

Las organizaciones sociales como prestadoras de servicios de comunicación audiovisual en la Argentina. Condiciones y estrategias

María Soledad Segura

Publicado en: Maldonado de la Torre, Alberto Efendy; Jiani Adriana Bonin y Nisia Martins do Rosario (orgs.) (2013) *Metodologías de investigación en comunicación. Perspectivas transformadoras en la práctica investigativa*, CIESPAL, Quito. También disponible como e-book en: <http://www.librosdecomunicacion.com/catalogo/ciespal/metodologias-de-investigacion-en-comunicacion>

Aunque la disputa por la democratización del sistema mediático en la Argentina parece restringirse a la puja entre el gobierno a cargo del Estado y las principales empresas de medios de comunicación de masas del país¹, el proceso abierto a partir del reconocimiento legal al sector social como prestador de servicios de comunicación audiovisual y la reserva de un tercio del espectro radioeléctrico para este sector, constituye la novedad comunicacional más importante desde el regreso del gobierno constitucional en la Argentina hace casi tres décadas.

Por eso, nos interesan como objeto de análisis, y también por convicción política, las prácticas de las televisoras y productoras audiovisuales frente a las nuevas posibilidades de prestación de servicios de comunicación audiovisual abiertas por la entrada en vigencia en 2010 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 (LSCA). Proponemos un análisis de sus prácticas relativas a la gestión institucional y económica, la producción audiovisual (de contenidos y estética) y la vinculación política. Para ello, consideramos las condiciones de posibilidad para el desarrollo de sus prácticas habida cuenta de la posición relativa de poder que los agentes que las producen ocupan en relación con el Estado y con las empresas de medios y de productoras audiovisuales.

Estas prácticas serán analizadas en el marco de los debates sobre la relación entre comunicación y política en Latinoamérica que ha sido ampliamente abordada desde fines del siglo pasado y particularmente en la primera década de este siglo XXI en varios niveles. A nivel global, porque luego de 30 años se reeditó el debate internacional sobre políticas de

¹ Al momento de cierre de este artículo en noviembre de 2012, la prioridad en la agenda gubernamental en materia de políticas de comunicación era que la veintena de grupos de medios de comunicación audiovisual que excedían los límites anti-monopólicos establecidos por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual presentaran sus planes de adecuación (LSCA, artículo 161) hasta el día 7 de diciembre de 2012.

comunicación que tuvo ahora como foro privilegiado la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información convocada por la Organización de Naciones Unidas (Ginebra 2003 y Túnez 2005) y el Foro Social Mundial. Además, en estas instancias, las organizaciones de la sociedad civil de cada país han adquirido protagonismo y son ellas las que hoy impulsan la democratización de las comunicaciones a nivel mundial. Por otra parte, en los países latinoamericanos se han desarrollado experiencias innovadoras en pos de la democratización de las comunicaciones, mientras se multiplicaron también las organizaciones que en los países del subcontinente proponen reformas de legislaciones de radiodifusión y los gobiernos que las impulsan (De Moraes, 2011). Asimismo, en la Argentina, a partir de la crisis de 2001-2002, las experiencias que impulsan democratizar las comunicaciones se multiplicaron notablemente. El debate sobre políticas nacionales de comunicación se actualizó a partir de 2004 impulsado por organizaciones sociales, y a partir de 2008-2009 impulsado por el Gobierno nacional (Segura, 2011c). Finalmente, en 2009 el Congreso de la Nación aprobó la LSCA cuya entrada en vigencia en 2010², al modificar las reglas de juego en el sistema comunicacional argentino, configura las bases que permitirían redistribuir el poder social y, por lo tanto, modificar las jerarquías en ese ámbito.

Este problema se aborda desde una perspectiva teórico-metodológica interdisciplinaria que nos permite analizar las prácticas discursivas desde un enfoque socio-histórico. Analizar los discursos como prácticas lleva a plantearse la pregunta acerca de los agentes que las producen y de las condiciones dentro de las cuales llevan a cabo el proceso de producción de los discursos. Se plantea que las prácticas encuentran el principio de comprensión/explicación en el lugar que define la identidad social de los agentes que los producen (Costa y Mozejko, 2002). No se niega la incidencia que pueden tener en las opciones discursivas los valores y convicciones esgrimidos por los agentes como razones de sus prácticas. Se plantea, sin embargo, como hipótesis, que las opciones que caracterizan los discursos encuentran una mayor eficacia explicativa al relacionarlas con la posición relativa de poder de los agentes que las producen más que con sus ideas y principios.

Desde esta perspectiva, sostenemos con Bourdieu (2000: 137) que las luchas simbólicas son las luchas políticas por excelencia y son inseparables de las luchas materiales por la dominación en la medida en que se disputa la imposición de la interpretación pública legítima sobre el orden social. La lucha simbólica es crucial a la hora de comprender y construir imágenes de mundo, de configurar proyectos de sociedad e identidades colectivas, de conocer y hacer. Aunque en grados diferentes, estas concepciones, convertidas en

² La LSCA entró en vigencia seis meses después de promulgada, una vez sorteada la mayoría de las acciones interpuestas ante la Justicia con el fin de declarar su inconstitucionalidad o impedir su aplicación total o parcial (ver Corbière y Güida, 2012).

sentido común, sustentan las prácticas sociales, culturales y políticas. A través de este sistema, el orden social es susceptible, no sólo de ser reproducido, sino también impugnado.

Entonces, lo que está en juego en el campo de la comunicación es el control de las representaciones sobre lo común producidas y puestas a circular en los medios de comunicación de masas. Por lo tanto, el objeto de la disputa en el espacio público es el poder relativo de cada agente en el campo específico de producción y puesta en circulación de representaciones sobre lo común en los medios de comunicación de masas y, por lo tanto, su capacidad diferenciada de relación en el espacio público.

De allí la importancia que los agentes otorgan a las reglas que regulan esta competencia por imponer las representaciones legítimas sobre el orden social, ya sea para subvertirlas o conservarlas. Estas normas definen buena parte de los recursos que fundan la mayor o menor probabilidad de influencia de cada agente, es decir que inciden fuertemente en la generación de su poder relativo. Por eso, poseer el control de la definición, interpretación y aplicación de las reglas, significa tener, en buena medida, el control de las prácticas.

Las estrategias de organizaciones del sector social –compuesto por cooperativas, asociaciones civiles, fundaciones, sindicatos y otros- constituyen propuestas del sector menos poderoso de la radiodifusión tendientes a la aplicación de las nuevas reglas de juego previstas por la Ley 26.522 que tendrían como consecuencia la redefinición del poder relativo de los agentes que intervienen en el espacio público mediático. En particular, las estrategias económicas y legales de las organizaciones del sector social constituyeron los dos flancos históricamente débiles del sector para prestar servicios de radiodifusión.

Se trata, además, del sector menos visibilizado de las industrias culturales en la Argentina. Ni las entidades que nuclean a medios y productoras audiovisuales del sector social-comunitario, ni los organismos estatales del área como el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) o la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) cuentan con información centralizada, sistematizada y completa sobre sus áreas de cobertura, audiencias, cantidad de trabajadores y posibilidades de desarrollo en términos tanto audiovisuales como económicos, datos necesarios tanto para el desarrollo de sus propias estrategias organizacionales como para implementar políticas públicas adecuadas para el sector³. Además, las propias organizaciones están debatiendo sus

³ Sí existen caracterizaciones parciales sobre los medios –no necesariamente audiovisuales- del sector social, tales como: las realizadas en investigaciones académicas (por ej. Abatedaga, 2011), los 121 medios sociales de comunicación ubicados en el “Mapa Cultural de la Argentina” en la página web del SINCA, el relevamiento de 100 radios escolares, de frontera e indígenas publicado por FARCO (2010), la guía de 170 medios sociales de comunicación editada por Lavaca (2006) o las 9 experiencias de medios alternativos registradas por Vinelli y Rodríguez Esperón (2004). La AFSCA

expectativas de movimiento económico, la cantidad de programación que pueden producir y los nuevos formatos que impulsarían a partir de ahora.

ordenó un censo de emisoras de baja frecuencia (Res. 3/2009) y les pidió la presentación de solicitudes de previsión de plan técnico este año, pero sus resultados aún no se conocen.

Posibilidades y limitaciones

La entrada en vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada en 2009 configura un nuevo espacio de posibles⁴ para estas organizaciones al reservar un 33% del espectro radioeléctrico para entidades sin fines de lucro a las que reconoce como uno de los tres sectores prestadores de radiodifusión (LSCA, artículo 21). En la reglamentación, se define como tales a: “las cooperativas, mutuales, fundaciones y asociaciones definidas como tales por las normas vigentes”, lo cual excluye a las organizaciones sociales sin personería jurídica⁵ (Decreto reglamentario 1225/2010 de LSCA, artículo 21, inciso b). A estas entidades la ley no les impone restricciones de potencia ni alcance geográfico y reconoce explícitamente su derecho a asegurar su sustentabilidad económica, independencia y desarrollo, a cuyos efectos deben poder obtener recursos de créditos, subsidios, donaciones, aportes solidarios, auspicios, patrocinios y publicidad privada y oficial. Por otra parte, la ley establece también cuotas de pantalla para la producción local, nacional, independiente, propia y de contenidos educativos y culturales (LSCA, artículo 65).

Sin embargo, la ley no prevé sistemas de estímulo a la producción y consolidación del sector sin fines de lucro, salvo cuando establece que, de los fondos recaudados por la AFSCA, “el diez por ciento (10%) para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización” (LSCA, artículo 97, inciso f). Además, faculta al Poder Ejecutivo Nacional a “desarrollar líneas de acción destinadas a fortalecer el desarrollo sustentable del sector audiovisual” en general (LSCA, artículo 153).

Se desarrollaron acciones en ese sentido desde diversos organismos gubernamentales: el Ministerio de Desarrollo Social, el Ministerio de Planificación, el Programa de Polos Audiovisuales, el Banco de Contenidos Universales Audiovisuales Argentino (BACUA), el

⁴ El espacio de posibles consiste en el “sistema de relaciones que, constituido por la lucha y control diferenciado de recursos estratégicos instituye necesidades (coerciones) y abre alternativas” (Costa y Mozejko, 2001: 32-33). Estas luchas se desarrollan en el marco de reglas de juego específico que rigen el funcionamiento de cada campo y que forman parte de las condiciones objetivas. Es más, la imposición de la definición de las reglas legítimas suele ser uno de los objetivos claves de la lucha.

⁵ En el artículo 4 se define a las “emisoras comunitarias” como “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”. Sin embargo, en el resto del articulado no vuelven a ser mencionadas como tales. Esto iguala las experiencias dependientes de las grandes fundaciones empresarias con los emprendimientos comunicacionales de las organizaciones sociales, lo que los pone en situación de desventaja para el acceso a licencias y a financiamiento.

Árbol de Contenidos Universales Argentino (ACUA) y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)⁶. Todas estas medidas fortalecen la producción⁷ y la distribución de productos audiovisuales, pero no la creación ni el mantenimiento sustentable de canales y señales de televisión. Con ese fin, se comenzó a avanzar muy recientemente cuando la AFSCA y el Banco Nación firmaron un convenio para ofrecer créditos a todos los actores del sector audiovisual: grandes empresas, cooperativas, pymes, microempresas o asociaciones sin fines de lucro. Estos préstamos servirán para la creación y fomento de nuevos medios audiovisuales que deseen obtener licencias o para la adecuación técnica de los existentes.

En 2011, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) resolvió el llamado a concurso de 220 licencias para prestar servicios de comunicación audiovisual por televisión digital abierta, la mitad de las cuales serían para organizaciones sin fines de lucro (Res. 685 y 686). Es relevante que, después de décadas, se haya hecho por primera vez un llamado a concurso de licencias para televisión que ampliaría las posibilidades de acceso a un nuevo tipo de prestadores. También es importante que sea el Estado el encargado de desarrollar la infraestructura de transmisión a través de la empresa ARSAT (Calicchio, 2011).

Sin embargo, el costo de los pliegos (de 42 mil a 140 mil pesos) y del alquiler de antena a ARSAT (24 mil pesos mensuales) resultó demasiado alto para las organizaciones sociales, en particular, para las de menor desarrollo. Además, se solicitaba la declaración de empleados y obligación de establecer relación de dependencia laboral con locutores o programadores, requisitos acordes a la regulación laboral argentina, pero que desconoce que muchas de estas entidades funcionan con trabajo voluntario y militancia.

Ante las protestas del Espacio Abierto de Televisoras Populares, Comunitarias y Alternativas, en julio de este año la AFSCA reconoció los problemas y postergó la convocatoria a concursos (Res. 929 y 930). Hasta el momento de cierre de este artículo, no se conocían ni los plazos ni las condiciones de la nueva convocatoria⁸.

⁶ Para poder garantizar una política nacional de comunicación que sea coherente, sería recomendable que el Estado unificara los organismos vinculados al área (Marino, 2011; Becerra, 2011; Mastrini, 2012).

⁷ Estas medidas se destacan porque, frente al carácter centralizado que adoptó desde los inicios de la radiodifusión argentina el sistema comercial financiado casi exclusivamente por publicidad, “el surgimiento de emprendimientos conjuntos de producción y distribución de contenidos impulsados por el Estado nacional, pero con un fuerte anclaje comunitario y federal, permite sentar las bases de un nuevo modelo. El Bacua y el ACUA destacan como experiencias pioneras en este sentido” (Lozano y De Charras, 2012)

⁸⁸ El Espacio Abierto de Televisoras Populares y Comunitarias considera que esta lentitud en la aplicación de la ley para las emisoras comunitarias, demuestra que “el paradigma de la comunicación que se viene imponiendo (...) apuesta más por el cambio de manos entre un grupo empresario y otro que por el desarrollo de medios en manos de los sectores populares” (Vinelli, 2012).

Además, abrió una convocatoria para que las televisoras existentes pudieran reservar una frecuencia de baja potencia y participar de un concurso con pliegos que se supone que irán de los 2 mil a los 5 mil pesos con la posibilidad de seguir transmitiendo en analógico mientras migran al digital en un tiempo más prolongado (Calicchio, 2011).

En vistas a efectivizar la ocupación del 33 por ciento del espectro radioeléctrico por parte del sector social, a nuestro entender, el Estado argentino debería poner en debate y aprobar un Plan Técnico de Frecuencias que permita conocer, entre otros aspectos, la cantidad de emisoras que el espectro radioeléctrico nacional soporta y así tener en claro cuántas corresponderían al tercio reservado para el sector social.

Sería necesario también que dé a conocer los resultados del censo de entidades sin fines de lucro que prestaban servicios de comunicación audiovisual que la AFSCA realizó en 2009, para saber exactamente quiénes, cuántos y en qué condiciones prestan este servicio sin fines de lucro.

Asimismo, sería importante que la AFSCA dé a conocer el monto recaudado para el actual ejercicio dado que esto permitirá conocer cuánto deberá redistribuirse al sector en materia de incentivo. Como se dijo, el Estado debería estimular el desarrollo de los medios de gestión social (LSCA, artículos 97 y 153) con diversos modos de financiamiento directo e indirecto⁹ (Calicchio, 2011; Marino, 2011; Calicchio y Vinelli, 2012).

Aunque funcionarios de la AFSCA y del ex Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) formaron parte de la Coalición por una Radiodifusión Democrática e impulsaron la nueva ley, hay personal de la AFSCA -muchos de los cuales pertenecían al ex COMFER- que deberían aprender a colaborar con los medios de gestión social para desarrollar una clara política de comunicación en la que el sector sin fines de lucro sea uno de sus pilares. Sin embargo, hasta ahora, en muchos casos, las disposiciones adquiridas a lo largo de su trayectoria en ese organismo tienden más a perseguir o, en el mejor de los casos, a ignorar a los medios del sector social antes que a colaborar con ellos y estimular su desarrollo (Calicchio, 2011; Jaimes, 2011).

⁹ “Es necesario propulsar con mayor intensidad una política de fomento al pluralismo y la diversidad mediática como existe en muchos lugares del mundo. Es el caso de Australia, el Reino Unido, Canadá, Sudáfrica, Irlanda, Francia y España, entre otros. El aporte de parte del Estado también se puede traducir en beneficios impositivos y/o apoyo a la compra de equipamiento. (...) Debe considerarse el sostén de los medios existentes, pero también el impulso a los emergentes. Los fondos aportados por el Estado no deben superar ciertos umbrales, el proceso de selección debe ser participativo y con involucramiento de los interesados... (...) ...quizá resulte interesante evaluar las experiencias de Holanda, Canadá, Italia y Portugal, entre otros, donde el sistema de distribución de pauta publicitaria establece mecanismos claros, transparentes y no discriminatorios, a la vez que se enlaza con una política de fomento al pluralismo.” (Lozano y De Charras, 2012)

Opciones estratégicas

Ante estas nuevas condiciones que marcan tanto límites como posibilidades, los medios y productoras audiovisuales del sector social desarrollan diversas estrategias¹⁰. Los principales desafíos que enfrentan los medios y productoras audiovisuales del sector social se vinculan, por un lado, con la gestión de sus propios recursos y competencias, esto es: la gestión económica e institucional y la producción estética y de contenidos. Por otro lado, con su propia posición en relación con el Estado –en particular, con la burocracia estatal-, con las empresas mediáticas y productoras audiovisuales del sector con fines de lucro y con otras organizaciones del sector social como los gremios y las asociaciones gestoras de derechos vinculadas a los servicios audiovisuales.

En cuanto a la gestión económica, estas organizaciones -a las que ahora se reconocen derechos pero también obligaciones por cumplir en materia de producción de contenidos propios, infraestructura y funcionamiento- necesitan repensar una política de gestión y financiamiento para esta nueva etapa ya que los montos a cubrir, incluso si los pliegos fueran gratis, son muy altos. Las opciones de financiamiento actualmente existentes son, entre otras: la cooperación internacional, publicidad oficial o privada, financiamiento del Estado y/o asociarse entre diversas organizaciones (Calicchio, 2011; Marino, 2011; Calicchio y Vinelli, 2012).

En lo que atañe a la gestión institucional, la mayoría de los medios y productoras audiovisuales del sector social están desarrollando alianzas estratégicas para acumular mayor poder relativo frente al Estado y frente a las empresas mediáticas. Así, a partir de la entrada en vigencia de la LSCA, muchas de estas organizaciones sin fines de lucro conformaron entidades de segundo y tercer grado a nivel nacional como, por ejemplo, la Federación Cooperativa de Productores de Contenidos Audiovisuales (FECOOP-TV).

FECOOP-TV¹¹ reúne a unas 70 organizaciones de producción audiovisual: Asociación Argentina de Televisoras PYME y comunitarias (AATeCo), Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión (Colsecor), Federación de Cooperativas Telefónicas del Sur Limitada (FeCoSur), Diarios y Periódicos Regionales de la Argentina (DyPRA), Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos (IMFC), Unión y

¹⁰Las prácticas se entienden como resultados de opciones hechas por el agente dado el lugar y la competencia que lo definen. Esta acentuación enfatiza la actividad estratégica del agente social, aunque se desarrolle en el marco de un sistema que impone limitaciones.

¹¹Para conceptualizar al agente social, Costa y Mozejko (2009: 10) usan la noción de lugar social. “Definimos lugar como conjunto de propiedades eficientes dentro de un sistema específico de relaciones; (...) variable en tiempo y lugar, que opera como criterio de asignación de valor a quienes participan en el mismo espacio y, por lo mismo, de producción de identidades”.

Federación Argentina de Músicos Independientes (UMI/FAMI), Guionistas organizados, Pueblos Originarios representados en la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y Directores de Obras Audiovisuales para Televisión (DOAT) (Piccone CP¹², 28/11/2011). Se constituyó en 2011 para producir contenidos audiovisuales de manera colaborativa y federal. Su presidente, Néstor Piccone, es funcionario del Consejo Asesor de Televisión Digital Terrestre y fue uno de los funcionarios del Estado nacional que integraron la Coalición por una Radiodifusión Democrática e impulsaron la aprobación de la ley 26.522. Gran parte de las organizaciones que integran FECOOP-TV participan de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, incluso de su Comisión Directiva creada este año¹³.

Con respecto a la producción temática y estética, se espera que los canales del sector social tengan una agenda propia de temas que surja de las demandas de las organizaciones sociales que los impulsan, pero que se dirija a una población mayor. Deberían, asimismo, desarrollar una estética que evite los estereotipos (de clase, géneros, etc.) y recupere la riqueza de las diversas expresiones de la cultura popular (Calicchio, 2011)¹⁴.

Por otra parte, es importante la variación en las posiciones de poder relativo y la gestión de recursos que las televisoras del sector social realicen con respecto a la burocracia estatal vinculada al sector. La relación de cooperación o disputa que se establece con el gobierno a cargo del Estado es una de las principales diferencias en las opciones estratégicas adoptadas por los medios y productoras del sector social.

Además de seguir ocupando activamente los espacios de participación en los organismos estatales que la Ley 26522 ha abierto, las organizaciones del sector continúan reclamando para que el Estado efectivice la ocupación del 33% del espectro radioeléctrico por parte de las entidades sin fines de lucro. Las emisoras integrantes del Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias fueron las más activas en este sentido. Al Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias lo integran: Barricada TV, Faro TV, Canal 4 Darío y Maxi, TV PTS, En Movimiento TV, Pachamérica TV Canal 5 de Jujuy, Cine Insurgente, Ojo Obrero, Silbando Bombas, CC La Yesca, Kermarak TV (Vinelli

¹² De aquí en adelante, un apellido seguido de CP y una fecha referirá a "Comunicación Personal".

¹³ La Coalición por una Radiodifusión Democrática, después de una primera fase entre 2004 y 2008 signada por el trabajo asambleario y plural, a partir de 2008 sus acciones tendieron a acompañar y fortalecer la acción gubernamental para impulsar la aprobación de la Ley 26.522. Una vez aprobada la ley en 2009 y hasta el momento de cierre de este artículo, ante la presentación de causas en la Justicia para impedir su aplicación total y parcial, la Coalición priorizó el trabajo de apoyo a su plena vigencia en coordinación con el gobierno nacional (Segura, 2011b).

¹⁴ En este aspecto, se abre un interesante debate acerca de los modos de definir la calidad de la producción audiovisual de un modo que tome distancia tanto del elitismo como del populismo condescendiente. Es importante discutir una definición de la calidad vinculada no sólo a normas profesionales de tratamiento de la información y de la producción estética sino también al respeto y ampliación de los derechos y a la ampliación de lo público (Cfr. Pasquali, 1991; Rabotnikoff, 1997).

CP, 21/11/2011 y web EATAPC). Dentro del Espacio, la Coordinadora en Defensa de la Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (CoorDeCCAP) nuclea a unas 15 televisoras, además de emisoras y programas de radio, redes y agencias de información alternativas, populares y comunitarias, movimientos culturales y otras organizaciones territoriales, estudiantiles, fábricas recuperadas y movimientos sociales de izquierda, muchos de los cuales integran la Red Nacional de Medios Alternativos. CoorDeCAAP se constituyó en 2011 para manifestarse en protesta por las condiciones del llamado a licitación de nuevas licencias de televisión digital realizado por la AFSCA y exigir medidas estatales de protección de su actividad (web RNMA). Con tales fines, durante 2011 y 2012 realizaron movilizaciones como el “Aguantazo Cultural” frente a la sede de la AFSCA en octubre de 2011, publicaron artículos y documentos manifestando su postura -avalada por organizaciones sociales, políticas y sindicales, personalidades del mundo de la cultura y la defensa de los derechos humanos- y se reunieron con autoridades del área.

Sin embargo, también lo reclamaron -aunque con menor intensidad- las integrantes de la Coalición por una Radiodifusión Democrática -de la cual varios integrantes de FECOOP-TV forman parte activa e integran su Comisión Directiva constituida en 2011- sostuvo: “Los pliegos para los concursos de servicios regulados por la Ley, vigentes y futuros, no deben contener exigencias administrativas, técnicas o económicas que signifiquen umbrales que excluyan a organizaciones populares o a pequeñas y micro empresas locales”. Asimismo, agrega: “Será un aporte de enorme importancia la puesta en marcha del Fondo Concursable de Promoción del 10% del gravamen, con destino al desarrollo tecnológico y producción de contenidos de los medios comunitarios, de frontera y de pueblos originarios de acuerdo al artículo 97 inc. f) de la Ley 26.522.” (Coalición por una Radiodifusión Democrática, 2012).

Es relevante también, la gestión de su propia competencia que las entidades de la sociedad civil realicen en relación con los sindicatos y organizaciones gestoras de derechos. Los medios y productoras del sector social suelen funcionar con militancia y trabajo voluntario y con *copyleft* y *creative commons*. Este problema excede a la LSCA, está en el marco de las leyes laborales y de propiedad intelectual. Por este motivo, “se debería dar un debate entre los sindicatos del sector y las organizaciones sociales que permita contemplar las particularidades de estos medios, sin violar los derechos de los trabajadores ni hacer invisibles económicamente los canales” (Calicchio, 2011).

Para las organizaciones sociales, es importante continuar ejerciendo la crítica y la resistencia y, al mismo tiempo, trazarse objetivos de largo plazo vinculados al crecimiento institucional, financiero, estético y de contenidos (Jaimes, 2011). Es decir, apuntar a construir “lo público” desde los medios “alternativos” (cfr. Fraser, 1997; Segura, 2011a).

Reflexiones Finales: Comprender/explicar las prácticas¹⁵

Como se dijo, las opciones producidas por estas organizaciones de la sociedad civil se vinculan con el nuevo espacio de posibles que configura la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que establece, entre otros aspectos, la reserva el 33% del espectro radioeléctrico para las organizaciones sin fines de lucro y una cuota de pantalla para la producción nacional.

Las opciones de estos agentes se vinculan también con su lugar de menor poder relativo (como se dijo más arriba, constituyen el sector de menores recursos económicos y menor desarrollo institucional, y hasta hace apenas ocho años su actividad era ilegal), en un mercado dominado por el sector privado y en el que se registra un reciente fortalecimiento del sector estatal en su rol de productor comunicacional.

Así, para aumentar su probabilidad de producir y vender contenidos audiovisuales y de prestar servicios de comunicación audiovisual, optan por tres estrategias complementarias:

- 1) Profundizar los cambios en las reglas de juego (implementación de la Ley 26.522 por medio de regulaciones que favorezcan la participación del sector);
- 2) articularse en una organización de mayor grado (federación, coordinadora);
- 3) procurar el apoyo económico y el reconocimiento legal del Estado.

En particular, las diferencias en sus estrategias se comprenden/explican habida cuenta del lugar, la competencia, la gestión y la trayectoria de cada uno de estos agentes colectivos: recursos económicos, capacidades para el desarrollo de productos y servicios comunicacionales, relaciones de cercanía u oposición con la gestión de gobierno, etc.

Resulta entonces evidente que las opciones, además de ser valorativas, se vinculan con las posiciones de poder relativo y las posibilidades de incidencia que tengan los agentes que las producen. Por lo tanto, sus opciones tienen que ver no sólo con los principios esgrimidos por los agentes como fundamentos de las prácticas (la ampliación de derechos, la democratización), sino más bien con las relaciones de fuerza en el sistema comunicacional.

Por lo tanto, las disputas por la democratización de las comunicaciones están indisolublemente ligadas a las luchas por la democratización de otras áreas de lo social y son indisociables de las relaciones de fuerza en el proceso social (cfr. Mata, 2006; Fraser, 2006; Caletti, 2005; Segura, 2011a).

¹⁵La posibilidad de comprender y explicar las prácticas se funda en la identificación de condiciones objetivas favorecedoras, en la medida en que la práctica social es el resultado de la necesidad que imponen las coerciones y la estrategia que hace posible los márgenes de autonomía. Hablar en estos términos permite ubicar “entre las condiciones objetivas y los hechos a explicar, a los sujetos sociales que, haciendo uso de las posibilidades producen las prácticas” (Costa, 2010: 67).

Referencias Bibliográficas

- Abatedaga, N. (2011) *¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La comunicación en los medios masivos recuperados*, tesis para optar al grado de Doctora en Comunicación Social, UNLP (Mimeo).
- AFSCA. Resoluciones 3/2009, 685, 686, 929 y 930.
- Becerra, M. (2011) "Evaluación y propuestas", en: *PNCé*, N° 2, Buenos Aires, 2011. Disponible en: <http://www.pnce.com.ar/index.php/historial/pnce-nro2/56-evaluacion-y-propuestas.html>
- Bourdieu, P. (2000) *Cosas Dichas*, Gedisa, Barcelona.
- Caletti, S. (2005) (2005) "Políticas de comunicación: acentos en debate", en: Loreti, Damián; Mastrini, Guillermo y Baranchuk, Mariana (comps.) *Participación y democracia en la sociedad de la información. Actas III Congreso Panamericano de Comunicación*, Prometeo Libros, Buenos Aires, págs. 59-67.
- Calicchio, P. (2011) "Garantizar el 33%, un desafío para el Estado y las organizaciones populares", en: *PNCé*, N° 4, Buenos Aires, 2011. Disponible en: <http://pnce.com.ar/index.php/historial/pnce-nro4/84-garantizar-el-33-un-desafio-para-el-estado-y-las-organizaciones-populares.html>
- Calicchio, P. y Vinelli, N. (2012) "La sustentabilidad de los medios comunitarios", en *Página/12*, Buenos Aires, 12/09/2012.
- Coalición por una Radiodifusión Democrática (2012) "Compromiso y participación por la total aplicación de la ley", 23/03/2012.
- Corbière, F. y Güida, M. C. (2012) "La judicialización de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Breve estudio de casos", en: *I Coloquio de Comunicación para la Transformación Social*, Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 30 y 31 de agosto de 2012. Disponible en: <http://www.eci.unc.edu.ar/coloquio40/ponencias/mesa4/Corbiere-Guida.pdf>
- Costa, R. (2010) (2010) "Acerca de la comprensión/explicación. Una aproximación desde Max Weber", en: *ConCiencia Social. Nueva Época*, Año X, N° 13, Editorial Espacio/ETS-UNC, Córdoba, Junio 2010, págs. 61-70.
- Costa, R. L. y Mozejko, T. D. (2002) *Lugares del Decir*, Homo Sapiens, Rosario.
(2001) *El discurso como práctica. Lugares desde donde se escribe la historia*, Homo Sapiens, Rosario.
(2009) *Gestión de las prácticas: opciones discursivas*, Homo Sapiens, Rosario.
- De Moraes, D. (2011) *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*, Paidós, Buenos Aires.
- Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias. Página web: <http://espacioabiertotelevisorascomunitarias.canal4.org.ar/>
- FARCO (2010) *Todas las voces todos*, Ediciones FARCO, Buenos Aires.
- Fraser, N. (1997) *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición 'postsocialista'*, Universidad de los Andes y Siglo del Hombre Editores, Bogotá.
(2006) "Reinventar la justicia en un mundo globalizado", en: *New Left Review*, N° 36, enero/febrero 2006, Ediciones Akal, Madrid.
- Jaimes, D. (2011) "Actores de reparto o protagonistas en el nuevo escenario comunicacional", en: *PNCé*, N° 4, Buenos Aires, 2011. Disponible en: <http://pnce.com.ar/index.php/historial/pnce-nro4/81-actores-de-reparto-o-protagonistas-en-el-nuevo-escenario-comunicacional.html>
- lavaca (2006) *El fin del periodismo y otras buenas noticias. Los nuevos medios sociales de comunicación: una hipótesis y una guía*, Ediciones lavaca, Buenos Aires.
- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y Decreto Reglamentario 1225/2010.
- Lozano, Luis y De Charras, Diego (2012) "Los desafíos del pluralismo", en: *Página/12*, Buenos Aires, 25/09/2012. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-204156-2012-09-25.html>
- Marino, S. (2011) "Medios comunitarios y ley: avances, límites y desafíos de un proceso novedoso", en: *PNCé*, N° 4, Buenos Aires, 2011. Disponible en: <http://pnce.com.ar/index.php/historial/pnce-nro4/82-medios-comunitarios-y-ley-avances-limites-y-desafios-de-un-proceso-novedoso.html>
- Mastrini, G. (2012) Conferencia en Panel "Políticas y planificación de la Comunicación", en: *1º Coloquio de Comunicación para la Transformación Social. Nuevos desafíos en Latinoamérica*, ECI, UNC, Córdoba, 31 de agosto de 2012 (mimeo).

- Mata, María Cristina (2006) "Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación", en: *Fronteiras. Estudos Midiáticos*, Vol. 8, N° 1, Unisinos, Porto Alegre, enero/abril 2006, págs. 5-15.
- Pasquali, Antonio (1991) "Qué es una radiodifusión de servicio público", en: *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*, Monte Ávila Editores, Caracas.
- Piccone, Néstor (2011) Comunicación Personal, 28/11/2011.
- Rabotnikoff, Nora (1997) *El espacio público y la democracia moderna*, Instituto Federal Electoral, México DF.
- Red Nacional de Medios Alternativos. Página web: <http://www.rnma.org.ar/nv/index.php>
- Segura, M. S. (2011a) "Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009)", tesis del Doctorado en Ciencias Sociales, UBA (mimeo).
- (2011b) "La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática", en: *Argumentos. Revista de Crítica Social*, N° 13, Instituto Gino Germani (IGG), Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires. Disponible en: <http://argumentos.fsoc.uba.ar>
- (2011c) "De lo alternativo a lo público. Las tomas de posición de las organizaciones sociales en vistas a democratizar las comunicaciones (Argentina, 2001-2009)", en: *Derecho a Comunicar*, Año 1, N° 2, Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México DF, México, mayo-agosto 2011. Págs. 205-226. Disponible en: <http://www.derechoacomunicar.amedí.org.mx>
- SINCA "Mapa Cultural de la Argentina". Disponible en: (<http://sinca.cultura.gov.ar/sic/mapa/>)
- Vinelli, N. (2012) "Ley de medios y el 7D: el día después", en *Sudestada*, N° 114, Noviembre de 2012. También disponible en: <http://www.barricadatv.org/?p=323>
- (2011) Comunicación Personal, 21/11/2011.
- Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (comps.) (2004) *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, Peña Lillo/Continente, Buenos Aires.