

## **Radios platenses en pandemia. Análisis de tres experiencias desde una perspectiva de derechos (2019-2022)**

*La Plata radio stations during the pandemic: Analysis of three experiences from a Human Rights perspective (2019-2022)*

**Clarisa Inés FERNÁNDEZ\***

**Mariana DEL MÁRMOL\*\***

**Virginia CÁNEVA\*\*\***

### **RESUMEN**

El presente trabajo estudia el acceso y ejercicio de los derechos comunicacionales entre los años 2019-2022, a partir del análisis de tres radios de la ciudad de La Plata (provincia de Buenos Aires) pertenecientes al ámbito comunitario, público y privado. A partir de una metodología cualitativa que incluyó la realización de entrevistas semi estructuradas (virtuales y presenciales) y estrategias de análisis documental, se analizaron dimensiones vinculadas a las desigualdades en el ejercicio de los derechos comunicacionales, los obstáculos para su cumplimiento y las políticas públicas que emergieron en ese periodo en pos de garantizarlos. Concluimos que la pandemia profundizó las desigualdades respecto del goce a la diversidad de contenidos en el escenario radiofónico local, a la vez que continuó la centralidad comunicacional en manos de empresas multimediales, más allá de que las audiencias reforzaron el vínculo con las tres emisoras analizadas. Frente a la ausencia de políticas públicas destinadas a radios comunitarias y privadas, observamos que las emisoras con una trayectoria institucionalizada, vínculos con redes, organizaciones regionales y federales, contaron con mayores recursos para hacer frente al escenario pandémico. Con relación a los obstáculos para el ejercicio de los derechos comunicacionales, observamos que se encuentran ligados a las políticas regresivas implementadas durante los años previos, así como a la falta de subsidios específicos para el sector. Como emergentes reconocemos transformaciones en las lógicas de trabajo, sobre todo en las instancias de producción y emisión, algunas de las cuales forman parte de las rutinas actuales.

**Palabras clave:** derechos comunicacionales; radios; desigualdades; políticas; obstáculos.

\* Dra. en Ciencias Sociales, Investigadora Adjunta en CONICET. Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IDIHCS) CONICET-UNLP. Contacto: clarisainesfernandez@gmail.com

\*\* Dra en Antropología, Investigadora Asistente en CONICET. Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IDIHCS) CONICET-UNLP. Contacto: marianadelmarmol@gmail.com

\*\*\* Dra. en Comunicación. Laboratorio de Investigaciones en Lazos Socio Urbanos UNLP- Asociado CICPBA. Contacto: vir.caneva@gmail.com

## ABSTRACT

This paper studies access to and exercise of communication rights between 2019 and 2022, based on the analysis of three community, public, and private radio stations in the city of La Plata (Buenos Aires province, Argentina). Using a qualitative methodology that included semi-structured interviews (virtual and face-to-face) and documentary analysis strategies, the authors analyzed dimensions related to inequalities in the exercise of communication rights, obstacles to their fulfillment, and the public policies that emerged during that period to guarantee these rights. We conclude that the pandemic deepened inequalities regarding the enjoyment of diverse content in the local radio scene, while maintaining the centrality of communication in the hands of multimedia companies, even though audiences strengthened their ties to the three stations analyzed. In the absence of public policies aimed at community and private radio stations, we observed that stations with an institutionalized track record and ties to networks and regional and federal organizations had greater resources to cope with the pandemic. Obstacles to the exercise of communication rights are linked to the regressive policies implemented during previous years as well as to the lack of specific subsidies for the sector. As emerging markets, we observe transformations in work logic, especially in the production and broadcasting arenas, some of which are part of current routines.

Key words: communication rights; radios; inequalities; policies; obstacles.

## Introducción

El presente artículo propone el análisis del acceso y ejercicio de los derechos comunicacionales en el periodo de Aislamiento y Distanciamiento Social y Obligatorio (ASPO y DISPO) por la pandemia de COVID-19, considerando, además, un año anterior y uno posterior (2019 - 2022). A partir de esta pregunta, abordaremos tres ejes específicos: las desigualdades en el ejercicio de los derechos, las políticas que se implementaron para garantizarlos y los obstáculos que impidieron su cumplimiento. En ese marco, establecimos un recorte geográfico -la ciudad de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, Argentina- y un actor específico dentro del sistema de medios local: la radio. Con el objetivo de construir un corpus abarcable y pasible de comparación, tomamos los casos de tres radios con distintos perfiles: una radio universitaria-pública, una radio de gestión comunitaria y otra de gestión privada con fines de lucro.

Este trabajo constituye uno de los resultados del Proyecto de Investigación Plurianual “Derechos a la comunicación, la cultura y digitales en Argentina. Cambios y desigualdades durante y después de la pandemia, el aislamiento y el distanciamiento obligatorios”<sup>1</sup> que lleva adelante la Red Argentina de Investigadores e Investigadoras en Comunicación y Cultura con Enfoque de Derechos (RAICCED), de la cual formamos parte.

## Coordenadas teórico-metodológicas

### **Conceptos estructuradores**

---

<sup>1</sup> El proyecto se propuso construir un aporte respecto del acceso a los derechos (culturales, comunicacionales y digitales) en el marco de la pandemia por COVID-19, así como dar cuenta de los efectos que tuvieron las medidas de Aislamiento y Distanciamientos Preventivo Obligatorio (ASPO y DISPO) en el ejercicio de esos derechos. El proyecto es financiado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, la composición del equipo de trabajo representa a la totalidad de las regiones de la Argentina y es dirigido por la Dra. María Soledad Segura.

Partimos de entender a la comunicación en articulación con lo cultural en sentido amplio, en tanto instancias de producción de sentido que no se circunscriben a los medios de comunicación, sino que abarcan procesos protagonizados por sujetos en sus prácticas cotidianas, en instituciones y diversos espacios de la vida social. En esos espacios culturales-comunicativos se construyen las identidades sociales (Barbero, 1981; Margulis; Lewin y Urresti, 2014) y emergen desigualdades a las cuales consideramos como asimetrías ilegítimas (Carniglia, 2023).

Así, cuando hablamos del derecho a la comunicación nos referimos tanto a una dimensión normativa presente en el Sistema Internacional e Interamericano de Derechos Humanos<sup>2</sup>, como los emitidos por el Informe Mc Bride (1980)<sup>3</sup>. Este derecho implica garantizar el acceso al consumo y producción de medios; la participación social en gestión y producción de medios y en la definición de políticas de radiodifusión; la diversidad de contenidos en los medios y diversidad de participantes en el sistema mediático; y la equidad en la distribución de la información entre naciones, regiones de un país, poderes políticos, comunidades culturales, entidades económicas y grupos sociales (Segura et. al, 2023).

El derecho a la comunicación es transversal, en tanto tiene que estar garantizado para poder acceder al resto de los derechos (De Charras et al., 2013).

Consideramos a las desigualdades en el acceso y ejercicio de los derechos como asimetrías ilegítimas, en tanto éstas señalan el no cumplimiento del carácter universal de esos derechos. Actúan allí diversos actores con poder desigual, entre ellos el Estado y el mercado, que intervienen generando obstáculos u ofreciendo garantías de los derechos comunicacionales. Las desigualdades se pueden registrar a partir de una serie de dimensiones: 1) el acceso a la recepción y consumo de medios, 2) participación, 3) diversidad y 4) equidad. Respecto de las políticas públicas que buscan garantizar los derechos señalamos aquellas de: 1) Promoción de la diversidad estructural del sistema de medios, 2) las del fomento a la sostenibilidad de los medios, 3) las que promueven la diversidad de contenidos, 4) las que distribuyen la publicación y regulan la publicidad oficial y la 5) participación social en la formulación de políticas. Por último, identificamos una serie de obstáculos para la garantía de estos derechos: 1) Concentración de medios; 2) Precarización laboral de los/as trabajadores/as; 3) Limitaciones en el acceso a la información, 4) Difusión de noticias falsas y discursos discriminadores; 5) Censura e inducción a la autocensura; 6) uso de la pauta oficial y la publicidad comercial como presión a los medios y la 7) violencia física contra periodistas (Segura, et. al, 2023).

Si bien no todas estas dimensiones se encuentran presentes en nuestro análisis, las mismas nos permiten partir de una base analítica común para el estudio comparativo que realiza RAICCED.

## **Metodología**

Las dimensiones a través de las cuáles analizaremos las desigualdades, las políticas y los obstáculos, responden a una matriz teórico-metodológica elaborada en el marco de la RAICCED (Segura, Longo y Fernández, 2023).<sup>4</sup> Construimos una serie de indicadores que

<sup>2</sup> Art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, art. 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y su interpretación por parte de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, el art. 13 Convención sobre Derechos del Niño; entre otras.

<sup>3</sup> Por ejemplo: a) el derecho de reunión, de discusión de participación, y los derechos de asociación relacionados; b) el derecho de inquirir, de estar informado, de informar, y los derechos de información relacionados, y c) el derecho a la cultura, a la elección, a la intimidad, y los derechos de desarrollo humano relacionados, entre otros.

<sup>4</sup> Para la transcripción de entrevistas automatizadas y el Programa de procesamiento de datos Saturar, contamos con la capacitación y asesoramiento continuo de Valentín Basel (2024), del CIECS-CONICET Y UNC, y recursos computacionales del CCAD-UNC. Además, la ayuda del Grupo técnico dentro de RAICCED resultó vital para las instancias de procesamiento.

operativizan esas dimensiones para volverlas “comparables”: a) las *desigualdades* en el goce de la diversidad por restricción o dificultades para producir contenidos (temas, formatos, etc.) y la reducción de programación; b) las *políticas* de promoción de la diversidad del sistema de medios mediante su legalización y el fomento a su sostenibilidad (a través de subsidios, desgravamiento impositivo u otros beneficios económicos) y las políticas de promoción de la diversidad a través del fomento a la producción de contenidos, y c) los *obstáculos* para el ejercicio de derechos comunicacionales derivados de la carencia o insuficiencia de este tipo de políticas. A estos indicadores sumamos un apartado de emergentes y aprendizajes donde exploramos características estructurales de los casos, que les permitieron transitar los períodos más críticos de la pandemia y/o salir fortalecidos a partir de la adopción de nuevas prácticas.

El corpus de trabajo incluye tres radios de La Plata (2019-2022) pertenecientes a sectores diferentes, donde realizamos entrevistas a: Maximiliano Pérez, director de contenidos de Radio La Plata (una radio privada de pequeña escala) y conductor del programa Código Baires desde hace más de 12 años. Pablo Antonini, presidente de la Federación de Radios Comunitarias (FARCO) y director de Estación Sur, una radio comunitaria que funciona desde el año 2005 y en la actualidad transmite desde el Centro Cultural Daniel Omar Favero. Por último, Gabriel Morini, director de Radio Universidad de La Plata, pionera entre las radios universitarias de la región. Los testimonios cubren los tres sectores que abordamos desde el proyecto: sector público, privado y comunitario. Además, incluimos una entrevista a Gustavo López, ex director del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), quien aporta una mirada nacional de la comunicación en el periodo de pandemia. Las entrevistas fueron realizadas entre los años 2023-2024, algunas en forma virtual y otras presenciales, a partir de criterios de selección acordados dentro de RAICCED. En ese marco, se entrevistaron referentes que ocuparon puestos de gestión o roles de coordinación que pudieran brindar información de mayor alcance sobre el sector a partir de las dimensiones de análisis establecidas.

## Antecedentes y contexto

En marzo del año 2020 el gobierno nacional declaró el Aislamiento y Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO y DISPO)<sup>5</sup>, lo cual modificó la dinámica social general de la población. Los servicios de comunicación audiovisual fueron declarados como actividad esencial considerada de interés público, por lo que el Ente Nacional de Comunicación (ENACOM), expresó en la Resolución 1054/2020 que la actividad es “de carácter fundamental y de especial relevancia en el contexto de emergencia sanitaria que atraviesa el país” (Segura et. al, 2023, p. 51).

Numerosos trabajos abordaron el análisis de la situación de los medios de comunicación en pandemia a partir de ejes, actores, prácticas o sectores específicos. Marino y Espada (2022) analizaron el impacto de la pandemia en los consumos informativos y culturales. Iovanna Caissón, Navarro Nicoletti y Estrella (2022) estudiaron el rol de los medios comunitarios de la Argentina durante la pandemia, concluyendo que las mismas produjeron información local, pero además fueron cruciales para el sostenimiento de los comedores y la educación a distancia. A su vez, señalan que, en el caso de los medios audiovisuales comunitarios, durante la pandemia coadyuvaron a fortalecer las buenas prácticas informativas y profundizaron su rol sociocomunitario.

Villamayor y Vinelli (2023) afirman que, de las radios públicas y no lucrativas relevadas en su trabajo (558), más de 70 % desarrolló actividades de continuidad educativa, más de 60 % transmitió “Seguimos educando”<sup>6</sup>, más del 10 % transmitió iniciativas provinciales y más del

<sup>5</sup> A través del Decreto de Necesidad de Urgencia N° 297/2020.

<sup>6</sup> El Programa “Seguimos educando” fue una propuesta impulsada por el Ministerio de Educación de la Nación durante la pandemia, que consistió en la creación de una plataforma que reunía materiales, recursos e ideas en pos de acompañar la continuidad educativa durante el periodo de ASPO y DISPO. Se articuló con contenidos de

9 %, municipales.

Bernardo (2021) estudia específicamente el canal Paka Paka y señala que durante el ASPO “Pakapaka estrena la nueva programación que se complementa con las 8 horas de contenido específicamente ligado a currícula escolar, donde es posible observar como tendencia la generación de contenidos locales” (p. 10). Así, afirma que estas iniciativas están orientadas a garantizar el ejercicio de derechos en la niñez.

Por otro lado, distintas organizaciones sociales, sindicatos e instituciones de la sociedad civil generaron relevamientos del estado del sector durante la pandemia. El Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) publicó el informe “El periodismo en pandemia: desinformación, *lawfare* y libertad de expresión en Argentina 2021”, que muestra los resultados del Monitoreo de FOPEA en 2020 respecto de violaciones a la libertad de expresión, agresiones e intimidaciones. El Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA) realizó en 2021 un relevamiento de las condiciones laborales integrales de trabajadores/as de 95 medios de comunicación (Públicos, Privados y Autogestivos) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde señala que el contexto de pandemia de COVID-19 profundizó la situación de precarización laboral que ya existía en el sector.

Milito et al. (2020) relevan las transformaciones de cinco radios platenses durante la pandemia, entre las cuales se encuentran Radio Estación Sur y Radio Universidad. El trabajo propone la categoría de *programas especiales de emergencia*, “los cuales se diseñan ante una excepcionalidad radical. Son producciones que aparecen en cualquier momento, y pueden sostenerse por un tiempo limitado mientras dura una emergencia” (Milito et al., 2020, p. 7). Allí señalan la transformación de la programación de Radio Universidad de La Plata durante la pandemia, con la suspensión de la programación regular, y junto con la música y los boletines la planificación de tres programas especiales de emergencia; también incluye el análisis del uso de las redes sociales y su impacto en la interacción con la comunidad de oyentes. Si bien es un antecedente relevante, el informe es meramente descriptivo y no analiza las dimensiones que proponemos en este artículo.

Otras investigaciones caracterizan los diferentes tipos de radios. Las radios universitarias han sido definidas por su doble inscripción, al pertenecer al sistema de educación superior y al sistema de medios públicos (Casajus, 2011; Gardella y Sandoval, 2023). Esto determina algunas particularidades respecto de “sus modalidades de gestión, sus fuentes de financiamiento, los actores que participan en ellas, su sentido territorial, las temáticas que forman parte de su programación y las audiencias a las que se dirigen” (Cravé y Colucci, 2023, p. 33). Si bien cada una tiene su identidad, suelen ser espacios privilegiados tanto para la divulgación científica como para la articulación académica.

Radio de la Universidad Nacional de La Plata fue fundada en 1924 -a menos de cuatro años de la primera transmisión radiofónica nacional- y fue la primera radio universitaria de nuestra región y del mundo. Durante la presidencia de Raúl Alfonsín (1983-1989) se otorgaron licencias a numerosas universidades y también durante las gestiones de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), en el marco de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y de la creación de nuevas universidades públicas nacionales. Desde 1998, las radios universitarias se reúnen en la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), que en la actualidad reúne a más de 60 emisoras (Cravé y Colucci, 2023).

Las radios comunitarias son medios de comunicación sin fines de lucro que se caracterizan por su gestión democrática y participativa. Suelen ser impulsadas por organizaciones con anclaje territorial y perspectiva participativa tales como movimientos sociales y culturales, sindicatos, escuelas, cooperativas, movimientos políticos y organizaciones no gubernamentales (Villamayor, 2014; Doyle et al., 2023). En Argentina se reúnen desde 1986

---

TV, de radio, una serie de cuadernillos y materiales digitales. Mencionaremos este programa más adelante en el artículo.

en FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), integrado hoy por 120 radios asociadas. FARCO define la particularidad de las radios comunitarias por su carácter popular y participativo, en tanto no se trata necesariamente de radios pequeñas, precarias o de baja potencia, ni tampoco específicamente locales. En ese sentido, estas radios se definen por “su forma de propiedad, junto con sus objetivos, misión y forma de organizarse” (FARCO, 2014, s/p). La Radio Estación Sur cuenta con veinte años de trayectoria y es la novena en audiencia en La Plata (Gratti et al.; 2023). Su representante la define como un medio comunitario y popular: “Comunitario porque es de propiedad social (...) y popular, por su agenda” (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023).

Por último, los prestadores privados con fines de lucro o comerciales se diferencian de los medios comunitarios por el tipo de propiedad (que recae sobre una persona o grupo económico) y por la búsqueda de la rentabilidad económica del proyecto. Si bien estos medios están representados por la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA), nuestro caso, Radio La Plata, no se encuentra asociada a ella, lo cual podría estar vinculado con la percepción de su director acerca de las dificultades para la asociatividad que se presentan en el sector de los medios privados: “el sector comunitario tiene solidaridad, el sector público es el público y el privado está todo el tiempo peleado” (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024).

Más allá de las diferencias, los tres medios analizados comparten su inscripción dentro del ámbito de la comunicación alternativa y el hecho de ser medios locales.

Pérez, del medio privado, distingue su proyecto de la propuesta de los grandes conglomerados mediáticos que emergen “de las luces de Palermo”, metáfora que utiliza para referirse a los medios anclados en CABA que buscan un alcance nacional. Define a Radio La Plata como un medio “de proximidad o cercanía” y como parte de los “medios alternativos” que se diferencian de los grandes medios.

Antonini, de Radio Estación Sur, aclara que “hacemos comunicación alternativa en la práctica, pero lo alternativo define un hacer, no un ser (...) por lo tanto, definirte como alternativa es definirte en relación siempre a un otro que siempre va a ser más grande que vos” (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023).

El director de la radio universitaria se refiere a la responsabilidad de tener una mirada crítica respecto del contenido producido por los grandes medios. A su vez, las radios universitarias son ubicadas dentro del ámbito de lo alternativo por la literatura especializada. Casajus (2011) las define como “participativas, frescas, plurales y abiertas a la comunidad (...) un espacio de comunicación alternativo” (p. 87).

Desde esta inscripción las radios conviven en un complejo y robusto ecosistema de medios local. Al tratarse de la capital provincial, el sector público se encuentra representado por radios municipales, provinciales y nacionales. El sector privado con fines lucrativos abarca un amplio espectro entre radios pertenecientes a multimedios tradicionales de la ciudad y emisoras de mediano y bajo alcance desde el punto de vista de su estructura y potencia. El sector comunitario expresa también una heterogeneidad que incluye radios con diversos niveles de institucionalización y formalización, emisoras que se constituyen como proyectos político-comunicacionales y otras que complementan funciones de organizaciones sociales, colectividades y asociaciones, en este sector el alcance y la potencia también son diversos.

Si bien este trabajo se aboca a la radiodifusión, el escenario de lo digital configura los modos de circulación de los contenidos radiofónicos. Las tres emisoras analizadas cuentan con contenidos digitales que distribuyen en redes sociales, páginas web y portales de noticias. La posibilidad narrativa de propagabilidad de contenidos sumado a la necesidad de competencia por conquistar o consolidar las audiencias transformó las estrategias comunicacionales de las emisoras, situación atravesada por los desafíos de la pandemia. Así, asistimos a lo que Pérez define como un momento de diversificación en la oferta comunicacional: “Existe en La Plata un fenómeno de producción de información y consumo

de información por localidad y barrios que se observa en pequeñas radios y portales” (Pérez, comunicación virtual, mayo 2024).

Desde Radio Estación Sur, Antonini señala “Somos una radio que también tiene un portal y produce audiovisualmente, transmitimos por *streaming*, hacemos redes (...) todo el tema de los formatos se mezcla cada vez más” (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023).

Experiencias como la descrita están presentes en las estrategias comunicacionales de Radio Universidad, que además produce y difunde contenidos audiovisuales desde la señal de TV Universidad y las redes sociales digitales que completan las políticas de la Prosecretaría de medios de la UNLP. Por su parte, Pérez es también responsable del portal de noticias Código Baires, en este sentido las prácticas comunicacionales de las cuales participa incluyen narrativas sonoras, audiovisuales y multimediales.

## **Derechos comunicacionales: restricciones, desafíos y emergentes**

### ***Desigualdades***

La pandemia tuvo sus consecuencias en las rutinas de trabajo de las emisoras radiales, que modificaron prácticas de producción, circulación y consumo de contenidos. En este sentido, se advierten desigualdades en el goce de la diversidad por restricción o dificultades para producir contenidos, siendo el principal factor la reducción de programación. Esto ha sido vivido de manera diferenciada según la propiedad de los medios, pero existieron, también, situaciones diversas al interior de cada actor. Al mismo tiempo, la restricción de contenidos mutó durante el periodo estudiado: durante el ASPO y DISPO las emisoras combinaron la circulación de contenidos incluyendo modalidades de producción remota grabada, remota con fragmentos en vivo, vivo con fragmentos en directo y en estudio, hasta lograr la totalidad de la producción en vivo directo y en estudio. En el momento de producción remota, la estrategia fue la adecuación de espacios en el hogar para las tareas de producción, grabado y edición. En los programas que combinaban el vivo y directo al dispositivo anterior se sumó el trabajo en “burbujas” por turno, pero continuó siendo reducida la cantidad de programación ofrecida. En Radio Universidad el contexto obligó a sintetizar las programaciones de ambas emisoras -AM y FM- en una programación corta, con alta presencia de contenido enlatado y material de archivo.

Dentro del amplio espectro de radios de gestión comunitaria se observan dos situaciones de mayor complejidad en el periodo de pandemia. Por un lado, las radios que venían golpeadas por la implementación de políticas por parte de Mauricio Macri, que atentaron directamente sobre su funcionamiento, y las condiciones propias de la pandemia las “terminó de destruir” (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023) impulsando al consecuente cierre de las emisoras. Por otro lado, las radios comunitarias que forman parte de proyectos colectivos cuya razón de ser no es netamente comunicacional, tuvieron uno o dos años con una programación mínima, y con el tiempo se fueron reconstituyendo (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023). Esto se debe, principalmente, a que las organizaciones estaban abocadas a las tareas de asistencia concreta en barrios vulnerados de la ciudad y tenían otras urgencias.

Así, la imposibilidad de producir programas en el estudio de radio profundizó desigualdades que afectaron el goce a la diversidad de contenidos, lo cual se evidencia en la circulación limitada en cantidad de horas de contenido emitido, pero también en las temáticas. Los entrevistados señalan la centralidad de algunos temas los de salud, noticias falsas y cultura. Al respecto, Pérez afirma que la circulación y el abanico de contenidos fueron limitados ya que se acortaron sensiblemente los temas, aunque “hubo una búsqueda de nuevos contenidos que tenían que reemplazar lo que no estaba y aparecieron nuevos protagonistas” (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024). En esa línea, Morini apunta que notaron una mayor demanda del público en coberturas sobre salud y cuidado, a la vez que hubo “un

consumo de producción cultural inédito vinculado con las horas de ocio y una demanda para desmontar la noticia falsa” (Morini; comunicación personal, noviembre de 2023).

En la programación de Radio estación Sur, la referencia a la pandemia estuvo presente en diversidad de formatos que tradicionalmente tienen carácter informativo como las entrevistas, columnas y editoriales, aunque también en spots oficiales, de FARCO y otros producidos por la propia emisora. Identificamos la elaboración de un boletín que se realiza entre las emisoras locales que componen FARCO, así como también un informe regional, lo cual revaloriza el papel de la producción colectiva de contenidos, el trabajo en red y la participación institucionalizada en espacios de referencia nacional como FARCO.

La restricción en el goce a la diversidad de contenidos tuvo, al mismo tiempo, a las audiencias como protagonistas, en tanto los tres entrevistados entienden que la centralidad temática no respondió sólo a la agenda de producción, sino también a las demandas de sus audiencias. Pérez describe a su audiencia como “un público que ‘bancaba’ las medidas de aislamiento, pero que al mismo tiempo demandaba insumos para entender por qué se tenía que seguir así” (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024). Observamos que también existieron desigualdades en el acceso a la recepción y consumo de los medios por motivos de infraestructura, específicamente en la imposibilidad de ocupar el estudio de radio habitual. Morini recuerda que en ese primer momento el vínculo con las audiencias se perdió: “eso lo perdimos durante bastante tiempo porque no podíamos centralizar en los lugares habituales de intercambio, que son los *WhatsApp* de las dos frecuencias y los canales habituales de intercambio. Fue una de las primeras ausencias” (Morini, comunicación personal, mayo de 2024).

A partir de lo anterior, vemos que la situación pandémica y las acciones adoptadas para hacerle frente han tenido diferentes implicancias para cada una de las emisoras. Para Morini, el peso de la centralización del edificio en el cual Radio Universidad se aloja, promovió las desigualdades en el goce de la diversidad por tipo de propiedad de medios: “esa centralización del edificio no nos daba una autarquía funcional a la que nosotros veníamos acostumbrados, porque no teníamos la llave del edificio, no podíamos disponer de la entrada y la salida” (comunicación personal, mayo de 2024). Si bien el director reconoce que este aspecto profundizó la desigualdad en el goce de las audiencias, sostiene que la Universidad se posicionó con claridad en el cuidado colectivo de la ciudadanía en su conjunto y el cumplimiento de las medidas de ASPO y DISPO.

Otro aspecto vinculado a la desigualdad en el goce de la diversidad de contenidos, se vincula con la concentración en la producción de grandes medios, ya que en el periodo de pandemia no se observan cambios respecto del lugar protagónico que ocupan las empresas multimediales. En palabras de Pérez “los grandes monopolios de medios encontraron la forma de seguir teniendo el control, que fue a través de los medios digitales como los servicios de *streaming*, que favorecieron que se siguiera concentrando la comunicación” (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024). En este sentido, el periodista de Código Baires reconoce el esfuerzo que los ‘medios alternativos’ del sector privado realizaron para continuar su labor en ese contexto.

### ***Políticas públicas y obstáculos***

Otros dos ejes de análisis que abordamos en el estudio refieren, por un lado, a las políticas públicas comunicacionales que se desplegaron en el periodo estudiado, tendientes a garantizar el acceso y ejercicio de los derechos en este campo, y por el otro, a los obstáculos que impidieron el cumplimiento de esos derechos. Analizaremos estas dimensiones en conjunto.

En una breve reconstrucción del corpus de reglamentaciones vinculadas al derecho a la comunicación que existían previo a la pandemia, identificamos la LSCA ya mencionada (2009) y modificada con un criterio regresivo en término de derechos, por los decretos N°



267/2015 y 1340/2016 impulsados por la Alianza Cambiemos entre 2015 y 2016. Por otro lado, la Ley Nacional nº 27275 de Acceso a la Información Pública y su correlato en la provincia de Buenos Aires, con la Ley Nº12475 (2000).

Nuestros entrevistados resaltan el retroceso en las políticas que se produjo durante la gestión de la alianza Cambiemos, como la principal fuente de obstáculos para el sostenimiento de los proyectos antes y durante la pandemia. Antonini señala que, en aquel período, no sólo se produjeron las modificaciones mencionadas en la LSCA, sino que además se discontinuó el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), la política de apoyo que más directamente se orientaba a las radios comunitarias y se restringió la pauta oficial. Además, mencionan que, a nivel municipal, muchas radios comunitarias sufrieron clausuras, ligadas a otro tipo de obstáculos, derivados, también de una falencia en las políticas: aquellos referidos a las dificultades para regular y legalizar los proyectos. Antonini explica que Estación Sur logró obtener su licencia gracias a que ingresó en un proceso de normalización que se realizó en diciembre del año 2005, cuando la radio llevaba apenas unos meses funcionando. Pero que desde aquel momento no se ha implementado ninguna otra política que permita la normalización de las radios que se crearon de allí en adelante, de modo que muchísimas radios comunitarias que se crearon durante los últimos veinte años no han podido obtener licencias:

Quando volvió el peronismo al poder fuimos con muchas ganas de que hubiera habido un balance de la experiencia realizada y de que se avanzara en la normalización de las radios que quedaron afuera, lamentablemente no lo logramos y siguen todas las radios de las grandes ciudades con fecha de nacimiento posterior al año 2005 sin licencia. Pero bueno nosotros somos de las que por unos meses en la fecha de nacimiento si tenemos licencia (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023).

A esta situación se suma una relación tensa con el gobierno municipal (que entre 2015 y 2023 también estuvo a cargo del Pro/Cambiemos), cuya actitud respecto de las radios comunitarias Antonini califica en términos de “discriminación”, dado que no sólo no brindó apoyos ni contribuyó a su normalización, sino que, además en muchos casos, promovió su clausura.

De este modo, la pandemia encontró a las radios comunitarias ya golpeadas por cuatro años de una gestión que promovió políticas recesivas y discontinuó el fondo de financiamiento que sostenía gran parte de estos proyectos, una situación que recién se regularizó pasados algunos meses de la siguiente gestión de gobierno.

La pandemia coincidió con el inicio del gobierno (...) una política que siempre reivindicamos y que un poco construimos desde las radios y FARCO fue la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que de 4% logramos subir a un 10% el FOMECA. Al principio de la pandemia estaba parado porque recién empezaba la gestión, había trabas burocráticas y esa ausencia se sintió, teníamos proyectos ganados y trabados. Después eso se fue acomodando (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023).

En este contexto, el entrevistado destaca que las radios que pudieron hacer frente a la pandemia fueron aquellas que contaban con bases sólidas y un grado de institucionalización suficiente para sostenerse, mientras que muchas otras cerraron, especialmente aquellas que ya venían debilitadas del período anterior. A su vez, señala que no existen registros

oficiales ni producidos por organizaciones sociales que den cuenta de la pérdida de estos proyectos sociocomunicacionales.

En función de lo anterior, observamos que en pandemia se promovieron legislaciones tendientes a garantizar los derechos comunicacionales a nivel nacional, como las medidas del Estado argentino para la protección de los Derechos Humanos durante la pandemia del Covid-19 (2021), el reconocimiento de los medios operativos en todas las provincias del país, como “actores de difusión de la pauta oficial, tengan o no licencia”<sup>7</sup> y el Decreto de Necesidad y Urgencia Nº 690 -en la actualidad suspendido por La Libertad Avanza- donde se declararon esenciales los servicios públicos a la telefonía celular, los servicios de internet y la televisión paga, congelándose hasta el 31 de diciembre de ese año las tarifas de los tres servicios. Sin embargo, estas políticas se orientaron más a la protección de los derechos de los consumidores que al sostén de los proyectos y a los trabajadores de los medios.

En los informes publicados por RAICCED (Segura et. al, 2023), se señalan las modificaciones a las convocatorias del FOMECA que, en 2020 y 2021, abrieron nuevas líneas para productoras y medios no lucrativos y de pueblos originarios del país, “siendo dicha gestión la que obtuvo la mejor performance desde los inicios del FOMECA” (Segura et al, 2023, p.52). Sin embargo, esta apertura no fue percibida por nuestros entrevistados, quienes pusieron el foco más fuertemente en los efectos de la discontinuidad de este programa durante la gestión macrista y la demora en su reactivación durante el primer tiempo de la gestión de Alberto Fernández (2019-2023).

Al mismo tiempo, se promovieron una serie de políticas públicas orientadas a la regulación de las condiciones de trabajo o de asistencia al ingreso que, de una manera u otra, tuvieron injerencia en el sector mediático. La Ley de Teletrabajo (2020), el DNU 329 que prohibió frente a la emergencia el despido sin causa justa; el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) y el Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) (Segura, et. al 2023). No obstante, estas medidas no alcanzaron a todos los sectores comunicacionales de la misma manera, en tanto para acceder a cada uno de estos beneficios era necesario cumplir con una serie de requisitos.

De este modo, si pensamos en políticas de promoción de diversidad del sistema de medios mediante el fomento de su sostenibilidad, hay una coincidencia entre las radios de los tres sectores en afirmar que se vivió un momento de gran desamparo al comenzar la pandemia, donde se brindaron algunas ayudas “indirectas” que no lo lograron cubrir las pérdidas y sostener de manera adecuada la actividad. En el caso de las radios comunitarias, Antonini afirma que “los primeros momentos sobre todo fueron muy complicados en ese sentido, no hubo una política pensada para los medios comunitarios, pero más o menos con algunos aspectos de diferentes políticas existentes o que se pudieron impulsar, hubo una presencia del Estado” (Antonini, comunicación personal, noviembre de 2023). En el caso de Estación Sur, no pudieron acceder al IFE y al ATP porque son Asociación Civil. Antonini afirma:

El ATP era un complemento, pero para lo cual era requisito tener una formalización como empresa, que obviamente no somos, o en algunos casos, como cooperativas (...) Por más que en la práctica lo seamos y funcionemos de manera cooperativa no lo somos formalmente, y eso nos dificultaba el acceso a ese tipo de programas (Antonini; comunicación personal, noviembre de 2023).

---

<sup>7</sup> Por esta misma resolución, se modificó, también, el sistema de ingreso de prestadores a la pauta publicitaria, lo que habilitó el ingreso masivo de medios con y sin fines de lucro a la pauta oficial, portales de noticias y sitios webs de medios de comunicación.

En ese sentido, el entrevistado señala que solo se consiguieron altas del Programa Potenciar Trabajo<sup>8</sup> para algunas personas. Pérez también señala la ausencia de políticas específicas que acompañaran al sector privado comunicacional, que se había declarado esencial, y pone el foco en los obstáculos para el financiamiento que marcaron los primeros meses del período de aislamiento.

En aquel momento la caída de ingresos fue brutal en la pandemia, los primeros tres meses, de hecho, tuve una reunión con mi socio y hubo un momento en el cual pensamos en bajar las persianas, porque los ingresos eran cero. Además, la pandemia nos declaró esenciales, pero no estábamos alcanzados por ninguno de los beneficios. Entonces cuando fuimos a buscar un crédito a tasa subsidiada nos dijeron que no, no había financiamiento. (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024).

Ahora bien, esta carencia percibida por nuestros entrevistados respecto de políticas de apoyo dirigidas al sostenimiento de los proyectos no implica que no se hayan desplegado otro tipo de políticas que involucraron al sector de la comunicación. Una iniciativa que tuvo fuerte impacto a nivel nacional fue el Programa “Seguimos estudiando”, que apuntaba a fortalecer la continuidad de la enseñanza a través de un sistema multiplataforma del portal *seguimoseducando.gob.ar* (Resolución 106/2020) que articuló con el Ministerio de Educación de la Nación, Educar S.A. y Contenidos Públicos S.A. Simultáneamente, se distribuyó material impreso para las comunidades educativas sin acceso a internet, priorizando a aquellas en situación de aislamiento, ruralidad y contextos de alta vulnerabilidad social. Respecto de las políticas de promoción de la diversidad a través del fomento a la producción de contenidos, registramos algunas que promovieron contenidos, principalmente a través de la televisión. En esa línea, Gustavo López, ex vicepresidente del ENACOM, señala que hubo gran producción de contenidos de la televisión pública como también de Radio Nacional: “había una programación especial, de contenidos específicos para niños, niñas y adolescentes (...) fue un esfuerzo muy grande que se hizo durante un año, con participación de medios provinciales y universitarios” (López; comunicación virtual, mayo de 2024).

Observamos una articulación entre las políticas de promoción de contenidos impulsadas por el Estado nacional, los medios provinciales y locales públicos. Sobre esto Morini señala que “el Ministerio de Educación de Nación empezó a emitir contenidos de educación a distancia y nos ofrecimos rápidamente, ofrecimos un segmento importante de la programación” (Morini; comunicación personal, mayo, de 2024).

En síntesis, observamos que lo que parece haber permitido a las radios sostenerse durante los primeros meses de la pandemia, reinventarse e incluso crecer en los meses posteriores fue la combinación entre ciertas fortalezas estructurales de cada uno de los proyectos y estrategias que les posibilitaron adecuarse (o incluso beneficiarse) de las condiciones particulares de aquel período. Exploramos estas cuestiones en el próximo apartado.

### ***Fortalezas, recursos y aprendizajes***

Una constante en el relato de los entrevistados refiere a ciertas condiciones estructurales de los proyectos que cada uno coordina, que les permitieron atravesar los períodos más críticos e incluso forjar nuevos recursos para crecer y adoptar prácticas novedosas que hoy ponderan como positivas.

En el caso de Radio Universidad, señalamos su extensa trayectoria y su plantel de más de 90 trabajadores/as, muchos de ellos/as en relación de dependencia con la UNLP, la cual mantuvo regularmente el pago de sueldos durante todo el período de aislamiento. A eso se sumó la renovación de gran parte de su equipamiento producto de una mudanza a un nuevo

<sup>8</sup> El Programa Potenciar Trabajo era un programa nacional de inclusión socio-productiva que buscaba la incorporación de personas de sectores vulnerables al mundo laboral. La gestión de La Libertad Avanza reemplazó este programa por los programas Volver al Trabajo y Acompañamiento Social.

edificio que comparte locación con el Canal de Televisión, el Centro de Arte y el Centro de Posgrado de la Universidad. Simultáneamente, muchos/as de los/as locutores/as (quienes, insistimos, contaban con sueldos estables y continuidad laboral garantizada) optaron por comprarse micrófonos hogareños de buena calidad o lograron acondicionar un sector de su casa para trabajar. Como señala Morini: “fue un proceso de construcción de dos radios modelo con muy buen equipamiento, garantía de hardware y micrófonos que sonaban muy bien. Hubo una complementariedad de buena voluntad más buen equipamiento” (Morini; comunicación personal, mayo de 2024).

Radio Estación Sur es un medio establecido que cuando sobrevino el contexto de ASPO contaba ya con una trayectoria de 15 años y equipamiento de calidad, que le permitió adecuarse a las nuevas condiciones.

En Radio La Plata, pasaron por un período sumamente crítico durante los primeros tres meses de aislamiento. Sin embargo, pasado ese primer momento, la necesidad de los comercios locales de retomar su actividad les permitió un incremento en la pauta comercial que les permitió un importante crecimiento tanto en términos de personal como de equipamiento:

Recién cuando se empezó a reactivar el esquema publicitario normalizamos los ingresos producto de una inyección publicitaria del sector comercial, privado, que empezó en el segundo año de la pandemia, a necesitar un mayor movimiento. Los bares, restaurantes, tiendas, grandes marcas, nunca tanta cantidad de agencias nos pidieron cotización como en ese momento, algo que para una radio como Radio La Plata no es tan común. Ahí se generó una inyección de recursos que nos permitió apalancar ese crecimiento y hacer una inversión más o menos sostenida (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024).

El entrevistado aclara, sin embargo, que “no llueven las inversiones”, sino que tiene que ver con la elaboración de un plan de negocios posible a partir de buscar el sostenimiento del volumen de oyentes “para que cuando decís algo al aire tenga su correspondiente rebote y eso genera un peso específico que lo hace atractivo también para el mundo de la publicidad” (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024).

Esta evaluación de Pérez acerca del crecimiento del ingreso derivado de la pauta comercial es acorde a la evaluación de la Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM), el cual indica que la inversión en publicidad creció en el año 2021 un 72% (en pesos) y un 27% (ponderado en dólares) respecto del año anterior. Una tendencia que se profundiza en 2022 evidenciando una recuperación aún mayor del mercado en la pospandemia (CAAM, 2022). Gracias a este impulso, la segunda etapa de la pandemia les permitió recuperarse de las dificultades iniciales y además realizar una inversión para mejorar la infraestructura, el equipamiento, locación y ampliar el equipo de trabajo en un 50 %. En ese sentido, Pérez agrega que: “tuvimos aciertos respecto de los criterios editoriales que estaban haciendo falta en esos momentos, empatizamos con un montón de gente (...) además tenés que distribuir el contenido en una multiplicidad de plataformas y cuidar esos nichos” (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024).

Otro eje en el que coinciden los tres entrevistados es el rotundo cambio en los modos de trabajo, la construcción de contenidos y los vínculos con las audiencias que impuso la pandemia, que en un principio se constituyeron como obstáculos pero que, pasado un tiempo, parecen haber dejado un saldo positivo.

En cuanto a los modos de trabajo, señalan como positivo el trabajo a distancia, ya sea para resolver un móvil o cubrir una escena a la que es difícil trasladarse, el encuentro con un entrevistado e incluso para resolver situaciones personales (como el cuidado familiar). Sin embargo, Morini señala una contracara de esto que es una profundización de la

precarización laboral, donde se desdibuja la distinción entre el tiempo libre y el tiempo de trabajo. Así, señala que: “nos dimos cuenta en abril del 2020 que se podía editar con el teléfono (...) y de algún modo es como que todos estamos activos no durante las 7 horas de trabajo diario, sino todo el día, es un poco espantoso eso” (Morini; comunicación personal, mayo de 2024).

La radio comunitaria señaló cómo el trabajo a distancia reduce los riesgos o la incomodidad de la presencialidad en el lugar de trabajo (durante la noche o los fines de semana) y a su vez implica una nueva política de distribución del equipamiento. Al respecto, Antonini apunta que “distribuimos micrófonos, auriculares, micrófonos buenos (...) se definió una política para que cada año se vea quiénes lo van a tener ese año” (Antonini, comunicación personal, noviembre de 2023).

En cuanto a los vínculos con la comunidad, los referentes de los tres medios coinciden en que, si bien mantener este lazo resultó un desafío durante el inicio de la pandemia, una vez que tanto radios como oyentes se adecuaron a las nuevas condiciones, el vínculo con los oyentes se fortaleció. Esta mayor demanda, que señalamos más arriba en el artículo, también estuvo ligada al redescubrimiento de la radio como “acompañamiento” y como medio de información confiable, aprovechando, además de la tradicional transmisión de aire y las nuevas modalidades habilitadas por el *streaming*, un aspecto destacado por Pérez. Sin embargo, la posibilidad de ser elegidos por cierta comunidad de oyentes dependió, en cierta manera, de poder contar con una base consolidada para atravesar el momento más crítico de la pandemia y responder a la demanda de información. Es así que, según Antonini, pudieron constituirse como un posible “espacio de información confiable, seria, responsable, que hizo que muchas audiencias nos descubrieran y nos eligieran en ese contexto, por contraposición a lo que podía escucharse y verse y leerse en otros lugares” (Antonini, comunicación personal, noviembre de 2023).

Pérez señala que “esa comunidad se sostuvo post pandemia (...) quedó constituida y cada tanto se amplía o se renueva”. Y que, si bien es algo que él percibe en su radio, no cree que sea algo particular de este proyecto, observa por el contrario que el redescubrimiento de la radio que se dio durante el período de aislamiento llegó para quedarse, permitiéndole volver a posicionarse en un contexto en el que venía “perdiendo por goleada con las redes sociales o la tele”, al volver a validarla como un espacio generador de contenido de calidad y promotor de comunidad (Pérez; comunicación virtual, mayo de 2024).

## Reflexiones finales

Este trabajo analizó el acceso y ejercicio de los derechos comunicacionales entre los años 2019-2022 a partir de la experiencia de tres radios de la ciudad de La Plata pertenecientes al ámbito público, privado y comunitario. La pregunta respecto de las desigualdades, las políticas y los obstáculos en el ejercicio de derechos conlleva el interrogante sobre quiénes ganan y/o pierden frente a estos procesos de desigualdad, en tanto esas desigualdades expresan asimetrías ilegítimas. En esa línea, observamos que la pandemia profundizó las desigualdades en el goce de la diversidad de contenidos, tanto por restricción o por dificultades para producir, siendo el principal factor la reducción de programación. En cuanto a la producción de contenido, la demanda de la audiencia resultó crucial en la selección de temas que pasaron a ocupar la mayor parte de la programación, los cuales se circunscribieron principalmente a salud, noticias falsas y cultura. Estos cambios en la producción y el contenido afectaron de manera diferenciada a cada tipo de radio, pero en ningún caso generaron el cierre de las mismas, sino que cada una desarrolló distintas estrategias para sostenerse en ese periodo. Además, continuaron las desigualdades preexistentes en la concentración mediática, en tanto los grandes medios sostuvieron su preeminencia frente a los medios de “proximidad”, pequeña escala o locales.

En relación a la políticas públicas promovidas para el área en el periodo estudiado, concluimos que no tuvieron un impacto significativo en las experiencias analizadas, ya sea

porque existió una vacancia de políticas destinadas a medios locales, o porque los condicionamientos administrativos y/o legales -modo de constitución del proyecto como Asociación sin Fines de Lucro en el caso de las comunitarias, o tipo de contrato laboral en las privadas- impidieron el acceso a los beneficios generales para el sector trabajador como el IFE o el ATP. En el caso de Radio Universidad, no encontramos mayores referencias a las políticas o legislaciones (tampoco a la pauta) como temas de preocupación para su director, debido a la estabilidad laboral que mantuvieron durante la pandemia y la garantía del pago de los sueldos. Por otra parte, destacamos que, así como la trayectoria y la institucionalidad de Radio Universidad fueron cruciales para el sostenimiento de la actividad en el periodo de crisis sanitaria, en el caso de Estación Sur lo fue su experiencia de más de 15 años, su sólida conformación legal, las redes con otras radios y su pertenencia a FARCO. En relación Radio La Plata, observamos una *expertise* de quienes manejan el proyecto en la creación de un modelo de negocios que incluye la incorporación del auspicio publicitario y la configuración de una multiplicidad de plataformas de información y redes, que le permitió diversificar sus espacios y ampliar su audiencia.

Sobre este último punto (audiencias), registramos un doble movimiento: por un lado, un aumento de desigualdades debido a que las audiencias no tuvieron, en un primer momento, el mismo acceso a los contenidos. Por otro lado, se evidencia la conformación de audiencias más sólidas, que, debido a la situación de emergencia sanitaria y la demanda de información confiable, comenzaron a construir nuevos vínculos con las radios, los cuales se mantienen hasta hoy. A su vez, el trabajo virtual configuró nuevas dinámicas que llegaron para quedarse, creando nuevos canales de comunicación y estrategias organizativas híbridas. La contracara de esta situación fue el desdibujamiento de los horarios laborales y la disposición constante que brinda el teléfono celular como herramienta de trabajo.

A partir de lo dicho, consideramos que los testimonios obtenidos y la puesta en relación con los contextos específicos (tanto de pandemia como previo a ella), nos permitió explicar los modos en que las desigualdades se expresaron en dimensiones específicas de la práctica de estas tres radios, lo cual evidenció también el modo en que las diferentes trayectorias, posicionamientos y objetivos que establecen, así como su posición relacional en el ecosistema mediático local, habilitó u obstaculizó el acceso y ejercicio de ciertos derechos. La pertenencia a determinado sector (privado, público, comunitario) establece una distinción crucial en ese entramado de relaciones y se constituye una clave de lectura posible para comprender la emergencia de nuevas estrategias, prácticas emergentes y creativas que surgieron durante la pandemia. A pesar de ello, señalamos que los tres referentes entrevistados se encuentran en un lugar de poder dentro del medio (directores, coordinadores, dueños, etc.) y los tres son varones: esto podría generar un sesgo en las respuestas que pueden verse modificadas si entrevistamos, por ejemplo, trabajadores/as de cada plantel, con perfiles diversos en cuanto a experiencia, pertenencia al medio, género, etc. Este eje será interesante para seguir profundizando en futuras investigaciones.

Por último, señalamos que, a partir de diciembre de 2023, con la asunción de La Libertad Avanza en la gestión nacional, se inició un momento de regresión en materia de derechos en todas las áreas, y la comunicación no es la excepción. Si bien no abordaremos las transformaciones que se implementaron en las legislaciones existentes, es crucial señalar que, a partir de esta nueva etapa, se redimensiona la problemática de las desigualdades a partir de su profundización y el achicamiento, desjerarquización y estigmatización del Estado como agente garante de derechos. Así se vuelve imperioso retomar en nuevas líneas de investigación, las continuidades y rupturas entre el periodo de pandemia y post pandemia aquí analizado y las transformaciones generadas por el gobierno de Javier Milei.

## Referencias bibliográficas

Barbero, J. M. (1981). Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio. En Simpson (Comp). *Comunicación alternativa y cambio social*. México: UNAM.

Basel, V. (2024) Saturar 0.3.0 [Software de computador]. Recuperado de: <https://gitlab.com/valentinbasel/saturar/-/tree/0.3.0>

Bernardo, N. (2021). Los medios públicos como garantes del derecho a la educación: La política de contenidos de Pakapaka frente al aislamiento social, preventivo y obligatorio. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 6(2). Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/6898>

CAAM (2022). "Informe de la inversión publicitaria 2022", en CAAM informa la inversión publicitaria del año 2022 | CAAM ([agenciasdemedios.com.ar](http://agenciasdemedios.com.ar))

Carniglia, E. (2023). Communication for all in the 21st century. Inequalities as development dilemmas in Latin America, en: Servaes, J. y Yusha'u, M. (Eds.) *Communication for All*. Volume 2: Regional perspectives & special cases (pp. 55-79), Switzerland: Palgrave Macmillan.

Casajús, L. (2011). "Radio universitaria en América Latina: escenarios y perspectivas", en Aguaded Gómez, J. I. y Contreras Pulido, P. (Comps.). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 70-81). La Coruña, España: NETBIBLO.

Cravé, L. y Colucci, A. S. (2023). "Radios universitarias en Argentina: actores centrales del proceso de democratización de la comunicación en el ecosistema digital", en *Cartografías Del Sur. Revista De Ciencias, Artes Y Tecnología*, (18). Recuperado de: DOI:10.35428/cds.vi18.302

Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948).

De Charras, D.; Lozano, L. y Rossi, D. (2013). "Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación", en Mastrini, G.; Bizberguer, A. y De Charras, D. (Eds.). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* (pp. 25-52) Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Doyle, M.; Iglesias, M.; Meirovich, V.; Morales, S. y Villamayor, C. (2023). *Nos mueve el aire. Radios y derecho a la educación en tiempos de aislamiento*. La Plata, Argentina: Ediciones de Periodismo y Comunicación. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/labestiapop/wp-content/uploads/2024/01/Libro-PISAC-2023-WEB-148x210-1.pdf>

FOPEA (2021). *El periodismo en pandemia*. Recuperado de: <https://fopea.org/>

Gardella, M. y Sandoval, E. (2023). "Las Radios Universitarias Argentinas: presencia y posicionamiento para un nuevo mapa comunicacional público", en Doyle et al. (Coord.) *Nos mueve el aire. Radios y derecho a la educación en tiempos de aislamiento* (pp. 157-169). La Plata, Argentina: Ediciones de Periodismo y Comunicación. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/labestiapop/wp-content/uploads/2024/01/Libro-PISAC-2023-WEB-148x210-1.pdf>

Gómez, J. I. y Contreras Pulido, P. (Coords.) (2011) *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. La Coruña, España: Netbiblo.

Gratti A. L. et al. (2023). Relevamiento de hábitos y consumos de radio y podcast en La Plata. (FPyCS-UNLP). Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/2023/08/Relevamiento-de-habitos-y-consumos-de-radio-y-podcast-en-La-Plata.pdf>

Iovanna Caissón, S.; Navarro Nicoletti, F. y Estrella, M. B. (2022). "Políticas públicas y de comunicación para medios audiovisuales comunitarios en la Argentina (2020-2021)", en *Austral Comunicación*, 11(1), 1-30.

Margulis, M.; Lewin, H. y Urresti, M. (2014). *Intervenir en la Cultura. Más allá de las políticas culturales*. Buenos Aires, Argentina: Biblos.

Marino, S. y Espada, A. (2022). Stop and go. Performance e insumos de medios en la Argentina durante la pandemia. 86. *Voces en el fenix*. Recuperado de: <https://www.economicas.uba.ar/extension/voces/en/el/fenix/stop-and-go-performance-y-consumos-de-medios-en-la-argentina-durante-la-pandemia/>

MacBride, S. (Ed.) (1980). *Communication and society today and tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order*. London/Uniput, New York/UNESCO, París: Kogan Page.

Milito, C. et al. (2020) “Cinco radios de La Plata en tiempo de coronavirus. Informe de avance”, en *Revista: Questión; Incidentes III*. Parte II: Pandemia(s). Virus en comunicación. Recuperado de: <https://doi.org/10.24215/16696581e368>

Segura, M. S.; Fernández, C. y Longo, V. (2023). “¿Cómo estudiamos las Desigualdades Comunicacionales, Culturales y Digitales?”, en [ENFOQUE TEÓRICO-METODOLÓGICO] ¿Cómo estudiamos las Desigualdades Comunicacionales, Culturales y Digitales? – RAICCED Wordpress. Recuperado de: <https://raicced.wordpress.com/wp-content/uploads/2023/08/c2bfcomo-estudiamos-las-desigualdades-comunicacionales-culturales-y-digitales.pdf>

Segura, M. S. et. al (2023). Derechos Comunicacionales en Argentina. Desigualdades, obstáculos y políticas (2019-2023). Análisis en base a información públicamente disponible. RAICCED Wordpress. Recuperado de: [https://raicced.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/12/raicced\\_informe2\\_derechos-comunicacionales.pdf](https://raicced.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/12/raicced_informe2_derechos-comunicacionales.pdf)

SiPreBA (2023). Encuesta integral sobre la situación de los trabajadores de prensa del AMBA 2023. Recuperado de: <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2023/06/ENCUESTA-SIPREBA-2023-WEB.pdf>

Villamayor, C. y Vinelli, N. (Eds.) (2023). *Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada*. Buenos Aires, Argentina: Mil Campanas.

Cita sugerida: Fernández, C. I.; Del Mármol, M. y Cáneva, V. (2025). “Radios platenses en pandemia. Análisis de tres experiencias desde una perspectiva de derechos (2019-2022)” en *Argonautas. Revista de Educación y Ciencias Sociales*, Vol. 15, Nº 25, 28-43. San Luis: Departamento de Educación y Formación Docente, Universidad Nacional de San Luis. <http://www.argonautas.unsl.edu.ar/>



Recibido: 27 de junio de 2025

Aceptado: 18 de setiembre de 2025