisora, de modo de identificar qué nivel de correspondencia existía en este caso, entre aquello que la organización piensa del mundo y lo que logra enunciar en sus contenidos sonoros. Así, se estudió en profundidad la forma de trabajo y gestión de una radio comunitaria en torno a cómo se corresponden su dimensión política, y su artística institucional como parte de su dimensión comunicacional. Y ello en relación al contexto económico, político y comunicacional, con la intención de aportar en el conocimiento del subsector comunitario, clave en el escenario infocomunicacional.

Se trató de un estudio de caso, de una emisora paradigmática del subsector de la radio comunitaria dentro de las industrias infocomunicacionales. Se hizo dentro del marco de la economía política de la comunicación, abordando la gestión de medios de comunicación. La economía política de la comunicación brindó la noción macro de que los medios de comunicación (y las industrias culturales en general) tienen una actividad especial dentro de la economía porque sus productos no son solo bienes económicos, sino que implican al desarrollo y el ejercicio de derechos. También que la actividad de los medios de comunicación necesariamente tiene relación con el contexto: la economía y la política influyen el desarrollo de los medios de comunicación, y estos intentan influir sobre ese contexto. Para comprender integralmente al escenario infocomunicacional, por lo tanto, es necesario analizarlo en relación a lo económico (el contexto, la estructura de propiedad, la sostenibilidad, los recursos) y a lo político (el escenario político donde se inserta el medio, los intereses del medio sobre el escenario político).

Desde estas nociones, y haciendo uso de los estudios sobre radio comunitaria en América Latina, se abordó el caso de La Tribu para comprender su funcionamiento. Como lo que interesaba era conocer un caso del subsector de la radio comunitaria desde su forma de funcionamiento, pero entendiéndola en relación a un contexto económico y político, se hizo énfasis en los estudios sobre la gestión y los aportes que tanto la economía política de la comunicación como los estudios de radio comunitaria en América Latina hacen desde esta perspectiva.

Evalutando junto con la bibliografía que la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios no es solo económica, sino que es integral y que responde a todas las dimensiones de la gestión, se abordó la intersección entre dos de ellas, como una forma de entender a las dimensiones no como capítulos estancos sino como categorías analíticas que en la práctica se interrelacionan, fusionan, superponen. De este modo, en la presente investigación se eligió indagar las relaciones que existen en un caso particular entre las dimensiones comunicacional y política de la gestión, para así conocer de qué manera trabaja La Tribu en su cotidiano, y poder analizar si existen correspondencias o desfases entre la visión de mundo que tiene La Tribu, lo que cree, opina y sus objetivos (dimensión política) y lo que efectivamente produce y emite (dimensión comunicacional). El análisis se eligió hacer sobre la artística institucional, entendida como las piezas sonoras producidas por la emisora, firmadas colectivamente, que rotan en la tandas comerciales de la emisión, por entender a esta parte de la producción como la que mejor representa las opiniones de la organización como colectivo.

El análisis se hizo sobre el período 2001-2009 porque abre y cierra con dos acontecimientos relevantes en cuanto a lo económico, lo político y lo comunicacional: la crisis de 2001, que fue una ruptura a nivel político y social y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que impactó sobre el escenario comunicacional argentino. Ambos eventos suponen un hito de cambio de rumbo en lo que hace a los medios de comunicación.

6.1. Dimensión política de La Tribu

Para el análisis de la presente investigación, entonces, fue necesario caracterizar la dimensión política de La Tribu, es decir, tener una noción acabada de sus valores, ideas fuerza, conceptos en los que cree, que orientan su razón de ser y con los cuales intenta incidir como organización.

Así, se identificaron 14 marcos conceptuales para la dimensión política de La Tribu con sus respectivos enfoques:

1. Felicidad, entendida como objetivo último a perseguir para la cual es necesaria la transformación social. También como componente del devenir cotidiano.
2. Conocimiento, como herramienta de transformación y desde una perspectiva abierta, del conocimiento de libre divulgación y que valoriza los saberes sociales, no necesariamente académicos.
3. Democracia, como sistema político a defender contra la opción de los autoritarismos, pero en clara crítica a la forma de la democracia capitalista que adeuda generar las condiciones para una vida digna.
4. Autonomía/autogestión, entendido como un binomio donde se expresa la independencia como forma de gestión y de construcción, tanto en lo político (autonomía respecto de los poderes políticos tradicionales), como en lo económico por la vía de la autosustentabilidad (autogestión, independiente de los poderes económicos concentrados).
5. Libertad, valor con el que se desarrolla la vida cotidiana y que también funciona como un horizonte hacia el cual ir, justificando los esfuerzos que requiere la transformación social.
6. Izquierda, como marco político-ideológico general desde el cual construir la gestión de la vida cotidiana y la propuesta para el futuro.
7. Arte, como herramienta de transformación y elemento de disfrute; disfrute que no debe estar ausente de la militancia ni de la política.
8. Tecnología, como herramienta de creación, de circulación de conocimiento, de experimentación, a partir de un enfoque diferente al mercantil, en el cual la tecnología puede ser libre, comunitaria, y al servicio de la autonomía y la libertad.
9. Comunidad/colectivo, como agente de cambio, como protagonista de la transformación, en franca discusión con el individualismo que propone el sistema capitalista.
10. Revolución, como marco de referencia orientador del trabajo y los cambios que se buscan. Un horizonte.

11. Comunicación (alternativa), concepto central por ser La Tribu un medio de comunicación, con el que propone una mirada de la comunicación como un derecho, en discusión con la mirada preponderante en el mercado. Contra el sistema de medios concentrados, excluyente, se puede ofrecer una forma de hacer comunicación diferente, desde la ciudadanía, con otras formas de gestión, objetivos y valores.
12. Cultura, como marco general que ubica al proyecto en un lugar y en una época, que reivindica las formas de vivir, los símbolos, las costumbres, la interacción social, por sobre la cultura como un bien de consumo.
13. Utopía, como horizonte hacia el cual caminar para nunca detener el paso, que lleva inscripta la idea de futuro deseado, como cara poética del proyecto político.
14. Anticapitalismo, como concepto que justifica las transformaciones necesarias en la época en la que se inscribe La Tribu, pues las desigualdades, la pobreza, el hambre, y la falta de una vida digna se diagnostican como consecuencias de la voracidad del sistema capitalista, injusto y excluyente.

Asimismo, se identificaron las causas de intervención que interesan a la organización, es decir, aquellos temas sobre los cuales le parece importante incidir, colaborar, movilizar, difundir, sensibilizar. Una forma de expresar el pensamiento de la organización en un plano más palpable que el de los grandes conceptos rectores devenidos en marcos conceptuales. Se trata de un listado de 16 temas que La Tribu tiene como causas prioritarias de intervención sobre la realidad: Derechos Humanos, Dictadura, Neoliberalismo, Género, Cultura y software libres, Ecología, Derechos de comunicación, Derechos laborales, Soberanía alimentaria, Legalización del aborto, Derechos indígenas, Violencia institucional, Economía social y solidaria, Pobreza, Derechos de jóvenes, Producción cultural.

Como lo organizativo es tomado en esta investigación no como una dimensión de la gestión por separado, sino como un aspecto transversal de todas las dimensiones, se indagó también en las formas organizativas de La Tribu, para obtener más información respecto de la dimensión política y en relación a los marcos conceptuales. El concepto de política prefigurativa brindó la noción de que en este tipo de organizaciones, en la forma de su funcionamiento está el germen de lo que quieren para el mundo. Por ende, atender a cómo es la organización interna, cotidiana, y sobre todo sustentado desde la dimensión afectiva, relacionada con los inasibles fundamentales en la gestión de

un proyecto de este tipo, es relevante para complementar la caracterización de la dimensión política de la organización. Esta noción es lo que en palabras de la propia La Tribu es definido como "laboratorio de formas de existencia". Allí, se identifican formas como la horizontalidad en la gestión y la toma de decisiones en colectivo. Y aparece con fuerza la noción de darle importancia a lo afectivo, a las relaciones humanas dentro del colectivo, a los cuidados, al cariño, a la amistad, a que el trabajo y la militancia no estuvieran exentos de una búsqueda de felicidad, de libertad individual, de disfrute. Esta construcción interna se despliega conscientemente y en relación a los marcos conceptuales. Se intenta hacer en la práctica de trabajo cotidiano aquello que esté en sintonía con el pensamiento declarado por la organización. De este modo, y más allá de obtener resultados o no, se distancia de una mirada únicamente empresarial que prima en el resto de las industrias infocomunicacionales.

En definitiva, se caracterizó una dimensión política de La Tribu estructurada a partir de 14 marcos conceptuales con un enfoque particular, que guían el pensamiento de la organización y sus anhelos, 16 grupos de temas que se identifican como prioritarios a un nivel más concreto y palpable que los marcos conceptuales, y una forma de trabajo que atiende a cuidar las relaciones personales y a los inasibles afectivos como un componente fundamental del funcionamiento organizacional. Y todo esto en íntima y consciente relación con el contexto, sobre todo en los aspectos económico, político y comunicacional. La dimensión política de La Tribu está atravesada por el contexto donde se desenvuelve el proyecto y su razón de existencia es transformar los aspectos diagnosticados como injustos que forman parte de ese entorno.

Con todos estos elementos identificados, se analizó la artística institucional en su contenido para luego trazar las correspondencias.

6.2. La artística institucional de La Tribu (2001-2009)

Una vez abordada la dimensión política de La Tribu, fue el turno de adentrarse en la dimensión comunicacional, en este caso puntualizando en un abordaje del corpus sonoro, formado por 317 piezas identificadas como artística institucional. En primera instancia se hizo un abordaje descriptivo, de modo de desmenuzar el material para la instancia de análisis de correspondencias.

Se hizo una primera clasificación entre sagas generales y sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento. Las generales son aquellas artísticas institucionales, agrupadas por un eslogan que plantean temas de fondo y con posibilidad de permanencia al aire, ya sea políticos o meramente institucionales. Y las ancladas a un acontecimiento son las producidas específicamente para un momento determinado: la existencia de estas sagas supone la preocupación de La Tribu por lo que ocurre fuera, en los entornos, y la intención de incidir en él. Se identificaron 11 sagas generales y 5 sagas ancladas temporalmente a un acontecimiento.

Luego se identificó en qué medida las piezas del corpus sonoro trazan desde su contenido relación con el entorno concreto o con la realidad en sentido amplio. Por ello se clasificó a las piezas en informativas, declarativas y de opinión. Las informativas son las que se centran en brindar información sobre la emisora; las declarativas son las que ofrecen la mirada política e ideológica de fondo de la organización, las que sientan posición sobre la realidad en sentido amplio; y de opinión son las que se refieren a algún acontecimiento, noticia o personaje de la coyuntura.

Si bien esta etapa del análisis se basó en identificar los énfasis temáticos de cada pieza para poder clasificarlas, se descubrió también que muchas de ellas contenían un equilibrio entre opinar sobre una noticia puntual y hacer una declaración de principios de fondo, por lo que ubicarlas como declarativas o de opinión, haría perder de vista la riqueza y profundidad conceptual de algunas piezas, por lo que a la mencionada clasificación se agregó una cuarta posibilidad, mixta, nombrada como declarativa/de opinión. Así, se descubrió que uno de los rasgos importantes de la artística institucional de La Tribu es la doble función de intervenir sobre un suceso puntual a la vez que elaborar una idea de fondo, en movimientos que van tanto de lo general a lo particular como de lo particular a lo general. Es decir que, en muchas piezas, La Tribu ante un suceso optó por opinar sobre él y luego utilizarlo como oportunidad para ofrecer un concepto o argumentación general que fuera más allá del suceso puntual en sí. Y al revés, en algunos casos La Tribu ha desplegado una idea política general, o marco conceptual, y para reforzar su posición ha mencionado una noticia o caso puntual que la complementa o ilustra.

Una vez hecha esta primera clasificación ya se pudo obtener un dato concluyente: de las 317 piezas, el 31,2% son informativas (99), 28,7% declarativas (91), 27,1% de opinión (86) y el 12,9% declarativas/de opinión (41). Es decir que de las 317 piezas del corpus sonoro, 218 (un 68,7%) tienen algún tipo de relación con los entornos, con la realidad, con la noticia, con el contexto, con lo

cual se confirma que la artística institucional es un espacio de relevancia, al menos en La Tribu, para desplegar su mirada política e incidir en la realidad.

Luego se identificaron temas sobre los cuales las piezas sonoras versan. Este abordaje, aún despojado de una mirada en relación a la dimensión política de La Tribu, se hizo útil por cuanto permitió establecer temas que las piezas en sí mismas estaban incluyendo, información que más adelante sería puesta en relación con la dimensión política de la emisora. Se identificaron 67 temas de frecuencia variable presentes en 218 piezas sonoras.

Asimismo, más allá de los temas generales, también se identificaron referencias a los entornos. Es decir, cuántas piezas sonoras incluyen la mención a alguna noticia, lugar o personaje del entorno general o específico de La Tribu, información que sería útil luego para contrastarlo también con la capacidad o no de la emisora de usar la artística institucional para intervenir en la coyuntura. De este modo, se constató la presencia de 170 referencias al contexto (130 a noticias, 40 a personajes) en 127 piezas (40% del corpus sonoro).

Respecto de la dimensión transversal de lo organizativo, se indagó en este apartado sobre la forma de creación y producción de la artística institucional, de modo de obtener información acerca del cómo, que diera alguna pista adicional sobre el grado de correspondencia entre la artística institucional y la dimensión política. Así, se podría saber cuánto de lo desplegado en los marcos conceptuales de La Tribu aparecía concretado en la forma de trabajo cotidiano, en este caso, la producción de la artística institucional.

Para empezar, se identificaron muchas formas de producción para los años de la investigación (2001-2009). No existió un método estandarizado único, sino que en la creación de artísticas se pusieron en juego varios de los inasibles identificados como relevantes en la gestión de una radio comunitaria, ya sea el azar, el arrojo individual, el encuentro casual, la improvisación, la inspiración. Sin embargo, y más allá de la variedad de formas en que llevaron a cabo la producción de artística institucional, desde más formales y sistemáticas a más caóticas, hay una estructura que se repite y que puede ser un rasgo identificador tanto de La Tribu como de las radios comunitarias en general. Esta estructura identificada ha sido nombrada en esta investigación como Modelo C-I-C, porque parte de lo colectivo, va hacia una instancia de individualidades y se confirma en una nueva instancia colectiva.

Las ideas sobre lo que piensa y quiere trabajar la emisora se discuten en instancias colectivas, horizontales. Tanto los marcos conceptuales que guían su razón de ser, como los objetivos de un año en particular se deciden en conjunto con todos los miembros de la gestión de la emisora.

De allí son algunas personas las que se encargan de elaborar la artística institucional, que es poner en palabras y sonidos aquellas definiciones de fondo que ya se tomaron en colectivo. Esta instancia es individual pero no quiere decir que recaiga en una sola persona: puede ser una sola persona, pero también duplas, pequeñas comisiones. Lo que se destaca es que es un trabajo en el cual diferentes subjetividades son puestas en juego para desarrollar libremente aquello que fue definido colectivamente.

Una vez hecha una nueva saga de artísticas institucionales, o pensado un nuevo eslogan o elaborado una nueva pieza, existe una nueva instancia colectiva, que no es necesariamente formal, en la cual se ponen a prueba las propuestas, se confirman o se corrigen. Esta instancia puede ser la de una escucha colectiva formal, pero en general ha sido una instancia más relacionada una vez más a los inasibles de la gestión de una radio comunitaria, basada en la confianza, en las ganas de hacer, en el cariño, en la alegría, en la voluntad de juego. Aquí quienes elaboraron la propuesta sonora hacen consultas a sus otros compañeros o compañeras para terminar de confirmar que lo elaborado conforma y tiene la aprobación para salir al aire.

Se puede decir que en la forma de elaboración de la artística institucional, La Tribu despliega algunos de los marcos conceptuales que guían su accionar, como el de Colectivo/comunidad, Autonomía/autogestión, Comunicación (alternativa), Libertad, Felicidad, Arte, porque conciben la gestión de un modo colectivo, autónomo, y donde se pone en juego el disfrute.

6.3. Correspondencia entre la artística institucional y la dimensión política en La Tribu (2001-2009)

Una vez caracterizada la dimensión política de La Tribu, y hecha una aproximación temática a la artística institucional y en relación a los entornos, se hizo un análisis de cuánto de lo que La Tribu dice que piensa y tiene como valores, lo logra hacer presente en la voz colectiva institucional por excelencia como es la artística institucional para el período señalado. Para ello se hizo un análisis en diferentes niveles, que van de lo más general o inmediato a lo más profundo, de modo de seguir poniendo a prueba de diferentes modos la hipótesis de trabajo.

Para comenzar, se hizo un análisis desde las piezas sonoras hacia los marcos conceptuales, de modo de identificar cuánto de lo que el corpus sonoro habla tiene relación explícita con lo que La Tribu tiene como objetivos políticos generales. Este primer análisis, desde el contenido de las piezas, permite vislumbrar cuán explícitas y claras son las artísticas institucionales para expresar la dimensión política de La Tribu sin necesidad de adentrarse minuciosamente en interpretaciones y metáforas.

De este modo, se pusieron en relación los temas identificados en cada pieza durante el capítulo 4 con los marcos conceptuales. Allí, se constató en general que aquellos temas que se ponen de relieve en las piezas sonoras, son los mismos que La Tribu tiene como razón y guía política de la organización en sus marcos conceptuales (solo hay dos marcos conceptuales a los que este nivel de análisis más superficial no remite: *Tecnología* e *Izquierda*). Algunos marcos conceptuales como *Democracia*, tienen más apariciones en el corpus sonoro (178) que otros como *Felicidad* o *Conocimiento* (1 cada uno). Ya en este nivel de análisis, el más superficial, hay en general correspondencia entre lo que aborda el corpus sonoro y lo que contiene la dimensión política de la organización. Una primera conclusión es que observando las piezas sonoras desde su costado más explícito, se identifican contenidos que se corresponden con los marcos conceptuales que La Tribu tiene en su dimensión política.

En un segundo nivel de análisis, se abordaron las sagas en su globalidad, es decir poniendo el énfasis en lo que cada grupo de piezas y sus eslóganes abordaron como tema y con qué enfoques. Este nivel de análisis permite mirar el corpus sonoro desde su forma más global y observar las intenciones de la emisora en cuanto a sus decisiones de hablar de algún tema o elaborar alguna serie para un acontecimiento particular y en qué medida se relacionan estas decisiones con los marcos conceptuales. Así, se pudo constatar que en todas las sagas en su globalidad hay algún marco conceptual presente y abordado. En algunas como la saga "30 años del Golpe" están presentes más marcos conceptuales (5: *Democracia*, *Izquierda*, *Comunidad/colectivo*, *Conocimiento*, *Libertad*) y en otras menos, como "El capitalismo mata" (1: *Anticapitalismo*), pero todas las sagas pueden relacionarse con alguno de ellos. En este nivel de análisis surge además que incluso en aquellas sagas cuyo énfasis ha sido puesto en su rol informativo, también se ponen en juego los marcos conceptuales de La Tribu. Una segunda conclusión, entonces, es que La Tribu ha encarado la producción de sus sagas de artística institucional en coincidencia con los valores políticos que defiende. Esto también se explica por el Modelo C-I-C de trabajo, del cual surge la noción de que la elaboración de las artísticas es consecuencia directa de las discusiones políticas más formales. En el

caso de las sagas, esto es más evidente por los acontecimientos que se eligieron como contenido de ellas o por los eslóganes creados como condensación de una filosofía y los intereses de la organización.

El tercer nivel de análisis es el de mayor profundidad y en el que se despliega un abordaje más interpretativo de los contenidos de las piezas sonoras, para relacionarlas con los marcos conceptuales que guían la dimensión política de La Tribu. En este nivel, el ejercicio es inverso al del primero: se va desde los marcos conceptuales hacia el corpus sonoro, y se observan las piezas sonoras con el prisma de los marcos conceptuales, buscando los temas y enfoques contenidos en ellos. Así, se buscó indagar cuánto de lo que La Tribu trazó como su dimensión política ha llegado a la letra concreta de sus piezas sonoras y de qué maneras.

Se concluye que todos los marcos conceptuales se hacen presentes en el corpus sonoro de formas concretas: *Felicidad* está presente en 12 piezas (3,8%); *Conocimiento* en 20 piezas del corpus sonoro (6,3%); *Democracia*, en 64 spots (20,2%); *Autonomía/autogestión* en 8 piezas del corpus sonoro (2,5%); *Libertad* en 29 piezas (9,1%); *Izquierda* en 45 (14,2%); *Arte* aparece en 48 piezas (15,1%); *Tecnología* aparece en el contenido de 46 spots (14,5%); *Comunidad/colectivo* se hace presente en 54 spots (17%); *Revolución*, en 51 piezas (16%); *Comunicación (alternativa)* está en 92 (29%); *Cultura* está contenida en 9 piezas (2,8%); *Utopía* en 29 spots (9,1%); *Anticapitalismo* en 15 piezas (4,7% del corpus sonoro).

Como puede verse, marcos conceptuales como *Izquierda* o *Tecnología*, ausentes en un primer nivel de análisis que es conducido desde las piezas sonoras en un nivel más explícito, con un análisis más profundo e interpretativo desde los marcos hacia las piezas, ya se hacen presentes de forma mucho más contundente. Esto se explica por los niveles de metáfora o simbolismo que muchas veces utiliza La Tribu como parte de un estilo creativo construido a lo largo de su historia.

Ahora bien, respecto de las llamadas causas de intervención, se identificó una diferencia. Si bien en general todas las causas declaradas por los miembros y la organización están presentes en el corpus sonoro, su presencia no es tan contundente como la de los marcos conceptuales o la presencia de aquellos temas no están puestos en una forma tan clara al estilo de las campañas de sensibilización, con consigna, desarrollo y llamado a la acción. Los temas están, pero no se identifica una decisión contundente de la emisora de generar sagas para transformar algún aspecto puntual de la coyuntura como si se tratara de una campaña de bien público, de difusión o educativa.

Se concluye aquí que si bien muchos temas de interés se hacen presentes en la artística institucional, La Tribu no la toma como el espacio donde desplegar campañas de sensibilización temáticas.

Por ejemplo, mientras todos los miembros declaran en las entrevistas que la legalización del aborto fue una causa defendida por la organización, no se identifica una campaña por su defensa en la artística institucional y solo aparece un spot de todo el corpus sonoro (PN053/05) que menciona el tema específicamente. De la misma manera, son varias las causas que a pesar de ser mencionadas, tienen presencia marginal en el corpus sonoro (ecología, derechos indígenas, soberanía alimentaria).

Esta falta de contundencia respecto de la correspondencia entre las causas prioritarias defendidas por La Tribu y su inclusión en la artística institucional permiten concluir que aquel no es el espacio especialmente propicio para desplegar causas concretas, aunque existan apariciones. Esto puede tener varias explicaciones, pero se entiende que las causas de intervención pueden ser defendidas de mejor manera en otros espacios y dispositivos: actividades públicas como festivales, programas especiales o el desarrollo conceptual en la programación de la emisora, no así en la artística institucional que es un tipo de contenido de mayor permanencia y en el caso aquí estudiado, de preferencia para desplegar los marcos conceptuales que definen su dimensión política general. No se encuentra en el corpus sonoro, entonces, nada parecido a una campaña de sensibilización por cada causa mencionada como prioritaria. Cuando la artística de La Tribu hace referencias más concretas a alguna noticia, personaje o lugar, no lo hace para difundir o concientizar sobre las causas de intervención identificadas, sino más bien aprovechando sucesos de la realidad para sentar posiciones de fondo que se vinculan más con los marcos conceptuales. En general, entonces, esta mirada ha sido reactiva a la realidad y ha sido estratégica para ofrecer sus miradas sobre diferentes cuestiones. Mientras que las causas de agenda de La Tribu, si bien aparecen en el corpus sonoro, no lo hacen con ese nivel de concreción.

En un cuarto nivel de análisis se revisitó todo lo analizado para reordenarlo buscando un énfasis que clarificara la relación del corpus sonoro con los entornos general y específico de La Tribu. Aquí se buscó listar específicamente la presencia de temas económicos, políticos y comunicacionales en el corpus sonoro de modo de analizar cuán importante es para La Tribu la artística institucional desde una mirada de economía política de la comunicación que entiende al rol de los medios en relación al contexto, y a la gestión de los mismos atravesada por la situación económica, política y los intereses de todo el escenario infocomunicacional.

Así, aunque todo el corpus sonoro puede ser entendido como político en sentido amplio, 162 piezas abordan temas políticos concretos como dictadura, democracia, revolución, partidos políticos, izquierda y derecha (51,1% del corpus sonoro); 42 piezas tocan temas económicos (13,2% del corpus sonoro) y 40 piezas incluyen la opinión institucional sobre las industrias infocomunicacionales, la comunicación, la libertad de expresión, las leyes de radiodifusión, entre otros temas comunicacionales (12,6% del corpus sonoro). Este nivel de análisis constata también la preocupación que La Tribu evidencia sobre lo económico, lo político y lo comunicacional a través de algunos de sus marcos conceptuales: por ejemplo en *Democracia*, *Revolución*, *Autonomía/autogestión*, *Izquierda* hay temas explícitamente políticos; en *Anticapitalismo*, *Autonomía/autogestión* se abordan aspectos económicos; en *Comunicación (alternativa)*, *Arte*, *Tecnología*, *Cultura* se integran tópicos comunicacionales.

Adicionalmente, respalda la perspectiva de la economía política de la comunicación, de que las industrias culturales deben ser abordadas observando sus relaciones políticas y económicas, sus intereses, y que también es necesario estudiar las resistencias al modelo mercantil. En el caso de los medios comunitarios (al menos el presente caso de estudio), esta relación no se oculta; muy por el contrario, se evidencia deliberadamente como un rasgo de identidad de este subsector, a la vez que se hace presente un trabajo que denuncia la existencia de intereses económicos y políticos por parte de las industrias infocomunicacionales concentradas.

En este análisis respecto de los entornos puede verse también la importancia que atribuye La Tribu a la intervención en la realidad para transformar los aspectos que cree injustos ofreciendo una visión de mundo y soluciones desde sus marcos conceptuales, pero siempre sabiéndose una institución que funciona en un lugar y momento particulares, atravesada por el contexto y que se plantea incidir en él, tal como se trabaja desde la economía política de la comunicación, inclusive cuando hace análisis de la gestión y funcionamiento internos de un medio de comunicación, como el caso de la presente investigación.

Para terminar, se concluye que la hipótesis de trabajo ha sido constatada y que la artística institucional de La Tribu es un espacio donde la emisora logró desplegar su visión de mundo, su dimensión política, y que hay correspondencias entre ambas, sobre todo en cuanto a sus marcos conceptuales y en menor medida respecto de las causas prioritarias de intervención. Así, los diferentes marcos conceptuales se hacen presentes 522 veces a lo largo del corpus sonoro de 317 piezas y las causas lo hacen en 274 oportunidades, lo cual refuerza asimismo la utilidad que La

Tribu ha otorgado a la artística institucional para comunicar los marcos conceptuales, más que para difundir causas concretas.

6.4. Hallazgos e ideas para futuras investigaciones

La idea de la investigación fue saber si aquello que piensa la organización, lo logra desplegar en su producción sonora, cómo lo hace y si en ese despliegue hay una relación con el entorno económico, político y comunicacional. De este modo, se podría conocer en detalle un aspecto de la forma de trabajo de una radio comunitaria, para aportar en el conocimiento del subsector dentro de las industrias infocomunicacionales, y hacerlo desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, aquella que llama la atención respecto de los intereses de los medios de comunicación, las influencias que sufren del contexto y la forma en que intentan incidir en él, incluso cuando se analiza la gestión de un medio de comunicación.

Desde aquí, y además de las conclusiones ya trazadas, pueden identificarse algunos hallazgos específicos que esta investigación produjo y que pudieran ser relevantes para futuros enfoques o nuevas investigaciones.

6.4.1. El valor de lo inasible

En la práctica cotidiana hay inasibles que escapan a la explicación analítica que se da desde las dimensiones de la gestión. Existe el error, la improvisación, la intuición, el sentido de la oportunidad, la casualidad, el azar, el cariño, la diversión, la subjetividad, como elementos que también provocan decisiones y acciones, y son difíciles de encajar en las dimensiones analíticas de la gestión. Si bien esta investigación partió su análisis de la gestión de una radio comunitaria desde la exploración en sus dimensiones política, comunicacional y económico administrativa, es importante tener en cuenta que estas son herramientas analíticas y que en el día a día de gestionar una organización hay imprevistos e inasibles que pueden explicar una decisión o fenómeno, pero que es difícil de mensurar o catalogar.

Así como se ha desplegado el aspecto organizacional como una dimensión, si se quiere, transversal a toda la práctica, estos elementos de lo inasible deben ser tenidos en cuenta en su especificidad, y no descartarlos en un análisis que pretenda entender la práctica cotidiana de las radios comunitarias. Particularmente en este tipo de medios, por los anhelos y sueños que los

movilizan, por el componente de militancia que tienen adherido y por las complejidades económicas, legislativas, políticas, organizacionales con las que comúnmente lidian, estos elementos inasibles son nucleares de su práctica cotidiana.

6.4.2. El valor de documentar la práctica de las radios comunitarias

Otro punto que se pone de relieve con esta investigación, es la importancia de narrar las historias y devenires de las experiencias comunitarias y alternativas en la comunicación. Como ya se dejó claro, son experiencias muy variadas, que responden a algunas características que permiten englobarlas en un mismo subsector, pero cuya diversidad es una de sus características y uno de sus fuertes. Al estar tan en contacto con la comunidad a la que sirven, con el contexto político y económico en el que se insertan, cada proyecto debe adquirir su propia forma. Narrar cada uno de estos derroteros permite aportar al conocimiento general de este subsector variopinto. Y para ello, es fundamental la documentación. La Tribu es un caso quizás excepcional, que ha sido capaz de reflexionar mucho sobre su propia práctica, escribir, publicar sobre ello, y que con el correr de los años ha logrado un manejo del archivo sonoro cada vez más sofisticado. Esto sin duda ha sido imprescindible para elaborar un abordaje de su historia y de su funcionamiento como el que aquí se ha presentado. Será viable contar las historias de cada emisora, y así conocer el subsector, en la medida en que vayan documentando su desarrollo.

6.4.3. La importancia de observar las relaciones entre dimensiones

Como se señaló, las dimensiones de la gestión y la sostenibilidad de medios comunitarios, son herramientas muy importantes para acceder al conocimiento del funcionamiento de este tipo de medios. También lo son para los propios medios, en el sentido en que les ayuda a planificar, a organizar el trabajo en departamentos o áreas, a compartimentar el gran espectro de tareas que requiere una gestión de este tipo. Ahora bien, es necesario analizar la interacción entre las dimensiones para conocer de mejor manera las experiencias de radio comunitaria. El análisis compartimentado puede hacer perder de vista que se trata de un todo, que la sostenibilidad es integral, que las áreas de influyen y modifican. Realizar el ejercicio de indagar no solo en las dimensiones, sino en la forma en que ellas se relacionan, pueden brindar luz sobre procesos de trabajo interno que con el análisis por separado se pierden de vista. Es necesario realizar más estudios de caso sobre la gestión y sobre la relación con el contexto observando la relación entre las dimensiones.

6.4.4. Correspondencia entre la artística institucional y la dimensión política

Uno de los hallazgos centrales, ya mencionado, es la constatación de que en el caso de La Tribu hay correspondencia entre la artística institucional y la dimensión política para el período estudiado. Esta correspondencia se da sobre todo a nivel de sus marcos conceptuales, los conceptos que guían a la organización, y de forma no tan concreta o suficiente respecto de las causas de intervención. Es decir, que la artística institucional, en este caso, no sería el espacio más adecuado para desplegar trabajo que requiere difusión y resultados concretos, y se maneja en un plano de declaración de principios más global. En todo caso, la defensa de causas concretas es una actividad que emana de los marcos conceptuales y puede desplegarse en otros espacios de mayor fluidez e inmediatez de producción.

Acaso esta aseveración pueda ser materia prima para futuras investigaciones o incluso para la gestión propia de las emisoras comunitarias. En el primer caso, de constatarse que en otras experiencias la artística institucional es el espacio por excelencia para que la radio despliegue sus valores políticos, esta podría ser una característica que se agregue a las que definen al mundo de la radio comunitaria. Al menos para el caso de La Tribu, esto se verifica, y hay elementos para pensar que esta correspondencia tiene que ver con su condición de emisora comunitaria y alternativa, porque existe por determinados objetivos de transformación, con una posición política y no solo como un producto.

En el segundo caso, porque esta noción de correspondencia podría resultar útil para la práctica de las radios comunitarias, que puedan observar y procesar sus objetivos y valores, y verificar si están pudiendo desplegarlos en su programación. De este modo, podrían intensificar el trabajo sobre su artística institucional como portavoz de la línea editorial de la organización. Es decir, que observar si lo que cada organización piensa, lo está diciendo o no en su artística institucional, puede ser una herramienta metodológica que dé lugar a reformas en la dinámica y trabajo internos de cada experiencia.

6.4.5. El rol del feminismo

Uno de los temas que han surgido en el desarrollo de la presente investigación, es la pregunta por el feminismo y la relación con una emisora tan paradigmática, influyente y vanguardista como

La Tribu. En este punto se encontró cierta ambigüedad para el período estudiado. Hay un interés por la igualdad de género pero aún es rudimentario. Se traslucen inquietudes pero aún hay contradicciones, invisibilizaciones, vicios que leídos a la luz de la actualidad, resultan evidentes. Sin embargo, hay que entender el tema en clave histórica. Los avances conquistados por las mujeres y disidencias se han acelerado exponencialmente en los últimos años. La época en la que se centra el corpus sonoro (2001-2009) es reciente, pero los años que han transcurrido desde allí son clave en todas las conquistas producidas. Como ejemplo, el movimiento de Ni Una Menos comienza con fuerza en el año 2015, seis años después del final del período estudiado.

Si bien La Tribu ya contaba con ciertos espacios en los que los temas relacionados a la igualdad de género se expresan, como programas de mujeres, discusiones, eventos, y algunos temas como la legalización del aborto sí están en la agenda, también se observa en el corpus sonoro algunas piezas contradictorias con estas inquietudes. Esa contradicción lo es a la luz de los debates actuales, pero hay que entenderlas en virtud de su propia época, y entender que todo es parte de un proceso. Proceso en el que se trasluce la evolución tanto de la presencia del tema en la agenda de la emisora, como de la sociedad y de la forma de gestión de este subsector. Hoy La Tribu sí se define como feminista, y si hubiera que hacer una investigación como la presente, pero tomando la última década, es muy posible que hubiera que agregar un nuevo marco conceptual llamado feminismo como definitorio de la dimensión política de la organización. Este punto acaso sea tema para futuras investigaciones.

En definitiva, lo que el tema del feminismo también aporta es la evidencia de que las organizaciones no son estancas, se desarrollan, fluctúan, evolucionan, influyen a su entorno y son influidas por él, y que, como se mencionó, La Tribu ha construido un perfil y una esencia permanente a lo largo de su historia, pero capaz de adoptar nuevas expresiones y adaptarse para reforzar su identidad política.

6.4.6. Los múltiples roles de la artística institucional

El estudio sobre un sector específico de la producción radiofónica, sobre un sector específico del campo infocomunicacional como es el de la radio comunitaria, ha brindado el conocimiento sobre la riqueza de esta parte de la producción que acaso dé lugar a nuevas investigaciones, ya sea desde la gestión de un medio como incluso a otros niveles como el semiótico o el estético.

La artística institucional en La Tribu ha tenido múltiples funciones. Primero, una tradicional, que es la de ubicar al oyente circunstancial que llega a sintonizar la radio y tiene que saber qué está escuchando. Curiosamente esta, que es la función que a priori se entendería como primordial de la artística institucional, no es tan necesaria en la actualidad. Quien escucha con una radio digital ya está viendo el dial sintonizado y solo le falta conocer el nombre. Pero quien escucha la radio online o sus contenidos en forma de podcast, va hacia la emisora buscándola y ya sabe qué está escuchando. Quizás por esto es que La Tribu, como se ha visto, se ha atrevido a romper con la marca, a elaborar piezas que no dejan claro totalmente de qué emisora se trata o cuál es el dial. Sin embargo, esta función de la artística institucional permanece.

Segundo, esta la función constatada por esta investigación. La artística institucional ha servido a La Tribu para desplegar allí su dimensión política y expresar la voz institucional, sus valores, sus objetivos, las ideas en las que cree y su visión de mundo. Esta investigación ha sostenido que este sector de la producción sonora es el sector por excelencia para que la organización exprese su voz colectiva. Y en ese mismo gesto, informarle al oyente quién le está hablando, desde qué lugar y qué va a encontrar allí.

Pero más allá de estas, se han constatado al menos otras tres funciones que tiene la artística institucional. Por un lado, la función de "costura" de la programación. La artística institucional, contribuye con la construcción de coherencia y de identidad sonora de toda la programación, más en un proyecto como La Tribu cuya grilla al aire tiene programas independientes y propios, semanales y de tira diaria, de temas muy distintos. La artística institucional surge esta variedad y la hace formar parte de un todo coherente.

Además, la artística institucional no solamente es el lugar donde expresar las ideas políticas, sino que muchas veces ha servido para completarlas, es decir, que en el trabajo de condensación que requiere la creación de estas piezas, hay una confirmación, un refuerzo, un afianzamiento de las ideas que le dan lugar y que se desean expresar. "Acostumbrarse es morir", por ejemplo, expresa algunas ideas políticas de La Tribu y en ese mismo gesto les termina de dar forma. La producción de artística institucional no es una actividad meramente sonora, sino que está impregnada de las discusiones políticas y es parte también de un laboratorio de ideas donde se experimenta con el sonido pero también con los conceptos.

Relacionado con lo anterior, la artística institucional permite a los miembros de la organización escucharse desde otro lugar. Por eso es que tiene la función de costura, ya no

solamente de la programación o en sentido estético, sino del equipo de gestión y de la lista ampliada de colaboradores y productores, ya en un sentido político. Todos los que forman parte de uno u otro modo del proyecto, se sienten identificados y representados por lo que la carta de presentación sonora de la emisora dice, y sirve para afianzar su pertenencia a ella.

6.4.7. Piezas mixtas declarativas/de opinión

En esta función constatada para la artística institucional de La Tribu, de opinar sobre el entorno, de desplegar allí sus creencias, valores y objetivos transformadores, se partió de dos grandes formas. Por un lado, aquellas piezas que están construidas en base a ideas profundas de la dimensión política, que expresan e intentan instalar los principios y la visión de mundo de la organización, y que aquí han sido llamadas *declarativas*. Y por otro lado, aquellas que dialogan con algún acontecimiento puntual e identificable del contexto, las cual han sido llamadas aquí como *de opinión*. Esta clasificación se completa con las piezas de función *informativa*, y pudiera ser útil para futuros abordajes.

Sin embargo, cuando en la presente investigación se accedió al corpus sonoro con esta herramienta, se identificó una particularidad que se considera relevante. Una significativa cantidad de piezas cumplían con ambas funciones (declarativa y de opinión) sin poder identificarse un énfasis claro para una u otra. De este modo, se decidió flexibilizar la herramienta y crear una cuarta clasificación, la de piezas mixtas *declarativas/de opinión*.

En el caso de La Tribu, entonces, se identificó un doble movimiento de algunas piezas sonoras, que se entiende como relevante y que puede dar pistas para futuras investigaciones. Por un lado, algunas piezas que incluían un tema general, de declaración de principios, ilustraba esa idea con algún caso o acontecimiento identificable. De este modo La Tribu lograba ilustrar y ejemplificar con algún caso concreto una idea general y respaldar su punto de vista con algo que sacara su posicionamiento del terreno de lo abstracto. En sentido contrario, algunas piezas utilizaban algún acontecimiento o noticia de la coyuntura para opinar sobre él, pero esa opinión coronarla con alguna idea o concepto general que trascendiera, de modo de aprovechar una situación concreta para vehicular debates y posicionamientos generales en sintonía con los marcos conceptuales de la organización.

Este mecanismo se analiza como creativo e innovador, a la vez que respalda la idea de que La Tribu intenta incidir en su contexto y es influida por el mismo. Acaso esta doble función de algunas

piezas de la artística institucional, característica del caso aquí estudiado, pueda revisarse en el futuro para otros casos y determinar si es una característica propia de la artística institucional del subsector de la radio comunitaria.

6.4.8. El Modelo C-I-C

Al indagar sobre los métodos de producción de la artística institucional de La Tribu para el período estudiado, se observó que éstos han variado a lo largo del tiempo y que en materia de creatividad, priman, una vez más, los inasibles referidos como fundamentales para entender la práctica cotidiana y la gestión de este tipo de medios: en este particular, la iniciativa personal, la intuición, las ganas, la inventiva, la improvisación, el sentido de oportunidad.

Sin embargo, y a pesar de no identificarse una sola manera de producir este tipo de piezas, se encontró que había algunas constantes, que se condicen a su vez con la dimensión política de la organización. De este modo, se encontró que la creación de esta parte de la producción tan sensible a la identidad institucional, parte de discusiones y acuerdos colectivos, que dan lugar a los temas y enfoques prioritarios de la organización, que luego son traducidos y puestos en sonidos en una instancia individual, de una persona o grupo pequeño de personas con diferentes roles, para luego, con las piezas creadas, ser puestas a prueba, corregidas y aprobadas por diferentes instancias colectivas, aunque más informales que la inicial. De este modo, se observó que el circuito que hace a la creación de estas piezas se enmarca en lo que aquí se ha denominado como Modelo C-I-C, que parte de acuerdos e ideas colectivos, se ejecutan creativamente por algunos individuos y luego vuelven al colectivo para confirmarse.

En este sentido, participan de la producción dos instancias colectivas, además de un fuerte compromiso de la libertad creativa, el juego, las ganas, la confianza, como inasibles que también forman parte de los valores de la organización. Este puede ser un punto a investigar para otros casos y en comparación con la forma de producción de emisoras comerciales o públicas, puede brindar nuevas conclusiones sobre el subsector.

6.4.9. Los distintos niveles de análisis

El análisis del cruce entre artística institucional y dimensión política, sobre todo en cuanto a los marcos conceptuales, se hizo en diferentes niveles. Esto fue útil por cuanto cada nivel ofrece

información distinta pero complementaria sobre la forma de funcionamiento de la emisora en este tema.

Este análisis escalonado puede tener distintas utilidades. Si bien el tercer nivel es el que termina confirmando la hipótesis, porque permite distinguir qué cosas de los marcos conceptuales pueden encontrarse en el corpus sonoro, un primer nivel de análisis quizás es más relevante para una investigación que quiera identificar no cuánto de lo que piensa la emisora lo puede poner en sonidos, sino cuánto de lo que piensa la emisora y lo puede poner en sonidos, es identificable concreta y sencillamente por su audiencia, objetivo que no fue el de esta investigación. Así y todo, el primer nivel fue útil aquí para concluir cuán clara podía ser esa relación entre dimensiones que en un nivel más profundo podía constatar. Se entiende que si en un nivel más superficial, existe coherencia entre las dimensiones, el trabajo de la emisora será más coherente y claro que si estas relaciones solo se identifican en un nivel de análisis profundo. Por lo mismo, el segundo nivel mira el corpus ya no desde cada una de sus piezas, sino comprendiendo a las sagas para así entender las intenciones de la puesta en marcha de cada serie en su globalidad.

Por último, el nivel de análisis que busca las temáticas política, económica y comunicacional en los contenidos de las piezas sonoras, se hace útil para corroborar la pertinencia de abordar este tipo de investigaciones desde la economía política de la comunicación, y permite constatar la idea central de la EPC: que los medios de comunicación están intrínsecamente relacionados con su entorno, que tienen intereses políticos y económicos, que juegan con ellos en la arena pública y que a su vez son interpelados por esos entornos. A futuro, otras investigaciones podrán indagar si el subsector comunitario y alternativo hace más explícitos estos puntos de vista desde los cuales habla o no.

6.4.10. Ideas para futuras investigaciones

Por último, y si bien fue mencionado en los otros hallazgos, esta investigación y algunas de sus conclusiones pueden ser el puntapié inicial para otras, que puedan confirmar, profundizar o refutar algunas hipótesis, y permitan seguir conociendo un sector tan variopinto como fundamental para las industrias infocomunicacionales como el comunitario y alternativo.

De este modo, podría indagarse en otros casos de estudio para establecer si también en otras emisoras comunitarias y alternativas la artística institucional es el lugar por excelencia donde desplegar los marcos conceptuales que definen la dimensión política de cada proyecto.

En ese sentido, podría hacerse un estudio comparativo entre experiencias comunitarias y experiencias comerciales, de modo de establecer si esta relación entre dimensiones es característica del subsector comunitario o no.

También pueden abordarse otros sectores de dimensión comunicacional de estas emisoras (programas propios, programas independientes, eventos, gráfica) para constatar si también sirven para expresar la dimensión política de la organización, y en todo caso, confirmar si la artística institucional es el tipo de producción más propicio.

Lo que se espera es que esta exploración de caso no quede en sí misma y permita abrir nuevos caminos de investigación y nuevas ideas para seguir conociendo las características y especificidades del subsector comunitario y alternativo de los medios de comunicación, y sobre todo, seguir revalorizando sus historias, sus roles y su aporte en la defensa del derecho a la comunicación.

Bibliografía

- Acosta Mora, D. (2013). *La Bemba, una radio con memoria : organización, gestión y comunicación, en torno a la construcción de una radio comunitaria en un ex centro clandestino de Buenos Aires*. Tesis de Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural. Universidad Nacional de San Martín.
<https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1180>
- Adamovsky, E. (2009a). Izquierda. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 51-52). La Tribu.
- Adamovsky, E. (2009b). Revolución. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 97-98). La Tribu.
- Adorno, T. (1967). La industria cultural. En Morin, E. y Adorno, T., *La industria cultural*. pp. 7 20. Galerna. Mimeo.
- Agusti, M.S. y Mastrini, G. (2005). Radio, economía y política entre 1920 y 1945: de los pioneros a las cadenas. En Mastrini, G. (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)* (pp. 29-51). La Crujía Ediciones.
- ALER y AMARC-ALC (2005). *Manualito ambiental*. ALER-AMARC-ALC.
- ALER y AMARC-ALC (2008). *Atrapa sueños. La sostenibilidad en las radios populares y comunitarias*. ALER-AMARC-ALC.
- ALER y AMARC-ALC (2009a). *Transformar. Tras las huellas de la voz de los k'iches*. ALER-AMARC-ALC.
- ALER y AMARC-ALC (2009b). *Transformar. El canto avisor del ñéngueré*. ALER-AMARC-ALC
- Alloatti, M. (2014, del 27 al 29 de agosto). Una discusión sobre la técnica de bola de nieve a partir de la experiencia de investigación en migraciones internacionales [objeto de conferencia]. IV *Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales*, San José, Costa Rica
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/108403>
- Almeyra, G. (2009). Revolución. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 96-97). La Tribu.
- AMARC-ALC e Interconexiones (2006). *El cantar de las hormigas. Producción periodística en las*

radios comunitarias. AMARC-ALC e Interconexiones.

AMARC-ALC (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual.* AMARC-ALC.

AMARC (1998). Carta de Radios Comunitarias y Ciudadanas. *Envío. Información sobre Nicaragua y Centro América.* Núm. 199, octubre 1998. <https://www.envio.org.ni/articulo/392>

Angelelli, M. B. y Cáceres, N. N. (2015). ¿Cómo hablamos cuando hablamos de lo popular? Construcciones discursivas de la alteridad. Caso FM Radio Comunitaria La Ranchada. En Cárcar, M. F.; Rodríguez, M.; Ponza, P. y Álvarez Nobell, A. *Políticas, actores y prácticas de la comunicación: encrucijadas de la investigación en América Latina. Actas del VIII Seminario Regional del Cono Sur de la Asociación Latinoamericana de Investigación en Comunicación (ALAIC).* Universidad Nacional de Córdoba. <http://hdl.handle.net/11086/5964>

Anónimo (2015). *Fuga. Qué pasa por La Tribu.* Tinta Limón.

Arias-Godinez, B. (1990). *La XEYT Radio Cultural Campesina. Una experiencia de radio participativa.* ALER.

Armand, S. (2003). *Radio, lienzo sonoro. Apuntes para una radio posible.* Editorial Grafi-k.

Arnheim, R. (1980). *Estética radiofónica.* Editorial Gustavo Gili.

Asamblea Gastón Riva (2009). Democracia. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (p. 30). La Tribu.

Ballesteros López, T. y Martínez Matías, G. (coords.) (2019). *La radio vive. Mutaciones culturales de lo sonoro.* Ciespal.

Ballesteros López, T. y García Gago, S. (eds.) (2020). *Mapa de radios de América Latina y el Caribe.* Ediciones del Jinete Insomne.

Ballesteros López, T. y Makowski, S. (2021). *Radio y salud mental en América Latina.* Radios de América.

Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico.* Cátedra.

- Barrientos, M. e Isaía, W. (2011). *2001: relatos de la crisis que cambió la Argentina*. Editora Patria Grande.
- Baxendale, C., Buzai, G., y Morina, J. (2016). La Región Metropolitana de Buenos Aires. En Velázquez, G. (dir.) *Geografía y calidad de vida en Argentina. Análisis regional y departamental (2010)*. Universidad Nacional del Centro.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2004). Las industrias infocomunicacionales ante la Sociedad de la Información. *Revista Telos*. n.61. Fundación Telefónica. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero061/las-industrias-infocomunicacionales-ante-la-sociedad-de-la-informacion/?output=pdf>
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2005). Estructura y dimensión de las industrias infocomunicacionales en América Latina. *Palabra clave*, 12. pp. 9-28. Universidad de La Sabana. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1438/1571>
- Beccera, M. y Mastrini, G. (2011). Industrias culturales en América Latina: tiempo de replanteamientos. *Ekonomiaz*, n. 78. 126-145. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3781745.pdf>
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI*. Prometeo.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2016). *Políticas de medios del kirchnerismo. Análisis de las políticas de comunicación 2003-2015 y agenda pendiente*. Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/argentinien/12821.pdf>
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). Capítulo 1. Economía de la comunicación y la cultura. En Becerra, M. y Mastrini, G. *La concentración infocomunicacional en América Latina en el siglo XXI (2000-2015)* (pp. 21-62). Universidad Nacional de Quilmes.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Paidós.
- Becerra, M. y Rodríguez Miranda, C. (2019) Clase N° 2. El concepto de industrias culturales. El pasaje de industria cultural a industrias culturales. *Seminario Estructura de Industrias Culturales*. Maestría en Industrias culturales: políticas y gestión. UNQ. 3 de julio de 2019

- Beltrán, L. R. (2010). Prólogo. En Gumucio Dagron, A. y Herrera Miller, K (coords.). *Políticas y legislación para la radio local en América Latina* (pp. 11-17). Plural.
- Binder, I. y Godínez Galay, F. (2013). *RadioTIC. Uso y apropiación de TIC en radios comunitarias de la Ciudad de Buenos Aires*. Ediciones del Jinete Insomne.
- Binder, I., Fisher, P., y Godínez Galay, F. (2017). *Como sea. Sostenibilidad económico administrativa en radios comunitarias de Argentina*. Ediciones del Jinete Insomne.
- Binder, I. y García Gago, S. (2020). *Politizar la tecnología. Radios comunitarias y derecho a la comunicación en los territorios digitales*. Ediciones del Jinete Insomne.
- Bosetti, O. (2007). La radio en Argentina. En Merayo, A. (coord.) *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*. (pp. 26-48). Comunicación Social.
- Briceño Linares, Y. (2010). La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 16(3), 55-71.
- Bustamante, E. (2009). De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura. *Revista Diálogos de la Comunicación*, 78, enero-julio. 1-25.
- Cal, J. E. (2018). Relevamiento de la artística de radio FM Universidad [ponencia]. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. *Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales*. Villa María, Argentina.
- Califano, B, Rossi, D. y Mastrini, G. (2012). Introducción. En Mastrini, Bizberge y de Carras (eds.) *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. (pp. 11-24). La Crujía.
- Camacho, L. (1999). *La imagen radiofónica*. McGraw-Hill.
- Camacho, L. (2007). *El radioarte. Un género sin fronteras*. Trillas.
- Camio, M. (2014). El rol de los aspectos emocionales en la gestión de la cultura innovadora. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXII(2), pp. 9-28.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=909333005002>

- Caro González, F. (2007). *Gestión de empresas informativas*. McGraw-Hill.
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en Internet*. La Crujía.
- Centro de Producciones Radiofónicas y La Tribu (2019). *Entrevista a las fundadoras de FM La Tribu* [Podcast] <https://cpr.org.ar/entrevista-a-las-fundadoras-de-fm-la-tribu/>
- Chaparro, E. (2009). Tecnología. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 70-74). La Tribu.
- Chaparro, M. (2010). Comunicación, desarrollo y cambio social. La necesaria creación de nuevos imaginarios. En Gumucio Dagron, A. y Herrera Miller, K (coords.). *Políticas y legislación para la radio local en América Latina* (pp. 123-146). Plural.
- Cianci, M., Dávila, E. y Godinez Galay, F. (2017). *Vamos lejos... porque vale la pena. Recorrido exploratorio sobre sostenibilidad de radios de CORAPE en Ecuador*. Deutsche Welle Akademie y CORAPE. Inédito.
- Colectivo La Tribu (1995). *La Tribu. Un atentado cultural en los '90*. Colección Radio Foro número 1. AMARC.
- Colectivo La Tribu (1996a). *La Tribu 88.7 FM*. [presentación institucional].
- Colectivo La Tribu (1996b). Eternamente joven. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 56, 77-80.
- Colectivo La Tribu (2000). *La Tribu. Comunicación alternativa*. Ediciones La Tribu.
- Colectivo La Tribu (2002). La radio es sus consecuencias. En Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (comps.) (2008). *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. (2da ed. electrónica). Dariovive.org.
<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/gestiondemedios/wp-content/uploads/sites/128/2020/04/Medios-alternativos.-Vinelli-Esper%C3%B3n.pdf>
- Colectivo La Tribu (2003a). *Medios y dictadura*. Ediciones La Tribu.
- Colectivo La Tribu (2003b). *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*. Ediciones La Tribu
- Colectivo La Tribu (2004). *Palabras que muerden. Definiciones colectivas*. La Tribu.
- Colectivo La Tribu (2007). *La crisis como laboratorio. Memoria y movilización en Buenos Aires y*

Berlín. Ediciones La Tribu.

Colectivo La Tribu (2009a). La Tribu, a los 20. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 106, 38-43. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/448466>

Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde*. La Tribu.

Colectivo La Tribu (2022, 30 de mayo). *Quiénes somos*. La Tribu. <https://fmlatribu.com/quienes-somos/>

Colectivo La Tribu (2023). *Grabado en el aire. Una guía (posible) para la puesta en valor de archivos de radio en casetes*. La Tribu.

Colectivo La Tribu y Colectivo FM Alas (2007). *Radio Newen. Gestión, producción, técnica e interculturalidad en las radios comunitarias*. Ediciones La Tribu.

Coller, X. (2000). Estudio de casos. *Cuadernos metodológicos*, 30. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Collin, C. (1983). *Radiopoder. La radio como instrumento de participación social y política*. Folios Ediciones.

Cooperativa de Trabajo La Cuña Ltda. (2018). *Frecuencia Zero. Una cuña en la comunicación*. Cooperativa de Trabajo La Cuña Ltda.

Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social Ltda. (2013). *Retumba. Historias de una radio comunitaria*. Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social Ltda.

CORREPI (2009). Libertad. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 44-45). La Tribu.

Cravé, L. (2011). *Somos lo que sonamos. Artística de radio: ¿Traducción comunicacional del proyecto político o estrategia de posicionamiento de marca?* [Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de La Matanza] <https://silo.tips/download/somos-lo-que-sonamos-artistica-de-radio>

Culebrón Timbal (2009). Comunidad. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 94-95). La Tribu.

Dabat, A. (2012). El rumbo de la economía argentina bajo el kirchnerismo. *Economía UNAM*,

9(26), 43-67. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2012000200002&lng=es&tlng=es.

- Delorme, M. (2002). Prólogo: una red de intercambio internacional. En Girard, B. (Ed.). *RadioApasionados: Experiencias de radio comunitaria en el mundo*. (pp. Ii-iii) Comunica https://ia801003.us.archive.org/2/items/radioapasionadosexperienciasderadiocomunitariaenelmundo/RadioApasionados_%20Experiencias%20de%20radio%20comunitaria%20en%20el%20mundo-Bruce%20Girard.pdf
- De Mateo, R., Bergés, L, Sabater, M. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Comunicación Social.
- De Moraes, D. (2011). *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Paidós.
- De Quevedo Orozco, L. (2002). *La radio y los creadores del arte vanguardista*. Fomento Editorial.
- Di Paolo, F. y Colectivo Atómiko (2017). *Primer ensayo antropológico, social y cultural sobre Radio Atómika*. Ediciones LEE.
- Doyran, M. (2015). Argentina y su desarrollo posterior a la crisis financiera. *Revista Problemas del Desarrollo*, 180(46), 151-174. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301703615721231>
- Eloisa Cartonera (2009). Arte. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (p. 62). La Tribu.
- Entel, A., Lenarduzzi, V. y Gerzovich, D. (1999). *Escuela de Frankfurt. Razón, arte y libertad*. Eudeba.
- Espada, A. (2020). *La adaptación radiofónica a internet. Estrategias de negocio de las radios más escuchadas de Buenos Aires (2016-2017)*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Fair, H. (2010). El debate político en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la Argentina. ¿Hacia una mayor democratización social o hacia un incremento del autoritarismo? *Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico*, 4(2), 141-173. <https://scholarlyexchange.org/ojs/index.php/InterSoc/article/view/5945>
- FARCO (2014). La Radio Comunitaria. FARCO. <https://www.farco.org.ar/la-radio-comunitaria/>

- Fernández, J. L. (dir.) (2008). *La construcción de lo radiofónico*. La Crujía.
- Fernández, J.L. (2012). *La captura de la audiencia radiofónica*. Liber editores.
- FM Bajo Flores (2008). *Micrófonos para el pueblo: FM Bajo Flores (O cómo un barrio parió una Radio Comunitaria)*. FM Bajo Flores.
- Frechero, J. (2013). Extractivismo en la economía argentina. Categorías, etapas históricas y presente. *Estudios críticos del desarrollo*, III(4), 45-82.
- Gándara, S. (2015). La madre de todas las batallas. Un examen crítico de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Anuario Facultad de Ciencias Humanas*, v. 12, 1-18.
<https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/anuario/article/view/1283/1263>
- Garnham, Nicholas (1997). Economía política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio? *Causas y Azares*, 6, Causas y Azares, 33-46.
- Garrote, J. y Campos, L. (2004). Recuperación después de la crisis. *Social Watch*.
<https://www.socialwatch.org/es/node/10327>
- Gasparini, L., Cicowiez, M. y Sosa Escudero, W. (2012). *Pobreza y desigualdad en América Latina. Conceptos, herramientas y aplicaciones*. Temas Grupo Editorial.
- Gaudichaud, F. (2019). Conflictos, sangre y esperanza. Progresismos y movimientos populares en el torbellino de la lucha de clases latinoamericana. En Gaudichaud, Webber y Modonesi. *Los gobiernos progresistas latinoamericanos del siglo XXI. Ensayos de interpretación histórica* (pp. 13-96). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gerbaldo, J. (2010). Hacia una cartografía de las radios comunitarias argentinas. *Diálogos de la Comunicación*, n. 82. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
<https://dialnet.unirioja.es/>
- Gerbaldo, J. (2016). Ley Audiovisual: la construcción de un escenario de derechos y transformación. En Segura, M. S. y Weckesser, C. (eds.). *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015* (pp. 11-16). Editorial de la UNC.
- Giniger, L. (2009). Ley de Medios, una batalla que no terminó. *Revista del CCC Primera época*, 7.

<https://www.centrocultural.coop/revista/7/ley-de-medios-una-batalla-que-no-termino>

Giordanengo, C. (2016). Mediatización y políticas de comunicación:

el caso de La Megafónica, agenda y contrato de lectura de una radio comunitaria de Villa María. *II Congreso de la Asociación Argentina de Sociología*. Villa María, Argentina, <https://www.aacademica.org/000-046/128>

Girard, B. (2002). Introducción: La radio comunitaria en el mundo. En Girard, B. (Ed.).

RadioApasionados: Experiencias de radio comunitaria en el mundo (pp. 1-8). Comunica. https://ia801003.us.archive.org/2/items/radioapasionadosexperienciasderadiocomunitariaenelmundo/RadioApasionados_%20Experiencias%20de%20radio%20comunitaria%20en%20el%20mundo-Bruce%20Girard.pdf

Girard, B., Camacho, C., Vanini, P. y Roemersma, R. (2010). *El bit de la cuestión. La radio popular y comunitaria en la era digital*. AMARC-ALC y ALER.

Girón, A. (2009). *Argentina: su recurrente inestabilidad financiera*. CLACSO-Universidad Nacional Autónoma de México.

Godinez Galay, F. (2006). Olas que vienen, olas que van. *Caras & Caretas*, año 45, núm. 2195, p. 18.

Godinez Galay, F. (2010). *El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales. Apuntes teórico-prácticos para la producción integral*. Ediciones del Jinete Insomne.

Godinez Galay, F. (2011a). *Derecho a la comunicación, radio social y legislación*. [Tesina de Licenciatura en Comunicación, Universidad de Buenos Aires]. <https://cpr.org.ar/wp-content/uploads/media/uploads/documents/investigacionpidc/derecho-a-la-comunicacion-radio-social-y-legislacion-francisco-godinez-galay-2011.pdf>

Godinez Galay, F. (2011b). Radios sociales. Comunicación para la democracia. *CPR*. <https://cpr.org.ar/radios-sociales-comunicacion-para-la-democracia/>

Godinez Galay, F. (2015). Movimiento podcaster: la nueva concreción de la radio libre. *Questión. Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(46), 134-150. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2462/2201>

Godinez Galay, F. (2016). Contaminación sonora y comunicación. *Tierra Socialista*, 4.

<https://cpr.org.ar/wp-content/uploads/media/uploads/documents/contaminacion-sonora-y-comunicacion-ts.pdf>

Godínez Galay, F. (2019). Sostenibilidad económico-administrativa para las radios comunitarias. Curso Número 25, Radios Libres.

https://radioslibres.net/wp-content/uploads/2019/07/tutorial_25_curso_sostenibilidad_economico_administrativa.pdf

Godínez Galay, F. (2020). Viaje al interior de una radio comunitaria. La gestión en FM La Colectiva. *RIHUMSO*, 9,(17), 87-106.

Gómez Germano, G. (2010). Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y televisión comunitaria. En Gumucio Dagron, A. y Herrera Miller, K (coords.). *Políticas y legislación para la radio local en América Latina* (pp. 45-72). Plural.

Grigera, J. y Álvarez, L. (2013). Extractivismo y acumulación por desposesión. Un análisis de las explicaciones sobre agronegocios, megaminería y territorio en la Argentina de la posconvertibilidad. *Theomai. Perspectivas diversas sobre la problemática territorial y urbana*, 27-28. http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO_27-28/Grigera%20y%20Alvarez.pdf

Grupo Al Dorso (2009). Rev. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 105-106). La Tribu.

Grupo Arte Callejero (2009). Comunicación de-. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 110-112). La Tribu.

Gumucio Dagron, A. (2001). *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Plural Editores.

Gumucio Dagron, A. (2005). “Arte de equilibristas.: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios”. Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, vol. 10, núm. 10, enero-junio, 2005, pp. 6-19. Cochabamba: Universidad Católica Boliviana San Pablo. [En línea] <https://www.redalyc.org/pdf/4218/421839599002.pdf>

Gumucio Dagron, A. (2010). Identidad, políticas y legislación de las radios locales y comunitarias. En Gumucio Dagron, A. y Herrera Miller, K (coords.). *Políticas y legislación para la radio local en América Latina* (pp. 225-242). Plural.

- Haye, R. (2000). Sobre radio y estética. Una mirada desde la filosofía del arte. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, [S.l.], n. 23. pp. 97-115. <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1815>
- Haye, R. (2004). *El arte radiofónico. Algunas pistas sobre la constitución de su expresividad*. La Crujía.
- Henríquez Consalvi, C. (2003). *La terquedad del izote. La historia de Radio Venceremos*. 3ra ed. Ediciones Museo de la Palabra y la Imagen.
- H.I.J.O.S. (2009). Libertad. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (p. 45). La Tribu.
- Holgado, A. (2013). *Identidad sonora en tiempos de intermedia. Estéticas, ficción y nuevos formatos sonoro/radiofónicos*. Ediciones CICCUS.
- Iglesias, M. (2015). *A contramano. Modelos de gestión y estrategias económicas de las radios comunitarias argentinas en búsqueda de la sostenibilidad (2005-2015)*. [Tesis de Maestría en Industrias Culturales, Universidad Nacional de Quilmes]. <https://biblio.unq.edu.ar/Record/29020>
- INDEC (s/f). *Estadísticas históricas. Líneas de pobreza e indigencia*. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Institucional-Indec-InformacionDeArchivo-2>
- INECIP Paraguay (2005). *Periodismo de investigación. Una guía práctica para radios comunitarias*. INECIP Paraguay-USAID.
- Jaimes, D., Baldoni, C., González, V. y Zanarini, O. (2014). *Gestión de medios comunitarios y populares*. Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- Kalikoske, A. (2016). Economía Política da Comunicação: contexto histórico, desenvolvimento regional e conhecimento sobre saúde. En Lima Dourado, J., Moura da Silva Lopes, D. y Da Silva Marques, R. *Economia política do jornalismo. Tendências, Perspectivas e Desenvolvimento Regional*. (pp. 317-342). Edufpi.
- Kaplún, M. (2006). *Producción de programas de radio*. Intiyan-Ediciones Ciespal.
- Kejval, L. (2009). *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias*,

alternativas y populares argentinas. Prometeo Libros.

http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM_radios_16truchas.pdf

Kejval, L. (2018). *Libertad de antena*. UNDAV Ediciones.

Lamalice, A. y Klein, J. (2016). Efectos socioterritoriales de la mega minería y reacción social: el caso de Minera Alumbrera en la provincia de Catamarca, Argentina. *Revista de geografía Norte Grande*, (65), 155-177. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022016000300008>

Lamas, E. (s/f). Proyecto político-cultural MoCaSE-VC. *Onda Rural*. <https://ondarural.org/red-de-radio-campesinas/>

Lamas, E. y Lewin, H. (1995). Aproximación a las radios de nuevo tipo: tradición y escenarios actuales. *Causas y azares*, 2, 70-86.

Lamas, E., y Tordini, X. (2007). El diseño colectivo de la gestión. Un proyecto, cuatro dimensiones. *Biblioteca sobre radios*. <https://radioformateca.wordpress.com/2013/11/05/el-diseno-colectivo-de-la-gestion-un-proyecto-cuatro-dimensiones-ernesto-lamas-y-ximena-tordini-colectivo-la-tribu-seccion-gestion-radios-comunitarias-organizacion/>

Ley 22.285 de 1980. (1980, 15 de septiembre). *InfoLeg*.

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/norma.htm>

Ley 26.522 de 2009. (2009, 10 de octubre). *InfoLeg*.

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

Lizondo, L. (2015). *Comunicación con identidad o comunicación comunitaria. El caso de la FM "La Voz Indígena"*. [Tesis de Maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata]. SEDICI. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/50419>

Lizondo, L. (2018). La comunicación con identidad. Regulaciones y un estudio de caso. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(2), 50-65. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511555883004>

López Vigil, J. I. (1985). *Una mina de coraje. Radios mineras de Bolivia*. ALER-Pío XII.

López Vigil, J. I. (1991). *Las mil y una historias de Radio Venceremos*. UCA Editores.

- López Vigil, J. I. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 52, 51-54.
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/621/618>
- López Vigil, J. I. (2004a). *Manual urgente para radialistas apasionados*. 3ª Ed. CIESPAL.
- López Vigil, J. I. (2004b). *Ciudadana radio*. Radialistas
- López Vigil, J. I. (2012). *Radio Progreso. Historias cabales, picantes y catrachas*. Editorial Guaymurás.
- Mac-Kay Gonza, J. C. (2015). La artística radial: imagen e identidad sonora. *Revista Cultura*, 29, 175-200. Universidad San Martín de Porres.
- Madariaga, M. (2016). Organizacional y el impacto emocional que genera en los colaboradores de Dupont Chile. [Tesis de Maestría en gestión de personas y dinámica organizacional, Universidad de Chile], Repositorio U. de Chile,
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144100/Madariaga%20L%C3%B3pez%20Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Malbrán, C. (2010). *La radio como herramienta pedagógica*. Corregidor.
- Mamani, I. (2016). La estética radiofónica en el discurso de FM Comunitaria La Voz Indígena. *Questión. Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(52), 367-384.
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3564>
- Marino, S. (2017). *Políticas de comunicación del sector audiovisual: modelos divergentes, resultados equivalentes. La televisión por cable y el cine en la Argentina (1989-2007)*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Marino, S. (s/f). Clase 8. Dimensiones de la gestión. *Maestría en Industrias Culturales, políticas y gestión. Gestión de la empresa informativa*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Marino, S. y Gimerà Orts, J. (2016). Televisión sin fines de lucro en la Argentina de la Ley Audiovisual: el caso de Barricada TV. *Austral Comunicación*, 5(2), 205-227.
<https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/165>

- Martín-Barbero, J. (2008). Políticas de la comunicación y la cultura: claves de la investigación. Transcripción de clase doctoral del Programa de Dinámicas Interculturales de la Fundación CIDOB.
- Martínez-Fernández, R. y Martínez-Nicolás, M. (2020). Género, poder y comunicación: por un diálogo entre la Economía Política de la Comunicación y la Cultura y la teoría feminista. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (4), 1485-1497.
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicar*, 18(36), 51-59.
- Mastrini, G., y Marino, S. (2008). Al final del periodo: los límites del progresismo. Políticas de Comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner. *Revista ECO-Pós*, 11(1), 78-96. https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1002
- Mata, M.C. y Scarafía, S. (1993). *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. ALER.
- Mattelart, A. y Piemme, J.M. (1982). Las industrias culturales: génesis de una idea. En VV.AA. (1982). *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. (pp. 62-75). Fondo de Cultura Económica.
- Mattini, L. (2009a). Democracia (del gr.). En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 23-24). La Tribu.
- Mattini, L. (2009b). Comunidad. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 88-89). La Tribu.
- Mendoza Martinez, J. (2017). *La producción radial en relación a la artística radial de la emisora Onda Cero y la emisora La Inolvidable, año 2017*. [Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Académico USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3762>
- Merayo, A. (2007). La estimulante diversidad de la radio iberoamericana. En Merayo, A. (coord.) *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*. (pp. 7-25). Comunicación Social.

- Milana, M. y Villagra, E. (2018). Comunicación indígena en el noroeste argentino: el caso de la radio FM OCAN (Salta, Argentina). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(2), 128-142. Universidad del Rosario, Colombia.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511555883008>
- Molinari, E. (2009). A-rte. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 66-67). La Tribu.
- Montells, G. (2005). Un modo de ser radio. *Cara y Señal*, año 2, numero 4, p. 65.
- Montells, G. (2007a). 9 preguntas frecuentes acerca de la producción artística. *Radioformateca*.
<https://radioformateca.wordpress.com/2013/11/06/9-preguntas-frecuentes-acerca-de-la-produccion-artistica/>
- Montells, G. (2007b). Propuestas para pensar la identidad de un proyecto. La dimensión artística radiofónica. *Radioformateca*. <https://radioformateca.wordpress.com/2013/11/06/propuestas-para-pensar-la-identidad-de-un-proyecto-la-dimension-artistica-radiofonica-gaston-montells-colectivo-la-tribu-seccion-gestion-radios-comunitarias-produccion/>
- Montells, G., Tordini, X, Vanini, P. (2011) *La radio después de la radio*. AMARC-ALC
- Montiel, J.M. (2003). Apuntes sobre empresas recuperadas por los trabajadores en Argentina. *Trabajo y sociedad. Indagaciones sobre el empleo, la cultura y las prácticas políticas en sociedades segmentadas*, 5(6). <https://www.unse.edu.ar/trabajoysociedad/Montiel.htm>
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: Una actualización diez años después. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 57-79.
- Mosco, V. (2008). Current Trends in the Political Economy of Communication. *Global Media Journal*, 1(1), 45-63
- Mosco, V. (2009a). *The Political Economy of Communication* (2nd ed.). SAGE.
- Mosco, V. (2009b). *La economía política de la comunicación. Reformulación y renovación*. Bosch.
- Movimiento de Trabajadores Desocupados (2009). Autonomía. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 32-33). La Tribu.

- Nápoli, A. y García Espil, J. (2010). Recomposición ambiental de la cuenca Matanza-Riachuelo. Una oportunidad histórica que aún reclama un fuerte compromiso político y más eficiencia en la gestión. *Informe Ambiental Anual FARN 2010*, <http://cdi.mecon.gov.ar/bases/doc/farn/14.pdf>
- Navarro-Nicoletti, F. y Aguirre, J. (2018). Una experiencia radial escolar y comunitaria en Pilcaniyeu, Río Negro, Argentina. *Universitas*, 28, 177-192. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86342018000100177
- Ortiz, M. y Volpini, F. (1995). *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. Paidós.
- Ouviña, H. (2009). Autonomía. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 31-32). La Tribu.
- Ouviña, H. (2013). La política prefigurativa de los movimientos populares en América Latina. Hacia una nueva matriz de intelección para las Ciencias Sociales. *Acta Sociológica*, volumen 62, 77-104. UNAM.
- Pafundi, L. (2014). *Artística e identidad radial*. Ministerio de Educación de la Nación, AFSCA y CNC.
- Panozzo Zenere, A. (2016). *Fases de creación, producción, distribución y consumo en las radios universitarias públicas a partir de la digitalización y su introducción a la web. Un estudio comparativo entre Radio LT10 de la Universidad Nacional del Litoral y Radio Universidad de la Universidad Nacional de Rosario* [Tesis de Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión, Universidad Nacional de Quilmes]. RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes. <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/218>
- Pardo Beltrán, E. (2014). “Diagnóstico del desarrollo” en países de renta media a partir de las brechas estructurales. *El caso de América Latina y el Caribe*. CEPAL.
- Peppino Barale, A. M. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina: origen, evolución y perspectivas*. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco-Plaza y Valdés Editores.
- Petti, A. (2004, 6 de junio). La fuerza de las voces alternativas. *La Nación*, 10.
- Portugal, M. y Yudchak, H. (2008). *Hacer radio. Guía integral*. Galerna.

- Portugal, M. y Yudchak, H. (2011). *Producción de radio. Hablan los especialistas*. Ediciones Continente.
- Prieto Castillo, D. (1991). *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. Premia editora.
- Pulleiro, A. (2012). *La radio alternativa en América Latina*. El Río Suená.
- Radio Sur (2009). Comunicación. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (p. 115). La Tribu.
- Ramos, P. (2013). *Travesías resistentes: estrategias y prácticas alternativas en el discurso de las radios jóvenes de Argentina* [Tesis de doctorado en Estudios Sociales de América Latina, Universidad Nacional de Córdoba].
- Red Nacional de Medios Alternativos (2011). La RNMA presentó su definición de Medios Comunitarios, Alternativos y Populares ante la AFSCA. RNMA
<https://rnma.org.ar/2011/09/20/la-rnma-presento-su-definicion-de-medios-comunitarios-alternativos-y-populares-ante-la-afsca/>
- RedPanal (2009). Tecnología (fem.). En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 82-84). La Tribu.
- Resolución 753 de 2016. (2006, 5 de mayo). *Comfer*.
<https://cpr.org.ar/wp-content/uploads/media/uploads/documents/investigacionpidc/comfer-resolucion-0753-2006-reconoce-medios-no-comerciales.pdf>
- Rodríguez, L. (2011). *Ponele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes*. Ediciones La Tribu.
- Rodríguez Marino, P. y Navarro Nicoletti, F. (2018). Aproximaciones conceptuales: comunicación popular, comunicación comunitaria y comunicación alternativa. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7(2), 37-66.
- Romero Valldecabres, L. (2012). Radio y arte sonoro: ¿es posible la integración?. *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Instituto RTVE.
- Sardinha Lopes, R. (2012). Por una comunicación popular y alternativa en el contexto de la EPC. En Bolaño, C. (Org.). *Comunicación y la crítica de la Economía Política. Perspectivas teóricas y epistemológicas* (pp. 83-108). CIESPAL.

- Schmucler, H. (2009). Comunicación. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 109-110). La Tribu.
- Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación (2010). *Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en la Argentina*. SInCA, Sistema de Información Cultural de la Argentina.
- Segura, M. S. (2011). La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. *Argumentos. Revista de crítica social*, (13), 83-108.
- Seiffer, T. (2011). Argentina post 2001: ¿El retorno del Estado? Evidencias empíricas para la discusión sobre la presencia estatal. *Ponencia presentada en el IV Encuentro Internacional de Trabajo Social en la Universidad de Buenos Aires: Políticas Públicas y Trabajo Social. Aportes para la construcción de lo público, Buenos Aires, 12.*
<http://trabajosocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/13/2016/03/15.pdf>
- Seiffer, T. y Rivas Castro, G. (2017). La política social como forma de reproducción de la especificidad histórica de la acumulación de capital en Argentina (2003-2016). *Estudios del Trabajo*, 54, 91-117. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/59315>
- Shade, L. (2014). Gender and digital policy: from global information infrastructure to internet governance. En Carter, C., Steiner, L. y McLaughlin, L. (eds.). *The Routledge Companion to Media and Gender* (pp. 222-232). Routledge.
- Silvestri, L. (2009). Libertad. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 42-43). La Tribu.
- Soengas, X. (2005). El discurso radiofónico. Particularidades de la narración sonora. *Revista de Ciencias da Informação e da Comunicação do CETAC*, 1, 101-127.
<https://estudosaudiovisuais.org/web2018/wp-content/uploads/2018/08/el-discurso-radiof%C3%B3nico.pdf>
- Sotelo, Ignacio (1989). *Filosofía y Ciencia Social. La actualidad de la Escuela de Frankfurt*. Universidad Libre de Berlín. https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/sotelo.pdf
- Svampa, M. (2009). Comun/idad. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 89-91). La Tribu.
- Svampa, M. y Viale, E. (2014). *Maldesarrollo. La Argentina del extractivismo y el despojo*. Katz Editores.

- Tamayo Salamanca, .Y, Del Río Cortina, A., García Ríos, D. (2014). Modelo de gestión organizacional basado en el logro de objetivos. *Suma de Negocios*, 5(11), pp. 70-77.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700217>
- Tobi, X. (2008a). El origen de la radio. De la radioafición a la radiodifusión. En Fernández, J. L. (dir.) *La construcción de lo radiofónico* (pp. 75-90). La Crujía.
- Tobi, X. (2008b). Hacia una historia institucional de las radios de Buenos Aires. *La Trama de la Comunicación*, vol. 13, 133-143. Universidad Nacional de Rosario.
- Tobi, X. (2010). La construcción de la empresa radiofónica. *Revista LIS -Letra Imagen Sonido- Ciudad Mediatizada*, 3(5), 1-11, Universidad de Buenos Aires.
- UNESCO (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. UNESCO.
- UNESCO (2015). *Community Radio and sustainability. A Participatory Research Initiative*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233084>
- Universidad Trashumante (2009). Conocimiento. En Colectivo La Tribu (2009b). *Muerde* (pp. 20-21). La Tribu.
- Urdinez, M. (2007). Mecanismos de participación y control ciudadano: 'El plebiscito en Esquel [ponencia]. *IV Jornadas de Jóvenes Investigadores*. Buenos Aires, Argentina. <https://www.aacademica.org/000-024/213>
- Varesi, G. (2011). Argentina 2002-2011: neodesarrollismo y radicalización progresista. *Realidad económica*, 264, 33-59.
http://fesa.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/205/2014/01/Varesi_Realidad_Econ_mica-libre.pdf
- Velázquez, G. (dir.) (2016). *Geografía y calidad de vida en Argentina. Análisis regional y departamental (2010)*. Universidad Nacional del Centro.
- Viejo Viñas, R. (30 de junio de 2008). Frame Analysis: Encuadre teórico, operacionalización empírica, líneas de investigación. *Seminario IGOP*, Barcelona, España.
- Villamayor, C. y Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. AMARC,

Friedrich Ebert Stiftung.

Villamayor, C. y Marino, S. (2011). Módulo 2: La gestión de los medios. *Gestión de los medios de comunicación. Carpeta de trabajo*. Universidad Nacional de Quilmes.

Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (comps.) (2004). *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Editorial Peña Lillo/Continente.

Vitoria, P. (1998). *Producción radiofónica. Técnicas básicas*. Trillas.

Wasko, J. (2006). La Economía Política del cine. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 95-110. <https://www.proquest.com/openview/67990898462c184111815f1deb605b0e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=54827>

Yúdice, G. (2002). Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social. *Pensar Iberoamérica: revista de cultura*. n. 1, 17-23 https://red.pucp.edu.pe/ridei/wp-content/uploads/biblioteca/George_Yudice_industrias_culturales.pdf

Zallo, Ramón (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Akal.

Zallo, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 22, 215-234. Universidad de País Vasco.

Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Gedisa.

Anexos

1. Documentos institucionales

Título	Fecha	Autor	Descripción	Código
Factura mástil	15 de agosto de 1989	Mástiles S.R.L.	Factura por la compra del mástil para la antena	DIN01/89
Inscripción COMFER	26 de enero de 1990A	Comité Federal de Radiodifusión	Documento de COMFER de inscripción con los datos identificatorios de la emisora	DIN02/90
Acta de verificación	12 de febrero de 1990B	Comité Federal de Radiodifusión	Verificación de transmisiones, calle Gascón, expedida por COMFER	DIN03/90
Carta al COMFER	7 de mayo de 1990C	Ernesto Lamas	Carta al COMFER de designación de representante para las gestiones administrativas ante el organismo	DIN04/90
Autorización precaria y provisional	16 de agosto de 1991A	Comité Federal de Radiodifusión	Autorización de funcionamiento precario expedida por COMFER	DIN05/91
Constitución de FM La Tribu S.R.L.	28 de mayo de 1992A	Inspección General de Justicia	Acta constitutiva de la Sociedad de Responsabilidad Limitada FM La Tribu	DIN06/92

Título	Fecha	Autor	Descripción	Código
Constancia de solicitud de reinscripción	30 de julio de 1993E	Comité Federal de Radiodifusión	Constancia expedida por COMFER de pedido de reinscripción por parte de La Tribu para cumplir con la Resolución 341/1993	DIN07/93
Estatuto de Asociación Civil La Tribu	25 de julio de 1996A	Inspección General de Justicia	Acta constitutiva de la asociación civil La Tribu como entidad sin fines de lucro	DIN08/96
Censo Servicios Permisarios	2009A 9 de marzo de 2010	Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual	Formulario para participar del censo de emisoras ejecutado bajo la Ley 26.522	DIN09/10

2. Documentos internos de trabajo

Título	Año	Autor	Descripción	Código
Temario para reunión de balance y planificación 1992/1993	1992a	Colectivo La Tribu	Punteo de temas sobre la gestión de la radio y planificación del año siguiente	DTN01/92
Clínicas tribales. Por qué?	26 de marzo al 9 de marzo de 1993A	Colectivo La Tribu	Documento de jornadas de debate interno en La Tribu sobre distintos temas	DTN02/93

Título	Año	Autor	Descripción	Código
Artística	26 de marzo al 9 de marzo de 1993B	Colectivo La Tribu	Documento de jornadas de Debate interno en La Tribu sobre la artística	DTN03/93
Legal	26 de marzo al 9 de marzo de 1993C	Colectivo La Tribu	Documento de jornadas de debate interno en La Tribu sobre aspectos legales	DTN04/93
Lo Institucional	26 de marzo al 9 de marzo de 1993D	Colectivo La Tribu	Documento de jornadas de debate interno en La Tribu sobre aspectos institucionales	DTN05/93
La Tribu y las elecciones	1995A	Colectivo La Tribu	Documento de trabajo donde se hace un diagnóstico político, se caracteriza la campaña electoral para elecciones del 14 de mayo y se plantea qué puede hacer la radio con el tema.	DTN06/95
Plan 1996	1995B	Colectivo La Tribu	Organigrama y responsables. Propuestas para 1996	DTN07/95
Cuadro 1997: mapa/camino.	1997a	Colectivo La Tribu	Cuadro de objetivos de La Tribu	DTN08/97
Dirección. Marzo '97	1997b	Colectivo La Tribu	Documento de diagnóstico de actualidad y posicionamiento e identidad de La Tribu	DTN09/97
Proyecto FM La Tribu	1997c	Colectivo	Documento de marzo de	DTN10/97

Título	Año	Autor	Descripción	Código
- refundación.		La Tribu	1997 con parte de las ideas para la refundación	
Artística	1997d	Colectivo La Tribu	Documento de trabajo y reflexión sobre la artística institucional	DTN11/97
Reunión de refundación 17 de mayo-24 de mayo	1997h	Colectivo La Tribu	Memos de reuniones para la refundación	DTN12/97
La Tribu. Resultado de la discusión grupo Mena-Valls 2/11/97	1997e	Colectivo La Tribu	Discusiones e ideas de refundación	DTN13/97
Clínica 2-11. 2/11/97	1997f	Colectivo La Tribu	Discusiones e ideas de refundación	DTN14/97
En 1999, diez años de comunicación	1997g	Colectivo La Tribu	Reflexión y proyección hacia los diez años de la emisora	DTN15/97
La Tribu. Buenos Aires, Argentina	1997j	Colectivo La Tribu	Presentación institucional borrador	DTN16/97
La Tribu. 1989-1997. Un balance telegráfico, año por año	1997k	Colectivo La Tribu	Breve historia de La Tribu en ítems y esquemas por año.	DTN17/97
Síntesis reuniones nov97-may98	1998A	Colectivo La Tribu	Reuniones de trabajo de gestión	DTN18/98
Comunicación Institucional junio 98	1998b	Colectivo La Tribu	Documento de trabajo de objetivos, tareas y planificación de la comunicación institucional	DTN19/98
Para la prensa	1999	Colectivo	Documento de ideas para	DTN20/99

Título	Año	Autor	Descripción	Código
		La Tribu	la comunicación institucional del proyecto La Tribu	
FM 88.7Mhz – Espacio cultural	2000	Colectivo La Tribu	Documento presentación sobre La Tribu y la comunicación alternativa	DTN21/00
Artística nueva. 21 de mayo de 2001	2001	Colectivo La Tribu	Documento de creación de artística	DTN22/01
Memoria plenario 2004	2004b	Colectivo La Tribu	Memoria de plenario del año 2004	DTN23/04
Amigos del concepto	2004c	Colectivo La Tribu	Documento de lluvia de ideas para artística institucional	DTN24/04

3. Tabla de entrevistas

Número	Nombre	Período de participación	Roles	Fecha
1	Gustavo Hoffman	mediados 2000-actualidad	Editor, estudio de grabación	6/10/21
2	Ernesto Lamas	1989-2009	Fundador, director, gestión	14/10/21
3	Diego Skliar	2006-2018	Ex director, gestión, artística institucional	14/10/21
4	Gastón Montells	1994-2009	Ex director, gestión, artística institucional	18/10/21
5	Alejandro Demasi	2010-actualidad	Gestión, artística institucional	21/10/21
6	Ximena Tordini	1998-2011	Gestión, comunicación institucional, artística	24/2/22

			institucional	
7	Larisa Kejval	1995-2011	Gestión, capacitación	10/3/22
8	Damián Valls	1989-2003/2004	Fundador, ex director, artística institucional, voz institucional	22/3/22
9	Claudio Vívori	1989-mediados década 2000	Fundador, gestión, área política	28/7/22

Los textos completos de las entrevistas pueden consultarse en <https://bit.ly/3FjVw5>

4. Corpus sonoro

El corpus sonoro, descrito en el apartado 2.2.4, puede descargarse de: <https://bit.ly/3rU1J0N>