

Cooperativa Fábrica de Ideas en Alta Gracia

# Para nada lentos

*Algunos trabajaban en un diario local, otros eran amigos. En el 2009 montaron una emisora que hizo mucho ruido, se organizaron cooperativamente y ya son un multimedio: Radio Tortuga, Papel Tortuga y Casa Caparazón.*

Por Rocío Duarte\* y Lucía Céspedes\*\*



Gentileza Luciano Gualda

**L**es gusta llamarse *tortugos*. Luciano y Sebastián Gualda y Sofía Collazo recuerdan para El Cactus que cuando fundaron la radio, los otros medios de Alta Gracia les iniciaron un boicot. Lejos de aquellos avatares, ahora confían en una licencia que los consolide definitivamente, sin renunciar a su perfil crítico. No quieren hacer una revista así nomás: con su radio y su periódico disputan el espacio mediático.

“Cuando aparecimos hicimos mucho ruido. Entramos a sacudir las estructuras del periodismo local. Salimos al aire y fuimos por todo. Nuestra posición era algo soberbia, pero se trataba de la primera experiencia de la mayoría. Las edades del grupo iban de 19 a 25 años. Teníamos un discurso agresivo, toda la fuerza de la juventud y ganas de trabajar. Todo esto alteró muchísimo a los medios con más años en la ciudad”, cuentan en esta entrevista.

**–Pasaron dos años de trabajo hasta que conformaron la cooperativa. ¿Qué los impulsó a hacerlo?**

–Hubo un par de cosas que nos marcaron. Cuando nacimos los otros medios empezaron a buscar perjudicarnos usando contactos políticos y cosas así. Un día un abogado conocido nos pasó el dato de que nos estaban

por venir a decomisar los equipos. Nos agarró una desesperación y decidimos apagar la radio para ver cómo lo solucionábamos. Estuvimos con la radio apagada más de cuarenta días, que era darle la razón a los que nos tildaban de radio trucha. Lejos estaba la Ley de Medios en este momento. Era sólo un proyecto con el que estábamos de acuerdo, pero ante la urgencia, de poco servía. Las vías para volver al aire eran poner plata o esperar que algún día nos aprobaran una licencia. Para esto podían pasar años. Mientras tanto, seguíamos haciendo periodismo y lo colgábamos en Facebook. Contábamos lo que nos pasaba y por eso sufrimos una campaña de desprestigio permanente por los demás medios de la ciudad, pero eso nos sirvió estratégicamente para mantenernos vivos. Aunque sea para desprestigiarnos, nos mantenían al aire. Por otra parte, toda la gente a la que le habíamos dado algún espacio nos lo devolvió. Hasta sectores del gobierno que habíamos criticado nos apoyaron. Si bien no estaban de acuerdo con lo que decíamos, coincidían en que nuestra presencia estaba bien como contrapeso. Además deben haber sabido que íbamos a volver, y no querían quedar pegados a quienes nos habían dado con un caño. Al final de este derrotero volvimos a prender la radio pero en otro dial. Si emitíamos desde otra frecuencia se

consideraba una radio distinta. En septiembre empezamos a pensar en una cooperativa y en diciembre nos constituimos formalmente.

**–¿Cómo dieron el paso al periódico Papel Tortuga?**

–Apenas nos formamos como cooperativa nos dimos una visión y un norte hacia dónde ir. Nos propusimos utilizar la comunicación como una herramienta de transformación social, así que empezamos a pensar en otras aristas. Entre nuestros objetivos estaba hacer el diario, porque con la radio no alcanzaba. La radio tenía y tiene un discurso y una estética que llega a un sector de la sociedad. El periódico amplió ese margen. Queríamos llegar a quienes no escuchan radio pero sí leen diarios. Nos estábamos perdiendo ese público. El papel arrancó siendo un mensuario y luego evolucionó a un semanario. Ahí empezamos un sistema de suscripción que es novedoso para la ciudad. Te llevamos el diario a tu casa. Hoy tenemos una tirada de 1.000 ejemplares y unos 250, 300 suscriptores.

**–¿Qué dificultades enfrentan?**

–Nos falta perfil comercial. Mirá las tapas de los diarios competencia: son accidentes de autos... nuestra tapa es la foto de los vecinos que están luchando por el arroyo. La moto reventada vende mucho más. En el papel, el espacio publicitario está separado del

resto de las notas. Nunca nos traicionamos. No vendemos el periodismo, vendemos el espacio publicitario. Los primeros cinco años de cooperativa hemos laburado gratis, incluso poniendo plata. Empezamos cubriendo los gastos fijos, nos costaba pagar el alquiler... ni hablar de cobrar nosotros. Y eso repercute en lo periodístico, porque cuando no podés sostener un equipo, el compañero que consigue un trabajo mejor se va. Entonces nos dimos esta discusión para adentro y apelamos a nuestros valores, no a lo económico. También la mayoría está en un momento en que vive con los padres, estudia, entonces se puede bancar de otro modo. Muchos tenemos otro trabajo fuera de la coope. Ahora tenemos una retribución que

## No por ser una cooperativa vamos a ser unos dejados.

es pequeña, pero queremos poder vivir de esto.

### —¿Quién se encarga de lo financiero?

—Al principio en la parte contable éramos un desastre, no sabíamos quién pagaba, quién no, quién nos debía... de haber seguido con ese desorden hubiéramos tenido que cerrar. Empezamos a ordenarnos, a sancionar a quien no cumplía. Porque sabemos que somos todos dueños, pero hay que controlarnos. En esa organización hay una cadena de mando para el trabajo cotidiano, lo cual no quiere decir que en asamblea el voto del que dirige sea doble. Todos votamos y opinamos por igual. Y eso es algo que nos costó aprender a dividir. Una cosa es la organización de la cooperativa donde hay un consejo de administración que se encarga de ejecutar lo que se decide en asamblea. Después hay encargados de área: tenemos un área comercial, radio, papel, y un área gráfica.

### —¿Qué etapas atravesaron? ¿En qué momento están ahora?

—Cuando empezamos éramos todos amigos, todo genial, era todo ideal, naif... esa etapa es necesaria y hay que aprovecharla. Pero después viene la época en que empezamos a madurar y nos tenemos que hacer responsables. La infancia nos duró dos años, hoy nos encontramos en la adolescencia. Antes pensábamos que lo único que valía la pena era lo publicado o lo que salía al aire. Era

### La tranquilidad que les dio la Ley

## Esperando la licencia

Los integrantes de Radio Tortuga anhelan una licencia, por lo que reciben con alegría el 33% de lo que le corresponde a Alta Gracia por la Ley de Medios. En la ciudad del Tajamar la Afscsa puso en concurso ocho licencias, cinco de ellas para emisoras con fines de lucro y tres para sin fines de lucro, tres para el 33%. Esta sería la primera etapa del proceso de regularización del espectro radioeléctrico del interior provincial que incluye 40 ciudades. Todas las licencias son de categoría F, es decir con un alcance de 22 kilómetros. Esto seguramente abrirá otra etapa de Radio Tortuga, que actualmente llega por la ruta 5 hasta El Prado y Santa Ana, mientras que hacia el lado opuesto se propaga por la zona de Despeñaderos y Falda del Carmen donde se encuentra la CONAE.

### ¿En qué los cambió la Ley de Medios?

Con respecto a las pautas de programación siempre fueron parte de nuestra línea editorial defender la música local, los programas de folklore, para niños, de heavy, el informativo, la interacción con organizaciones sociales, los derechos humanos, la participación ciudadana, las causas ambientales... Por supuesto que deben regularse algunas cosas técnicas. Nos estamos poniendo al tanto con la cuestión de los equipos. Cuando nos estábamos cooperativizando nos sumamos a la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Fuimos parte de todo el proceso. Sentimos muy nuestros los puntos de la ley. Cuando la aprobaron, además de valorar su importancia, tuvimos la tranquilidad de que no nos iban a venir a decomisar. Que íbamos a poder tener una licencia legal sin esperar tantos años. Dejamos de pensar que tendríamos que apagar la radio. Ahora tenemos algo que nos ampara. Antes, lo que hacemos era prohibido y ahora que Alta Gracia vaya a recibir tres licencias es una gran noticia, porque seguramente una será para nosotros.

no ver todo el proceso, desestimar el trabajo de compañeros que no son periodistas y que trabajan por atrás para que esto salga. En una cooperativa con todos comunicadores y dos administrativos, logramos ir entendiendo ambas lógicas para ser más eficientes.

### —¿Cómo trabajan la agenda?

—La línea editorial nos da un orden temático de prioridades. Estamos tratando de decirle a la gente esto es lo importante: organizaciones sociales, temas ambientales, fumigaciones, el arroyo, tierras, vivienda, política de gobierno local... todo lo que tiene que ver con la participación y la organización del campo popular. Queremos transformar la comunicación de la región para que tenga una mirada comunitaria y de la única forma

en que vamos a tener incidencia es llegando a la gente. Y si no hacemos algo cuidado y de calidad, ¿cómo vamos a disputar con los otros medios? No por ser una cooperativa vamos a ser unos dejados. Nunca pensamos en algo que se quede al margen, sino algo que pueda entrar en el mercado con una estética creativa, prolija, con las noticias que le importen a la gente. No queremos hacer una revista así nomás para los que ya saben lo que está pasando. Le queremos mostrar a doña Rosa que hay otra realidad.

\*Estudiante de Comunicación Social (ECI).

\*\*Estudiante de Comunicación Social y Lengua y Literatura Inglesas (UNC). Ayudante en el Museo del Observatorio Astronómico de Córdoba. Escolta de la bandera en la Escuela de Ciencias de la Información. Divulgadora científica.