

Vivir un poco
cada día, R6
Macc

Agitar la palabra

Participación social y democratización de las comunicaciones

Prólogo de *Washington Uranga*

fch



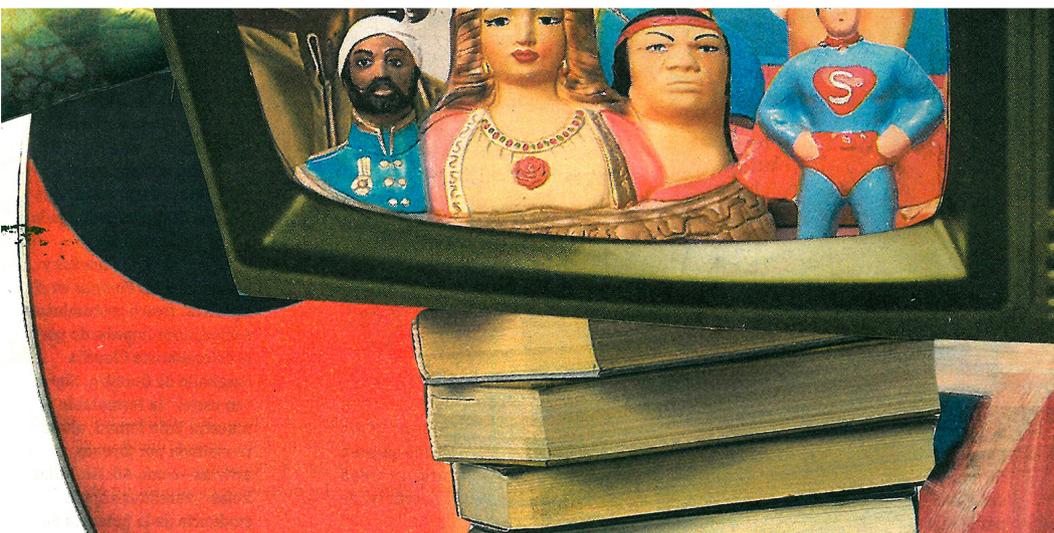
Directora: **María Soledad Segura**

Coordinadores: **Mariela Villazón
y Emiliano Díaz**

Agitar la palabra

Participación social y democratización de las comunicaciones

Prólogo de Washington Uranga



fch



Directora: **María Soledad Segura**

Coordinadores: **Mariela Villazón
y Emiliano Díaz**





Agitar la palabra : participación social y democratización de las comunicaciones / Mariela Vanesa Villazon ... [et.al.] ; coordinado por Emiliano Díaz ; edición literaria a cargo de María Soledad Segura ; ilustrado por Paula Lobera ; con prólogo de Washington Uranga. - 1a ed. - San Luis : Ciudadanía y medios, articulaciones y contextos, 2014. E-Book.

ISBN 978-987-45630-0-2

1. Participación Social. 2. Democracia. 3. Comunicaciones. I. Villazon, Mariela Vanesa II. Díaz, Emiliano , coord. III. Segura, María Soledad, ed. lit. IV. Lobera, Paula, ilus. V. Uranga, Washington, prolog. CDD 301

Fecha de catalogación: 25/09/2014

Agitar La Palabra
Participación social y democratización de las comunicaciones

Directora María Soledad Segura

Coordinadores Mariela Villazón y Emiliano Díaz

Ilustraciones Paula Lobera
Diseño y diagramación Cecilia Rodoni

Facultad de Ciencias Humanas
Universidad Nacional de San Luis

INDICE

Prólogo	6
Introducción	12
María Soledad Segura	
Primera Parte	
Movimientos por la reforma del sistema mediático	20
La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en Córdoba	21
María Soledad Segura	
¿Otro país? La democratización de las comunicaciones en San Luis	42
Verónica Longo	
Segunda Parte	
Organizaciones territoriales y la nueva Ley Audiovisual	50
Antes y después de la Ley Audiovisual. Prácticas de comunicación en movimientos territoriales	51
Natalia Gabriela Traversaro	
Los movimientos territoriales y la implementación de la Ley Audiovisual. El Frente Popular Darío Santillán	67
Joaquín Urioste	
Tercera Parte	
La comunicación en colectivos socio-políticos y culturales	75
Política y comunicación. Las prácticas de la organización Casita Cultural	76
Mariela Villazón	

INDICE

Prácticas subalternas. Los derechos a la comunicación y la cultura de las mujeres de Bajada San José	84
Gabriela Bard Wigdor	
Movimientos que utilizan las TIC en espacios urbanos y mediáticos. El Frente de Mujeres K.....	99
Cecilia Rodoni y Ana Silvina Maldonado	
Cuarta Parte	
Medios del sector social	108
“Odeia a mídia? Seja a mídia!” Problematizações sobre o Centro de Mídia Independente do Brasil	109
Anderson David Gomes dos Santos	
Una cooperativa de TV merlina en el Programa Polos Audiovisuales.....	122
Mariela Quiroga Gil	
Quinta Parte	
Medios públicos, acceso y participación	135
Projetos comunicacionais e democratização dos meios na América Latina. A experiência do sistema multimidiático TeleSUR	136
Tabita Strassburger	
TV Brasil e NBR. O caso brasileiro no processo de democratização dos meios de comunicação na América Latina	148
Rafael Foletto	



Agitar los sueños

Washington Uranga

Como queda de manifiesto en casi todos los textos que componen este trabajo colectivo maravillosamente titulado “Agitar la palabra”, ningún debate sobre la democratización de la comunicación -por lo menos en los términos que aquí se plantean- podría ser posible sin el cambio de escenario político cultural ocurrido en los últimos años en gran parte de nuestros países de América del Sur. Sin embargo, no basta con decir que hay otras condiciones, que hay mejor situación económica y social, que avanzó la política. Aunque todo esto sea cierto. Sin perder de vista tampoco las diferencias que sin lugar a dudas quedan de manifiesto de país a país y los matices que cada lector aporta a partir de su propio análisis y perspectiva política. Pero lo que resulta más importante de destacar a los efectos de nuestro debate es que cambiaron los actores que protagonizan el escenario político y de la comunicación. Porque los hay nuevos que irrumpieron y porque los tradicionales se modificaron.

Nuevos Sujetos de la Política

Hay más actores involucrados. Hay más actores interesados en la política en general y en incidir en los distintos escenarios donde la política se hace presente. Se abrieron las compuertas que durante muchos años tuvieron retenidas las ansias y las posibilidades de participación. Como aguas llamadas a penetrarlo todo, la participación se coló, inundó y se instaló en ámbitos nunca antes imaginados, allí donde hubo un espacio para ocupar o ganar. Y donde esa posibilidad no existió, la voluntad de incidir actuó -quizás lenta pero firmemente- horadando el territorio que en otro tiempo le fue adverso, construyendo senderos y plantando



mojones que comenzaron a verse como hitos significativos de una nueva era para nuestros pueblos.

Y aquí cabe también el valor del verbo “agitar”. Porque -de la misma manera en que en otros momentos vimos cómo la comunicación popular y comunitaria trazó un camino desprovisto antes de teorías- ahora observamos de qué manera estos nuevos actores ingresaron en el espacio público muchas veces con urgencias, sin agenda, sin itinerario y, quizás, sin rumbo, pero con energía, generosidad en la entrega y la decidida vocación de ser intérpretes de una historia digna de ser vivida y protagonizada por ellos mismos. Historia que debía ser modificada en el más breve tiempo, a partir de otros valores, sobre la base de sueños renovados y mediante otros modos de hacer.

En ese “torbellino” participativo hubo apresuramientos (¡por cierto!), falta de métodos claros (¡sin duda!) y muchos errores (¿quién podría negarlo?). Se cometieron fallas, hubo contradicciones y se sigue incurriendo en innumerables deslices. Algunos fruto de la inexperiencia, otros como resultado de viejos vicios de protagonismo, intransigencia o resabios de vanguardismo recalentado. Pese a ello, ese escenario de participación en el que nos sumergimos nos fue llevando de la mano hacia la reconfiguración de los roles y la ampliación del espectro de los sujetos participantes. También a salir de la lógica excluyente de la “militancia” (entendida como una categoría en sí misma y un lugar reservado para pocos) para incluir (y sirve también la palabra a este fin) a muchos otros y otras que se sintieron convocados.

Fue proceso de aprendizaje en el que estos nuevos actores fueron re-aprendiendo y re-creando la forma de participar y de hacer política. Otros se iniciaron y aportaron fresca aún desde la inexperiencia. No pocos tuvieron que “acostumbrarse” y, en cierta manera, re-aprender las formas de actuar en legalidad después de haber atravesado una larga noche de marginalidad y exclusión. El entrecruzamiento de los diferentes recorridos enriqueció a todos aún a costa de agregarle complejidad al proceso. Todavía hoy convivimos con esta realidad.

Podríamos decir que cambió el sujeto de la política, pero también la política misma. El sujeto se hizo diverso y plural. Quizás también menos previsible, más heterogéneo, más diverso. Probablemente menos parecido al “militante” clásico, encuadrado e ideológicamente más formado y alineado, pero sin duda más cercano y similar al ciudadano y a la ciudadana común, ese que solemos llamar “de a pie”. Como consecuencia la política comenzó a transitar también por otra agenda: la de la cotidianidad. Y si bien la política no dejó de lado las cuestiones de la “macro política” y de la gestión de gobierno, la agenda se amplió al campo de las reivindicaciones más tangibles (desde el salario y la vivienda, hasta la infraestructura del barrio; desde los comedores populares hasta los espacios para el deporte y el esparcimiento). Los llamados movimientos sociales hicieron punta, abrieron caminos, fueron “incorrectos” en sus concepciones y hasta “molestos” en los métodos. Con ellos aprendimos que los nuevos tiempos demandaban también otras formas de ser y de actuar. Las agendas también estallaron en pedazos; se destrozaron los viejos decálogos que determinaban los



Límites de la política para incluir los nuevos temas de agenda: género, diversidad, identidades, capacidades diferentes, ambiente... y la lista sería interminable.

Cambió la política y cambiaron los sujetos. Podríamos decir que la política generó nuevos dominios de saber, otras formas de conocer y, por lo tanto, otras maneras de resolver los problemas y las situaciones. Es decir, una nueva metodología para la acción política. Finalmente esos nuevos dominios de saber aportaron a la constitución de otros actores, nuevos perfiles y, también, otra praxis política.

Nuevos Sujetos de la Comunicación

Estos nuevos e incómodos sujetos de la política comprendieron también que lo público, entendido como aquello que pertenece a todos y todas y que tiene que ser puesto también al servicio de la comunidad de manera justa y apoyada en una perspectiva de derechos, no les podía resultar (no les era) un escenario ajeno. No hablamos de cambios radicales, de mudanzas del día a la noche. Vivimos en tiempos de transición donde lo nuevo y lo viejo conviven. Convivencia dentro de la cual la agitación constructiva apunta a que lo nuevo emerja, se constituya y vaya dejando atrás lo viejo y lo perimido. Antes hubo que concluir que lo público si bien incluye y contiene al Estado, no es privativo de éste ni mucho menos del Gobierno entendido como sujeto responsable de la gestión del Estado. Lo público es un ámbito de corresponsabilidad del Estado y de la Sociedad Civil.

Lo público (desde la plaza como espacio material y tangible, hasta la política pública como ámbito simbólico pero no por ello menos concreto) se visualizó como un lugar para intervenir, un escenario para actuar e incidir, al que los sujetos, pero sobre todo los grupos, las comunidades, las organizaciones, los movimientos, tenían derecho a moldear, a configurar de una determinada manera. La traducción de lo anterior fue la decisión de incidir -de la manera que fuese- en la conformación de la plaza, pero también en el establecimiento de los lineamientos de la política pública.

Definitivamente la política, que había estado vedada primero y adormecida y extraviada después, ahora se reconocía como un escenario inevitable para la reconstrucción de una democracia que quiere llegar a su madurez apoyada en una visión integral de derechos.

No hubo tema ni ámbito que pudiera quedar por fuera. Las políticas sociales, la educación, el microcrédito y la economía social, pero también la familia y la religión, para insinuar apenas campos de acción que no pretenden agotar la enunciación.

¿Y la comunicación?

A impulsos de la impronta participativa la comunicación se transformó en escenario a agitar. Una especie de campo de batalla político-simbólico-cultural



sobre el que estos nuevos actores decidieron avanzar teniendo en claro que había allí un teatro de lucha simbólica por el poder. En Argentina la Coalición por una Comunicación Democrática -que reunió a organizaciones muy diversas- fue una expresión muy clara de esta voluntad. Pero no la única. Muchas iniciativas, esfuerzos y propuestas confluyeron en el reconocimiento de que el escenario de la comunicación era estratégico en la disputa por el poder y la legitimidad democrática.

De manera concurrente el derecho a la comunicación, comprendido desde la integralidad de una perspectiva de derechos, se instaló no apenas como un derecho más, sino como un derecho habilitante de otros derechos, llave para garantizar el abanico complejo de derechos que sirven de cimiento a la dignidad de las personas. Sin derecho a la información y a la comunicación todos los restantes derechos terminan velados, cuando no vedados.

Democratizar la comunicación se transformó entonces en una lucha política más allá de los comunicadores y de las comunicadoras, más allá de los profesionales, profesionalizados o vocacionales del campo. Democratizar la comunicación se convirtió en un objetivo político imprescindible para aquellos nuevos actores.

También aquí la práctica anticipó a la teoría. Por eso las páginas que siguen aportan reflexividad y mirada crítica a acciones que, en su momento, no se detuvieron a reparar en teorías que las orientaran. Hicieron, transformaron y, por esta misma vía, forjaron actores que hasta poco antes eran inéditos para la comunicación y, al mismo tiempo, renovaron (¿obligaron a renovarse?) a los actores tradicionales. Se inauguraron nociones, se generaron claves de lectura desde las prácticas, ejes conceptuales e interpretativos que hoy nos ayudan a incorporar inteligibilidad a las experiencias.

Cambió también el escenario. Lo que antes era alternativo quiso ya no serlo para reconocerse parte integral de la comunicación en letra mayúscula y en toda su complejidad sistémica, económica, tecnológica, cultural, política. Los “alternativos” de antes decidieron “jugar en primera” y dar la batalla del lenguaje, la de la estética, la del acceso a públicos diversos y a la masividad, mientras reivindicaban su institucionalidad y buscaban la manera de recomponerse tecnológica y económicamente. Todo ello intentando no resignar historia, valores y conquistas. Tarea nada fácil. Esta actitud dio lugar a disputas por el espacio más allá de los resguardos legales establecidos por las normas, como en el caso de la Argentina con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Surgieron debates y confrontaciones, algunas que son el resultado de antiguas diferencias y otras que emergen a raíz de las nuevas condiciones. Lo importante es que todo hacía evidente que la agitación estaba en marcha y que ese solo hecho no podía sino catalogarse positivamente.

El escenario de la comunicación es uno solo. Diverso, plural, multifacético, también dispar en lo económico y en lo tecnológico, en el que existen también



centro y periferia y en el que aún perduran las exclusiones. Pero en todo caso, un solo escenario.

Por otra parte los instrumentos, las herramientas y las tecnologías de la comunicación se transformaron en un recurso apetecido por los actores sociales, las organizaciones y los movimientos para canalizar e impulsar sus prácticas políticas. El vertiginoso desarrollo tecnológico abrió innumerables puertas y posibilidades. Actores que antes no participaban de lo comunicacional se incorporaron, ya sea por necesidad, ya sea por convicción.

Comunicación y Política

La comunicación se convirtió es un escenario de disputa, ahora abierto y declarado, para la política.

Comunicación y política adquirieron entre sí una familiaridad no vista antes. Y de manera inesperada para muchos, las prácticas y los métodos de la comunicación popular y comunitaria ingresaron sin ser invitados en el ámbito de la comunicación masiva para disputar con la perspectiva del periodismo liberal, presuntamente neutro, objetivo, pretendidamente independiente. La comunicación y la política se entreveraron y se revolcaron de manera irrespetuosa y pecadora (por lo menos para algunos) para acabar casi definitivamente con algunos mitos como la “objetividad” y la “independencia”.

Quedó en claro que de lo que se trataba, ni más menos, era de “agitar la palabra” para convertirla en un arma de lucha política en el escenario público y en función de una democracia plena basada en derechos.

Sirvió también para recuperar viejas certezas (circunstancialmente derrotadas pero no perimidas) resultantes del debate del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) tales como que no hay sociedades verdaderamente democráticas sin comunicación democrática y que, al mismo tiempo, la democracia de la comunicación es el principal reaseguro de la democracia política y ciudadana. Por eso democratizar la comunicación es una lucha política y la política hoy no puede prescindir de la comunicación. Sólo hay democracia plena en sociedades donde también se puede garantizar el derecho a la comunicación.

En la disputa entre comunicación y política, la primera cobró una trascendencia no vista antes, también a caballo del desarrollo tecnológico. Y la comunicación (y los comunicadores) emprendieron la reconfiguración de la política. A través de la comunicación ingresaron otros actores a la política. Algunos porque reconocieron claramente un escenario de disputa por el poder. Otros porque encontraron en los medios, los instrumentos y las tecnologías las herramientas para avanzar en sus objetivos y propósitos, para canalizar y hacer más efectiva su vocación de incidencia.



Agitar la Academia

En la línea de lo que venimos señalando los trabajos que siguen a este prólogo constituyen una herramienta sumamente importante para “agitar la academia”, proponiendo lecturas que permiten interpretar lo que nos ocurrió y lo que está pasando en materia de democratización de la comunicación.

Gracias a todos/as los/las autores por sus aportes en este trabajo colectivo. Porque presentan experiencias, ejemplos, y porque lo hacen de manera reflexiva generando criterios, ejes de lectura, claves de interpretación. Es la manera más fructífera de contribuir desde la academia a darle inteligibilidad a las prácticas de comunicación. En ningún caso se rehúye la íntima relación entre comunicación y política, sin la cual sería imposible comprender la una y la otra. Es significativo, es importante. Tampoco faltan las referencias autocríticas, absolutamente imprescindibles si queremos transitar el futuro a pie firme, sin certezas pero con seguridad respecto del rumbo escogido. Esto último es una muestra de honestidad pero también de inteligencia.

Gracias por la invitación que me extendieron para participar del proyecto de esta manera y con esta humilde reflexión. Sumar estas páginas al trabajo realizado constituye para mí un honor que valoro de manera muy trascendental.

Sin duda también que la agitación de los procesos comunicacionales sirve en este caso para aplicar revulsivos a nuestras teorías y a nuestras presuntas certezas académicas. Las contribuciones del libro valdrán además para poner en cuestión -afortunadamente- las seguridades tantas veces instaladas en los discursos académicos y en nuestras aulas.

¡Bienvenida sea la agitación y bienaventurados/as los agitadores y las agitadoras! Estamos vivos/as, somos capaces de seguir soñando y trabajando para alcanzar nuestros sueños.



INTRODUCCIÓN

María Soledad Segura

A pesar de que las disputas sobre las políticas de comunicación en Latinoamérica en este siglo XXI parecen restringirse al enfrentamiento entre los gobiernos y las principales corporaciones mediáticas de cada país, las organizaciones de la sociedad civil tuvieron un inédito protagonismo en su debate y formulación. Estas entidades tradicionalmente desapoderadas han abogado por reformas de legislaciones de comunicación que aseguren la diversidad y, en particular, la participación del sector social-comunitario en la prestación legal de servicios audiovisuales.

En 2004, en la Argentina se conformó la Coalición por una Radiodifusión Democrática: una amplia alianza de organizaciones sociales, gremiales, universitarias, de derechos humanos, pueblos originarios y radios comunitarias, de frontera e indígenas, que elaboró, consensuó e impulsó los 21 Puntos por una Radiodifusión para la Democracia, principios que cinco años después fueron tomados como fundamentos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La Coalición fue la primera alianza de este tipo construida en Latinoamérica. En Brasil, en 2009 el Forum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), junto con otros movimientos sociales, presentó la Plataforma para un Nuevo Marco Regulatorio de las Comunicaciones en Brasil. Esto fue producto del debate que ese año se dio en la primera Conferencia Nacional de Comunicación (CONFECOM) convocada por el gobierno federal y organizada por representantes estatales, empresariales y del sector social para discutir y negociar políticas y regulaciones del área. Articulaciones semejantes se produjeron también en estos años en Uruguay, Ecuador, Bolivia y México.

A pesar de su gran diversidad, su inserción local y territorial, su permanente lucha por la inclusión legal en el sistema comunicacional de cada país y su enorme trabajo cotidiano, el sector no lucrativo es el menos poderoso de los tres sectores de la radiodifusión. En varios países de la región, las entidades sin fines de lucro están legalmente excluidas de prestar el servicio (Guatemala, México, Paraguay) y en otros se las autoriza con restricciones que limitan su área de cobertura y sus fuentes de financiamiento



(Chile, Brasil). Las entidades del sector social-comunitario poseen, además, menores recursos económicos que las empresas mediáticas y el Estado para prestar estos servicios. Se trata, asimismo, del sector menos visibilizado de las industrias culturales en el subcontinente.

Estos actores más débiles, en las particulares circunstancias que atraviesa la región, han conseguido tener cierta capacidad de incidencia en los procesos de reformulación de políticas públicas de comunicación. Consiguieron que varios de los principios que impulsaban, se plasmen en las nuevas normativas sancionadas. Como resultado de esa lucha, el sector sin fines de lucro, históricamente confinado a la ilegalidad, ha comenzado a ser legalmente reconocido como prestador de servicios de radio y televisión en los países latinoamericanos que sancionaron nuevas leyes de radiodifusión desde 2004 (Venezuela, Uruguay, Argentina, Bolivia, Ecuador) y en algunos de ellos se les otorga un lugar de privilegio al reservarles un tercio del espectro radioeléctrico (Argentina, Uruguay y Bolivia¹). Consiguieron, asimismo, que las nuevas normas de algunos países como Argentina crearan instituciones estatales participativas de definición, implementación y control de las políticas de comunicación de las que las organizaciones sociales participan. Y en algunas de estas nuevas leyes se establecen cuotas de pantalla para la producción propia, local, nacional e independiente, lo que favorece también la participación del sector no lucrativo en la producción de contenidos.

En todos los países que reconocieron legalmente al sector sin fines de lucro, y más aún en aquellos que le reserva un tercio del espectro radioeléctrico, el escenario para las radios y televisoras comunitarias se ha modificado sustancialmente a su favor. Esto presenta nuevos desafíos. En especial, requiere una nueva escala de gestión institucional y económica, y genera expectativas sobre el aporte que su producción temática y estética pueda hacer a la diversidad y el pluralismo comunicacional. Además, instala el debate sobre cómo respetar los derechos laborales sin afectar la sustentabilidad de estos medios, y acerca de los derechos de autor cuando se trabaja con copy left y creative commons. Asimismo, es clave el tipo de vínculo que establezcan con el Estado.

Además de su incidencia en las leyes y políticas de comunicación, es destacable otro enorme logro de la sociedad civil que interviene en comunicación en Latinoamérica en este siglo. Alcanzó importantes niveles de influencia en instalar este debate, su contenido y orientación (de acuerdo a los principios de democratización de las comunicaciones y el derecho a la comunicación) no sólo en la agenda gubernamental, sino también en la opinión pública. En gran medida gracias a su accionar, la discusión sobre la comunicación, el rol de los medios, su relación con la política y su papel en democracia excedió la esfera de los especialistas para instalarse en toda la ciudadanía, en los diferentes sectores sociales.

Sin embargo, al analizar los procesos de implementación de las nuevas normas, los logros de las organizaciones sociales de cada país latinoamericano son dispares. En general, el sector social-comunitario está teniendo dificultades para disfrutar de las promesas de las nuevas leyes.

Al mismo tiempo, si bien los medios populares, comunitarios y alternativos en La-

1- En rigor, la norma boliviana reserva un 17 por ciento del espectro para el sector social y otro 17 por ciento para pueblos originarios.



tinomérica cuentan ya varias décadas de existencia, desde fines del siglo pasado se multiplicaron notablemente las experiencias de comunicación alternativa en el subcontinente. De acuerdo con las nuevas condiciones tecnológicas de producción, las agendas de los movimientos sociales y las formas de organización política, estos medios adquirieron nuevas modalidades por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación e internet, asumieron nuevos tópicos como las luchas anti-globalización y ambientalistas, diferentes formas organizativas asamblearias, horizontales y articuladas en redes regionales, nacionales e internacionales, y fueron impulsadas por otros sujetos como los movimientos altermundistas.

Esto pone en evidencia la relevancia que adquirió en los últimos años el accionar de la sociedad civil en relación con las políticas y prácticas de comunicación en la región, en particular, con la lucha por democratizar los sistemas comunicacionales de cada país.

Problemáticas Teóricas

El análisis de estos procesos pone en debate algunas problemáticas teóricas. Por un lado, los artículos compilados abordan diversos modos de incidencia de la sociedad civil en la definición e implementación de políticas de comunicación. Por ende, cuestionamos la concepción de las políticas públicas definidas exclusivamente por las élites políticas y económicas. Asumimos una perspectiva conflictiva y constructivista de los procesos de definición de normas y políticas que reconoce el papel de los actores sociales y las disputas de poder que implican la redefinición de las reglas. No realizamos, por lo tanto, un abordaje sólo de sus aspectos formales, institucionales y administrativos de modo pretendidamente neutral, sino en tanto proceso conflictivo en el que se ponen en juego intereses ligados a posiciones y poderes relativos² (Freedman, 2013).

Esto conduce a problematizar también la relación que la sociedad civil mantiene con el Estado y el mercado. Partimos de una visión de la sociedad civil como un espacio heterogéneo con autonomía relativa frente a los otros dos sectores. Por eso, procuramos reflejar su complejidad e interrelaciones. Nos distanciamos, por lo tanto, de una visión de la sociedad civil como el ámbito homogéneo y puro (desinteresado) que se enfrenta a las tendencias totalitarias del Estado como ente cuyo único objetivo es la dominación y a las tendencias explotadoras del mercado como ámbito orientado sólo por el interés³ (Sorj, 2010).

En efecto, sostenemos que las organizaciones de la sociedad civil desarrollan prácticas estratégicas en relación con los otros dos sectores. Estas prácticas son comprensibles como realización no necesariamente consciente ni racional de opciones entre las posibles, e independientes de que su resultado sea o no rentable (funcional, legitimante) para él. El espacio de posibles es definido por las condiciones que operan como límites y como posibilidades de acción. Estas condiciones varían de acuerdo con el lugar social y el poder relativo de quienes producen las prácticas. Desde este enfoque, lo central para la comprensión/explicación de las prácticas, no es sólo su fundamento y/o contenido

2- De modo similar, la perspectiva constructivista del derecho "entiende que él no es solamente el producto del debate legislativo o de razonamientos judiciales: es el resultado de procesos culturales complejos en los que intervienen distintos actores sociales e institucionales, desde diferentes posiciones de jerarquía y poder y con distintos recursos a su disposición" (Álvarez Ugarte, 2013: 1).

3- Permite, asimismo, plantear la relación entre lo nacional y lo global, en la medida en que los tres sectores (Estados, corporaciones privadas y organizaciones sociales) actuaron en los dos planos en lo que a políticas de comunicación se refiere. Sin embargo, los trabajos compilados demuestran que, a diferencia de quienes profetizan el fin del Estado y su reemplazo por instancias supranacionales de decisión, los Estados siguen siendo la instancia central de regulación de lo público y la única capaz de garantizar derechos a los ciudadanos frente a las fuerzas del mercado.



ideológico, sino el lugar de los agentes sociales que las producen, y la puja por la definición e imposición de sentidos en la que intervienen (Costa & Mozejko, 2002).

Nos interesa analizar, en particular, los niveles de participación e incidencia en las políticas de comunicación que estas organizaciones obtuvieron como resultado de sus prácticas estratégicas. Los grados y tipos de influencia alcanzados por estas organizaciones son diversos y se vinculan con las particulares relaciones que mantienen con los gobiernos, las empresas mediáticas y la ciudadanía en cada país. Sus logros se pueden medir en varias etapas: en el debate de las reformas, en la definición de las nuevas normativas, en el proceso de implementación y control de las leyes, y en los beneficios obtenidos de su aplicación.

Dado que la participación social es una de las condiciones de la democracia directa, este debate nos plantea la discusión sobre los tipos de democracia y al complejo vínculo entre sistemas de democracia representativa y mecanismos participativos (Del Águila & Vallespín, 2003). En particular, estamos hablando de la democratización de las comunicaciones, condición necesaria para la democratización política. En relación a esto, es relevante identificar los mecanismos específicos en que nuevos tópicos y perspectivas adquieren aceptabilidad pública y los particulares modos en que nuevos sujetos y modalidades expresivas obtienen legitimidad para plantearlos en el espacio público (Fraser, 2006).

En este sentido, en ruptura con visiones instrumentalistas de la comunicación en la política, asumimos que el derecho a la comunicación es condición necesaria –aunque no suficiente– para la disputa por otros derechos civiles, sociales y políticos. Su ejercicio permite formular una demanda común, redefinir antiguos tópicos, plantear nuevos temas en el espacio público, construir una identidad colectiva y presentarse en el espacio público como sujetos políticos para demandar, proponer, visibilizar, hacerse escuchar.

De acuerdo con los principios reflejados en el Informe MacBride (1980), consideramos al derecho a la comunicación como superador de las libertades y derechos vinculados a ésta (a la libertad de expresión, al acceso a la información), como derecho humano del mismo rango que los derechos a la salud y la educación, y como condición necesaria de la democracia y el desarrollo de los pueblos. Desde esta perspectiva, las prácticas y políticas contribuirían a democratizar las comunicaciones en la medida en que promuevan: acceso al consumo y la producción comunicacional; participación en la producción y gestión de medios y en la definición de políticas para el sector; derecho universal de toda la población, no sólo ya de los propietarios de los medios de comunicación ni de los profesionales que ejercen el periodismo; diversidad de actores en el sistema mediático y de contenidos; y equidad en la circulación de la comunicación. A diferencia de la perspectiva liberal, este enfoque conduce a promover un Estado interventor y garante del Derecho a la Comunicación, como instancia privilegiada de construcción y regulación de lo público.

Además, consideramos a la democratización de las comunicaciones como un proceso con diversos niveles de concreción, que los grupos sociales redefinen en cada momento histórico y al que contribuyen diferentes iniciativas estatales, sociales y hasta



mercantiles. No adscribimos, por lo tanto, a la concepción de la democracia comunicacional como un estado definido a priori que es necesario alcanzar. Por el contrario, sostenemos que es un proceso que se da indisolublemente ligado a las demandas de reconocimiento y ampliación de otros derechos sociales y políticos, y a las luchas de poder en las sociedades de la región⁴.

Marcas de Origen

Esta publicación es producto de la articulación entre los equipos de investigación del PROICO “Comunicación y Ciudadanía: actores, prácticas y sentidos” de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis dirigido por Rosa Soria Boussy, y del proyecto “La sociedad civil en las disputas por los derechos a la comunicación y la cultura” dirigido por María Soledad Segura en el Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba.

Los artículos compilados fueron producidos en el marco de dichas investigaciones y de los siguientes trayectos de formación dictados por María Soledad Segura: curso de posgrado “La ciudadanía organizada y la democratización de las comunicaciones en la Argentina” coordinado por Verónica Longo en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis en 2013; el seminario “Las disputas por democratizar las comunicaciones en Latinoamérica. Las tomas de posición de las organizaciones de la sociedad civil en el siglo XXI” coordinado por Alberto Efendy Maldonado de la Torre en el Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos en 2011; y el seminario optativo “El sector social y las disputas por el derecho a la comunicación” en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba en 2013 y 2014.

Este libro surgió por iniciativa de Verónica Longo a quien agradecemos especialmente su convocatoria, ideas, estímulo y esfuerzos constantes por el trabajo conjunto. Reconocemos también la hospitalidad, apertura y tarea de articulación de Rosa Soria Boussy en San Luis y de Alberto Efendy Maldonado de la Torre y Jiani Adriana Bonin en São Leopoldo, quienes incentivaron el trabajo de las y los integrantes de sus equipos. Asimismo, celebramos la calidez y acompañamiento de Washington Uringa en esta y otras iniciativas conjuntas.

Las diferentes condiciones de producción tanto socio-políticas como académicas de cada una de las tres ciudades y universidades de las autoras y los autores de los capítulos, así como sus diversas trayectorias enriquecen la diversidad de los casos empíricos abordados, de los contextos locales y nacionales en los que se desarrollan y de los enfoques y modalidades de trabajo.

En la Primera Parte, titulada “Movimientos por la reforma del sistema mediático”, se analizan las estrategias, oportunidades y limitaciones de las organizaciones sociales que impulsaron diversos modos de democratizar las comunicaciones en la Argentina en los últimos 15 años. Las características que asumieron estos procesos son analizados

4- Esto cuestiona las teorías de los países centrales sobre las demandas “post-materialistas” de los movimientos sociales en sociedades con sus necesidades materiales supuestamente satisfechas. En nuestra región, estos procesos muestran con claridad que las demandas por bienes “inmateriales” como la información y la expresión, están estrechamente ligadas a las luchas por otros derechos materiales. En efecto, la movilización de la sociedad civil latinoamericana en torno al derecho a la comunicación comenzó durante las profundas crisis económicas, sociales e institucionales que padecieron los países de la región entre fines de los años 1990 y comienzos de los 2000.



en dos ciudades argentinas de diferentes características. María Soledad Segura muestra cómo, en Córdoba -una de las ciudades más populosas del país-, estas prácticas que inicialmente se centraron en la producción de medios alternativos, al mejorar sus posibilidades de incidencia en políticas públicas, formularon propuestas de reformas legales. En tanto, Verónica Longo analiza por qué ese proceso tuvo baja intensidad en San Luis, provincia con menor cantidad de población, un mercado de medios similarmente concentrado y crucial incidencia del gobierno provincial. Este contrapunto pone en evidencia la relevancia de las relaciones de las organizaciones sociales con los actores del mercado y del Estado como condición de posibilidad para el desarrollo de una sociedad civil activa, fuerte y consolidada que consiga incidir en las políticas públicas.

En la Segunda Parte, “Organizaciones territoriales y la nueva Ley Audiovisual”, Natalia Gabriela Traversaro y Joaquín Urioste abordan las prácticas de participación de algunos movimientos sociales y políticos argentinos durante los debates del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, así como las oportunidades y dificultades a las que se enfrentaron a partir de su entrada en vigencia y las estrategias que desarrollaron. Los artículos muestran la complejidad y profundidad de los desafíos que se presentan en la Argentina para que las organizaciones sociales de este tipo puedan efectivamente ocupar el tercio del espectro radioeléctrico que la norma les reserva.

En la Tercera Parte, “La comunicación en colectivos socio-políticos y culturales”, se analizan las estrategias comunicacionales de agrupaciones de este tipo en el marco de las posibilidades abiertas por el debate acerca de la relevancia que adquiere la disputa comunicacional, cultural y simbólica para las luchas sociales por el reconocimiento y ampliación de otros derechos de ciudadanía en la Argentina. Mariela Villazón estudia su potencial democratizador y analiza empíricamente el vínculo entre comunicación y política en el caso de una organización política y social alternativa de San Luis frente al Estado; Gabriela Bard Wigdor, en el de mujeres organizadas de sectores populares de Córdoba que demandan al Estado; y Ana Silvina Maldonado y Cecilia Rodoni, en el de un movimiento de Buenos Aires articulado orgánicamente con el partido gobernante.

La Cuarta Parte, “Medios del sector social”, se dedica a reflexionar sobre las prácticas de diferentes medios desarrollados por organizaciones de la sociedad civil en Argentina y Brasil. Por un lado, Anderson David Gomes dos Santos analiza el funcionamiento en Brasil de un medio alternativo que trabaja en red a nivel internacional y pone en discusión la relación entre lo local, lo nacional y lo global. Vincula las limitaciones de los medios alternativos en un contexto de alta concentración de la propiedad privada de medios, con la necesidad de impulsar la reforma de las leyes de radiodifusión en ese país. Por su parte, Mariela Quiroga Gil aborda las prácticas desarrolladas por cooperativas que prestan servicios de comunicación audiovisual en la Argentina a partir de la entrada en vigencia de la Ley 26.522, que por primera vez las reconoce legalmente como prestadoras, y de la implementación de otras políticas de comunicación que favorecen su desarrollo.

En la Quinta Parte, “Medios públicos, acceso y participación”, se aborda la relación de algunos de los nuevos medios estatales de la región con sus públicos; el acceso y la

participación social que promueven y posibilitan; sus aportes a la construcción de ciudadanía comunicativa y a otros aspectos de la democratización de las comunicaciones tales como la presentación de nuevos tópicos, sujetos, modalidades expresivas, etc.; sus limitaciones y desafíos. Tabita Strassburger analiza el caso del canal interestatal TeleSUR y Rafael Foletto, el de los canales estatales de Brasil: TV Brasil y NBR.

Con el análisis empírico de estos casos específicos, procuramos hacer un aporte que permita echar luz y plantee nuevas preguntas sobre un tema crucial de las actuales políticas de comunicación en Latinoamérica y aún escasamente abordado por la academia de la región. Esta publicación pretende ser una contribución a las reflexiones e iniciativas tanto de los investigadores, docentes y estudiantes universitarios como de los militantes de la sociedad civil organizada que impulsan una comunicación más democrática en nuestros países.

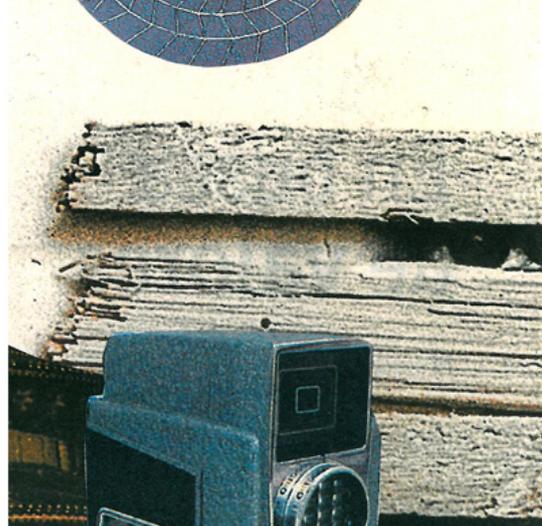




Referencias Bibliográficas

- **Álvarez Ugarte R.** (2013) Una mirada desde los movimientos sociales al pasado, presente y futuro de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En Revista Argentina de Teoría Jurídica, Vol. 14, N° 1, Universidad Torcuato Di Tella: Buenos Aires.
- **Costa, R. L. & Mozejko, D. T.** (2002) Lugares del Decir. Homo Sapiens: Rosario.
- **Del Águila, R.; Vallespín, F. & otros** (1998) La democracia en sus textos. Alianza Editorial: Madrid.
- **Fraser, N.** (2006) Reinventar la justicia en un mundo globalizado. En New Left Review, N° 36, enero/febrero 2006, Ediciones Akal: Madrid.
- **Freedman, D.** (2013) Conferencia en: VIII Congreso Internacional de la ULEPICC “Comunicación, políticas e industria. Procesos de digitalización y crisis, sus impactos en las políticas y la regulación”, UNQ, Quilmes, 10 al 12 de julio de 2013.
- **MacBride, S. & otros** (1980) Communication and Society Today and Tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order, 166-174. Kogan Page: London/Uniput: New York/UNESCO: París.
- **Sorj, B.** (2010) Usos, abusos y desafíos de la sociedad civil en América Latina. Siglo XXI: Buenos Aires.

Movimientos por la reforma del sistema mediático





La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en Córdoba¹

• **María Soledad Segura**

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en 2009 fue la segunda norma en esta materia aprobada por un gobierno constitucional en la historia de la radiodifusión argentina y reemplazó casi 30 años después al Decreto-Ley de Radiodifusión impuesto durante la última dictadura militar. Procuramos mostrar aquí cómo se gestaron y cuáles fueron las condiciones de enunciabilidad (el nuevo estado de la problemática legítima, según Bourdieu) y el espacio de posibles en el que se desarrollaron las prácticas de los agentes que culminaron con la aprobación de la Ley 26.522.

Lo hacemos con la reconstrucción de la micro-historia de las luchas de los agentes vinculados al campo comunicacional en el país, procurando identificar cómo se aliaron y distanciaron, qué propuestas generaron en la búsqueda de nuevas maneras de comunicar, con especial atención al proceso de la primera década del siglo XXI. Tomamos como caso testigo lo sucedido en la ciudad de Córdoba², sin perder de vista las conexiones con lo sucedido a nivel nacional -durante este período se produjeron procesos similares en al menos las otras principales ciudades del país como Buenos Aires, La Plata y Rosario³ e incluso en otros países latinoamericanos.

En la Argentina, a partir de la crisis de 2001-2002, las experiencias que procuraban democratizar las comunicaciones se multiplicaron notablemente y el debate sobre políticas nacionales de comunicación se actualizó en 2004 impulsado por organizaciones sociales, y en 2008-2009 por iniciativa del Gobierno nacional. La disputa por la imposición del sentido legítimo de la comunicación democrática tiene fuertes implicaciones políticas y forma parte del complejo sistema de luchas simbólicas de la sociedad argentina —y también a nivel latinoamericano y transnacional- en estas últimas décadas.

En efecto, en los primeros años de este siglo en los países latinoamericanos se han desarrollado experiencias innovadoras en pos de la democratización de las comunicaciones como las prácticas de observatorios y veedurías de medios, mientras se multiplicaron también las organizaciones que en los países del subcontinente proponen reformas de legislaciones.

• Licenciada en Comunicación Social, Magister en Comunicación y Cultura Contemporánea y doctora en Ciencias Sociales. Docente de las Escuelas de Ciencias de la Información y de Trabajo Social, directora del equipo de investigación “La sociedad civil en las disputas por los derechos a la comunicación y la cultura” en el Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Investigadora de CONICET. Correo electrónico: sole_segura@yahoo.com.ar

1- La primera versión de este artículo fue publicada con el título “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, No 2, Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México DF, mayo-agosto 2011. En el texto se retoman las principales conclusiones de la tesis “Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Argentina, 2001-2009)” del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

2- En esta ciudad en ese período, se registraron muchas y variadas experiencias de este tipo que atribuyen diversos sentidos a la articulación entre comunicación y política. Además, su carrera universitaria de comunicación, su gremio de prensa, sus experiencias de comunicación comunitaria y sus intelectuales del campo tienen en el área una reconocida trayectoria en Latinoamérica

3- Sobre el modo en que se dieron procesos similares en otras ciudades, ver en este libro el capítulo “¿Otro país? La democratización de las comunicaciones en San Luis” de Verónica Longo.



Además, a principios del siglo XXI, se reeditó –luego de 30 años- el debate internacional sobre políticas de 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 la que hoy impulsan la democratización de las comunicaciones a nivel mundial frente a instituciones gubernamentales y corporaciones privadas, a diferencia de hace tres décadas cuando fueron los gobiernos, particularmente los del Tercer Mundo, los que impulsaron estas políticas en los foros multinacionales en el momento histórico de mayor discusión internacional sobre los desequilibrios comunicacionales a nivel mundial (NOMIC, 1973; Declaración de San José, 1976; Informe MacBride, 1980).

Estas prácticas se enmarcan en los debates sobre la articulación entre comunicación y política, específicamente sobre la democratización de las comunicaciones en Latinoamérica.

Las discusiones sobre este vínculo son constitutivas del campo de las teorías y prácticas de comunicación en la región y, desde fines del siglo pasado y particularmente en la primera década del siglo XXI, han sido ampliamente abordadas tanto en investigaciones y eventos científicos del área como en los particulares modos de intervención de numerosas organizaciones sociales y gobiernos en cada país.

En este trabajo, analizamos específicamente las características, recurrencias y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones de la sociedad civil (gremios, ONGs y otras organizaciones sociales) en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar de algún modo las comunicaciones en la Argentina entre diciembre de 2001/marzo de 2009⁴.

Consideramos sólo las prácticas de organizaciones sociales cuyo objetivo central y ámbito de acción específico es la intervención en comunicación, y que han impulsado experiencias que tiendan –de algún modo- a la defensa, reivindicación o ampliación de derechos de comunicación⁵. En este sentido, abordamos lo que Mata denomina “ciudadanía comunicativa ejercida” en tanto “movilización social, política y cultural en torno a esa dimensión de la vida en sociedad”(Mata & otros, 2005).

Es decir, se trata de prácticas que contribuyen a que puedan hacerse presentes en el espacio público actores invisibilizados, silenciados o “despreciados” (cuya voz se considera no autorizada), que las modalidades de expresión legítima y las formas de propiedad de los medios se tornen accesibles a la mayoría, que se incluyan nuevos temas en la agenda pública (Fraser, 1997). O sea que, en términos de filosofía política, la democratización se define en función de los sujetos, temas y condiciones expresivo-culturales y económicas de propiedad.

En el marco de la tradición teórica latinoamericana sobre políticas de comunicación, la democratización se define de acuerdo con los valores de acceso, participación, derecho universal, publicidad, diversidad y equidad. Desde esta perspectiva, podemos afirmar que estas experiencias tienden de algún modo a democratizar las comunicaciones en tanto trabajan por ensanchar las posibilidades de acceso al consumo de productos

4- Si bien todas las organizaciones sociales participan de las disputas simbólicas por la definición de los sentidos legítimos del orden social, sólo analizaremos las estrategias de aquellas cuya especificidad se define por el objetivo de incidir en la modificación de algún nivel de las reglas de juego del sistema comunicacional. No consideramos entonces las prácticas comunicacionales de organizaciones sociales que intervienen en otros ámbitos de lo social y que toman a la comunicación como instrumento para lograr sus reivindicaciones. Tampoco analizaremos las prácticas de organizaciones que, aún habiendo realizado acciones vinculadas a la defensa, ampliación o reivindicación de derechos de la comunicación, éste no sea su objetivo central ni prioritario.

5- Las organizaciones y experiencias cuyas tomas de posición analizamos no necesariamente reconocen sus propias prácticas como tendientes a democratizar el sistema comunicacional ni tampoco se reconocen como grupo. El agrupamiento realizado aquí es fruto de la construcción del objeto de estudio en función de las variables en las que operacionalizamos la noción de democratización de las comunicaciones.



comunicacionales y/o a su producción, las formas de participación social en la producción y gestión, así como en el diseño de políticas del sistema comunicacional, el derecho universal a la comunicación, la diversidad de contenidos y la equidad en la circulación de la información, principios tradicionales de las políticas de comunicación en Latinoamérica.

Como dijimos, consideramos además un particular período en este sistema de relaciones: abordamos las prácticas realizadas a partir de diciembre de 2001 y hasta marzo de 2009. Esta delimitación temporal se basa fundamentalmente en las particulares condiciones existentes en nuestro país en esta etapa. La analizamos en tres períodos. El primero se inicia con el estallido de diciembre de 2001 e incluye las movilizaciones del “año extraordinario” (Svampa, 2008: 82) de 2002 en el que las organizaciones que impulsan “otra comunicación” se multiplican en cantidad y en tipo de experiencias. Un segundo período que coincide con la recomposición institucional en el país entre 2003 y 2007 en el que, junto con la relativa desmovilización social y el regreso de la política a los canales institucionales, decrecen la cantidad de organizaciones de comunicación vinculadas a la movilización y sus niveles de actividad, al tiempo que se mantienen las organizaciones más institucionalizadas y se fortalecen y surgen nuevas experiencias vinculadas a la comunicación como servicio público. Finalmente, un tercer período, que se inicia en marzo de 2008 y está caracterizado por la inclusión de la cuestión comunicacional en la agenda gubernamental, y finaliza en marzo de 2009 con la presentación pública de una propuesta de proyecto de nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual por parte del Poder Ejecutivo Nacional en un inédito marco de enfrentamiento con los medios y de movilización social y debate alrededor del tema.

Un análisis socio-histórico de las prácticas

La democratización de las comunicaciones, en Latinoamérica y en la Argentina o, a la inversa, de los factores que restringen la vigencia de los derechos vinculados a la comunicación, ha sido prioritariamente abordada desde la economía política (Mastrini & Becerra, 2006; Becerra & Mastrini, 2009; Monje, 2013; Smerling, 2013; Abatedaga, 2011), los estudios de políticas de comunicación (Mastrini, 2005; Mastrini & Carboni, 2012; Mastrini, Bizberge & De Charras, 2013; De Moraes, 2011; Waisbord, 2013) y desde perspectivas jurídicas (Loreti, 1995 y 2005; Loreti & Lozano, 2014; Rodríguez Villafañe, 2009; Baranchuk & Rodríguez Usé [coords.], 2011). En estos casos, el acento está puesto en analizar el papel de las empresas mediáticas y los estados en la restricción o garantía del derecho a la comunicación. En tanto, sobre la comunicación como condición para el ejercicio de la ciudadanía y la política, ver Mata, 2002 y Grillo, 2006. Sobre las desiguales posibilidades de ejercicio del derecho a la comunicación y la cultura en relación a las luchas por otros derechos, consultar Barbero, 1981 y Montiel, 2010.

Hay también numerosas investigaciones sobre las prácticas comunicacionales de organizaciones sociales y movimientos territoriales (como Traversaro, 2013) y, particular-



mente de las que usan las tecnologías informáticas y comunicacionales para conectarse y organizar resistencias a los proyectos globalizadores y a políticas de gubernamentales en diversos países (por ej. León, Burch & Tamayo, 2005; Benítez Larghi, 2008). Específicamente sobre los movimientos sociales que dan el debate sobre el sistema comunicacional, se registran varios análisis de los observatorios y veedurías de medios (consultar: Rey, 2003; Solís, 2004 y Erazzo, 2006⁶). Se estudiaron también los medios y redes de comunicación alternativa (sobre experiencias de Argentina a partir de 2001-2002, ver Vinelli & Rodríguez Esperón, 2004; Amman & Da Porta, 2008, entre otros). En cambio, acerca de las luchas sociales por la reforma de legislación sobre comunicación y medios, se registran publicaciones realizadas por militantes comunicacionales y políticos (Busso & Jaimes [comps.] 2011; COPLA, 2011; Lazzaro, 2010; Avila, Calleja & Solís, 2001; Anaya, 2005).

Sin embargo, son todavía escasos los estudios académicos sobre las estrategias de la sociedad civil para incidir en las políticas estatales de comunicación y en el ámbito comunitario para democratizar la comunicación y ejercer ese derecho en las últimas dos décadas (Alvarez Ugarte, 2013; Porto, 2013; Córdoba, 2011; Ramos, 2013; además de trabajos publicados por esta autora). No obstante, son escasos también los análisis de las conexiones entre lo que aquí caracterizamos como dos etapas de un proceso en el ámbito de las prácticas de las organizaciones sociales por la democratización de las comunicaciones en la Argentina, que va del énfasis en lo alternativo al acento en lo público⁷.

No sólo abordamos un problema aún escasamente explorado en los estudios de comunicación sino que, además, lo hacemos desde una perspectiva teórico-metodológica interdisciplinaria que nos permite analizar las prácticas discursivas desde un enfoque socio-histórico, diferente de los explorados hasta el momento en el área.

Una de las principales características de este enfoque, es la de abordar los discursos como prácticas, lo que constituye un principio importante de ruptura tanto con perspectivas deterministas que reducen el discurso a lo social, como con posturas inmanentistas que lo mantienen en un ámbito autónomo y “fuera del mundo”. El hecho de analizar los discursos como prácticas lleva a plantearse la pregunta acerca de los agentes que las producen por una parte, y de las condiciones dentro de las cuales llevan a cabo el proceso de trabajo y producción de los discursos, por otra. Se plantea que los discursos encuentran el principio de comprensión/explicación (Costa, 2010) en el lugar que define la identidad social de los agentes que los producen (Costa & 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 relacionarlos con la posición relativa de poder que define a los agentes que producen las prácticas más que con sus ideas y principios. Es por esto que la probabilidad de las prácticas discursivas de generar efectos sociales no depende tanto de las razones y argumentos desarrollados (la fuerza de la verdad), sino de las posiciones de poder relativo de los agentes sociales que las producen y luchan por imponer.

6- Además, se publicaron varios artículos sobre este tema, pero en su mayoría se trata de trabajos analítico-descriptivos y/o comparativos de las experiencias.

7- Interesa también plantear la “orientación pública” (Fraser, 1997) de gran parte de la comunicación alternativa y, por lo tanto, su apuesta al modelo de comunicación pública, antes que su ruptura con él. Esto nos permitirá asimismo caracterizar estas etapas como parte de un proceso de debate y transformación del sistema comunicacional en la Argentina y no como fases autónomas sin vínculo entre sí.



Esta perspectiva no se centra tanto en las estructuras económicas, legales o de significaciones (como la economía política, el derecho de la comunicación y la semiótica) ni tampoco en los individuos receptores (como algunos estudios culturales), sino que focaliza su mirada en los agentes sociales en tanto sujetos cuya identidad es socialmente definida. De este modo, establece un principio de ruptura tanto con perspectivas deterministas como individualistas para ubicarse en un nivel intermedio entre la necesidad que enfatizan los estudios del nivel macro y la libertad que destacan los del nivel micro, al sostener que los sujetos sociales realizan sus prácticas en ciertas condiciones que marcan tanto los límites como sus posibilidades de acción, y sobre la base de ellas, realizan opciones que no son ni necesarias ni las únicas posibles. En términos más sencillos: el discurso producido no es el único posible, pero tampoco es posible que cualquier sujeto diga cualquier cosa en cualquier momento y lugar.

Además, es un enfoque que realiza su análisis desde la perspectiva del poder, teniendo en cuenta la desigualdad de posiciones entre los agentes y la diversidad de intereses en disputa. Por lo tanto, si bien no niega la importancia de los valores y la ética esgrimidos como argumentos y razones que los agentes dan de sus opciones, no los considera la principal fuente explicativa de las prácticas. De este modo, se distancia también de los análisis normativos que implican evaluar las prácticas, para focalizarse en comprender/explicar por qué los agentes producen las prácticas que producen.

Planteamos tres niveles de interrogantes/problemas con respecto a las prácticas de las organizaciones en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar de algún modo las comunicaciones entre 2001 y 2009.

En el nivel del discurso nos preguntamos: ¿Qué características específicas tienen los discursos producidos por los agentes colectivos (organizaciones) en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar de algún modo las comunicaciones en ese período? ¿Qué opciones, durante el proceso de producción, suponen las características identificadas en el discurso objetivado considerado como producto? ¿De qué orden son las recurrencias, variaciones, diferencias, rupturas que se observan en el corpus y que ponen en cuestión la definición misma de lo que se entiende por “comunicación democrática” y por el vínculo entre comunicación y política?

En el nivel de quienes producen las prácticas discursivas, planteamos los siguientes interrogantes: ¿Desde qué posición de poder relativo hablan los agentes sociales? ¿En qué propiedades se funda la capacidad diferenciada de relación que les permiten impulsar sus propuestas y mantener, modificar o abandonar sus prácticas? ¿Cuáles son las posiciones de poder relativo de los agentes colectivos con los que mantiene relaciones de disputa?

Finalmente, en el nivel de condiciones de producción: ¿Cuál es el proceso social que dio origen al sistema de relaciones en el que se inserta la producción de los agentes? ¿En qué condiciones y sistema de relaciones surgen estas prácticas⁸? ¿Cuáles son las condiciones sociales que hacen posible la emergencia de esta diversidad de experiencias⁹ y cuáles las que permiten o restringen los cambios en las tomas de posición?

8- Sobre las condiciones y el sistema de relaciones en el que surgen estas prácticas, pesa también la inquietud de procurar comprobar o desmontar la advertencia de Caletti (2005: 64-65) sobre el riesgo de que las luchas por la democratización de las comunicaciones en el siglo XXI se desvincularan de otras luchas sociales y políticas, a diferencia de lo ocurrido en la década de los 70.

9- Sobre las condiciones de emergencia, el interrogante inicial plantea una paradoja: ¿cómo es posible que durante una crisis estructural y material que afecta a la mayoría de la población sea justamente cuando cobra relevancia lo simbólico, cultural y comunicacional?



Lo que está en juego

Partimos de identificar que lo que está en juego en el sistema comunicacional es el control de la construcción simbólica del orden social producida y puesta a circular en los medios de comunicación de masas, instituciones centrales del espacio público en sociedades mediatizadas. El objeto de la disputa es el poder relativo de cada agente en ese campo específico de producción y la puesta en circulación de representaciones sobre lo común y, por lo tanto, su capacidad diferenciada de relación en tanto fundamento de su probabilidad de incidencia en el espacio público mediático. Las normas que regulan y delimitan el juego, en la medida en que definen lo aceptable/inaceptable, lo permitido/prohibido, lo legítimo/ilegítimo, definen cuáles serán los recursos que funden la mayor o menor probabilidad de influencia de cada agente, es decir que inciden fuertemente en la generación de poder relativo de los agentes que intervienen. Por eso, poseer el control de la definición, interpretación y aplicación de las reglas significa tener, en buena medida, el control de las prácticas. De allí la importancia que los agentes otorgan a las reglas que regulan esta competencia por imponer las representaciones legítimas sobre el orden social en los medios de comunicación, ya sea para subvertirlas o conservarlas.

Las estrategias de posicionamiento de los agentes tendientes a mejorar su capacidad diferenciada de relación, según la posición que ocupan y las orientaciones a hacer incorporadas a lo largo de su trayectoria y teniendo en cuenta también el horizonte de relaciones y luchas en que están situados, van a tender a mantener o transformar la estructura de distribución de recursos y propiedades vigente en determinado sistema de relaciones y, por lo tanto, a perpetuar las reglas de juego en vigor o a subvertirlas.

Las propuestas de democratización de las comunicaciones a las que hacemos referencia, constituyen propuestas de modificación de las reglas de juego que tendrían como consecuencia la redefinición del poder relativo de los agentes que intervienen en el espacio público mediático. Las reglas, recursos y lugares de consagración que privilegian a empresas privadas comerciales en detrimento de las organizaciones sin fines de lucro, son cuestionados como fundamento de la estructura de poder en el sistema comunicacional en las prácticas aquí analizadas. De este modo, las tomas de posición de las organizaciones sociales tienen en común la opción estratégica de impulsar cambios en las reglas de juego del campo de la comunicación mediática, en el que estos agentes colectivos tienen serias restricciones para ejercer la posibilidad de la palabra.

Los agentes que participan en este sistema de relaciones y con los que las organizaciones que producen las prácticas analizadas, entran en relación de cooperación y disputa son: empresas privadas de medios de comunicación, el Estado, otras organizaciones sociales, gremios y trabajadores de prensa, las carreras universitarias de comunicación, y los públicos/ciudadanos.

El siglo XXI comenzó en la Argentina con un sistema de radiodifusión diseñado por el Decreto-Ley 22.285 aprobado en 1980 durante la dictadura militar, y por sus sucesivas modificaciones realizadas por gobiernos constitucionales, particularmente las introducidas por la Ley de Reforma del Estado en la década del 90, que lo definieron en base a



la noción de la comunicación como un bien comercial, y estructurado como un oligopolio con participación de capitales extranjeros, con predominio absoluto del sector privado comercial como prestador del servicio, con el Estado en rol subsidiario, y las organizaciones sin fines de lucro en la ilegalidad.

Sin embargo, desde la recuperación del gobierno constitucional en 1983 y con mayor fuerza ante la concentración y transnacionalización de las empresas mediáticas producidas a fines de los años 90, las organizaciones de la sociedad civil –en particular, las radios comunitarias, gremios de trabajadores prensa y las universidades públicas– bregaron por una modificación de estas reglas de juego tendiente a la democratización de este sistema.

Las dos radios comunitarias existentes en Córdoba –las únicas experiencias de otra comunicación no masiva ni comercial existentes en esa ciudad hasta el año 2000– habían sido fundadas durante los procesos de “democratización social y cultural” en el período conocido como “primavera democrática” a mediados de la década de 1980, por organizaciones sin fines de lucro (una ONG y una mutual) con trabajo comunitario en barrios con organizaciones populares, con financiamiento de agencias europeas de cooperación internacional, y cuyos integrantes tenían una trayectoria predominantemente vinculada a los sectores tercermundistas de la Iglesia Católica.

El gremio de prensa surgió a mediados de los 80 a partir de la unificación de dos círculos de periodistas con perfil “profesionalista” (de los años 30) y un sindicato de trabajadores del sector que incluía también a diseñadores y maestranza (de los 40). Estuvo enrolado siempre en la línea sindical más combativa (en los 60 en la Confederación General del Trabajo de los Argentinos, en los 80 en la Intersindical de Prensa y en los 90 en la Central de Trabajadores Argentinos). Durante 2001 impulsó la recuperación de dos empresas periodísticas por sus trabajadores.

En tanto, la creación de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba estuvo signada por la alta movilización política y la represión de los años 70, impulsó una paradigmática experiencia de contrainformación en 1973, en los 80 se reorganiza y retoma los debates latinoamericanos de este campo de estudios, y desde fines de los 90 el Centro de Estudiantes impulsa emprendimientos comunicacionales, entre ellos, una radio.

Durante los procesos reseñados, el debate sobre la necesidad de democratizar las comunicaciones desde una perspectiva de derecho humano y servicio público se restringía a estas instituciones especializadas y comenzó a manifestarse como crítica a algunas empresas mediáticas en otras organizaciones sociales y sindicales sobre el final del período. Estas instituciones mantienen relaciones de cooperación a lo largo de sus trayectorias y serán ámbitos claves para la producción, a partir de 2001, de las prácticas que analizamos.



El proceso por la democratización

De acuerdo con las regularidades y variaciones identificadas en las estrategias predominantes desarrolladas por las organizaciones de la sociedad civil de Córdoba que intervienen en comunicación y que impulsan de algún modo la democratización del sistema comunicacional, se distinguen tres períodos caracterizados por particulares condiciones de producción que configuraron el espacio de posibles para el desarrollo de estas prácticas.

En un primer momento, a partir de la crisis de 2001-2002 cuando estuvieron amenazadas las condiciones materiales de existencia de la mayoría de la población y se puso en cuestión el orden social y político, lo comunicacional adquirió una notable relevancia en las reflexiones y en las prácticas de los movimientos sociales, y las experiencias de intervención en comunicación se multiplicaron notablemente. Este período se caracterizó por una alta movilización social, el protagonismo de actores colectivos que habían surgido en la década de los 90 y el surgimiento de nuevos sujetos colectivos. En dichas condiciones, estos sujetos asignaron centralidad a la cuestión comunicacional en varias dimensiones: (a) para las prácticas políticas que caracterizaban a los nuevos actores: las asambleas y las acciones directas, (b) para la disputa por la definición de su identidad y legitimidad como sujetos políticos, y por la construcción e instalación de sus demandas en el debate público, y (c) para disputar por los nuevos sentidos de la política, la democracia y el desarrollo.

Esto propició experiencias comunicacionales que procuraron dar respuesta a estos procesos y que desarrollaron predominantemente dos tipos de estrategias con diferenciada pretensión de radicalidad: las adaptativas (colectivos de comunicadores como SOS País y Comunicadores Solidarios asesoraban a movimientos sociales para lograr mayor eficacia en sus intentos de aparición en los medios masivos de comunicación de gestión privada, aprovechando sus “brechas” o “fisuras”) y las de producción o modificación de las reglas de juego al interior del propio medio (los medios alternativos como Cordobanexo, Infored y Prensared, Radio Revés, La Intemperie, La Orilla, Indymedia Córdoba que fueron impulsados por organizaciones sin fines de lucro: ONG, gremio de prensa, agrupación estudiantil universitaria, otros grupos y colectivos; y los medios impulsados por cooperativas de trabajo en empresas mediáticas recuperadas por sus trabajadores como Comercio y Justicia) que –por economía lingüística- denominamos, en términos generales, alternativistas. Estas disputas permitieron pensar también en la necesidad de reivindicar la comunicación como un derecho universal que debe ser garantizado más allá de quién sea el prestador del servicio.

El segundo período se inició en mayo de 2003 cuando asumió el primer presidente electo por voto popular desde 2001. Estuvo caracterizado por la recomposición institucional, la relativa desmovilización de los actores del período anterior y el predominio del regreso de la política a los canales institucionales. Se registró entonces una crisis de la comunicación alternativa ligada a la movilización social que había surgido en el período anterior y que planteaba un retiro hacia el campo de lo social. Emergió un tercer



tipo de estrategia: articulaciones inter-institucionales que impulsaban modificaciones de las reglas de juego del sistema comunicacional global en experiencias basadas en el modelo de la comunicación como derecho humano universal, bien social y, por lo tanto, servicio público. Esta opción tuvo, a nivel local, una versión defensiva de seguimiento del respeto a los derechos a la comunicación (el Observatorio Ciudadano de Medios de Córdoba y la Comisión de Control y Seguimiento de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información de la provincia de Córdoba) y, a nivel nacional, una variante propositiva que produjo iniciativas de nuevas leyes y regulaciones del área (la Coalición por una Radiodifusión Democrática). Se trató, entonces, de un período de transición en el ámbito de las organizaciones de la sociedad civil vinculadas a la comunicación, entre la producción predominante de prácticas que ponían el acento en la comunicación alternativa vinculada a la movilización social y la de las que impulsaban un modelo que -por economía lingüística- denominamos de comunicación como servicio público vinculada al Estado como regulador del orden social.

En el tercer período, iniciado en marzo de 2008, la alta confrontación política originada por las entidades representativas de uno de los principales sectores de la producción económica del país, que se oponía a que el gobierno aumentara el gravamen sobre sus rentas, y el apoyo a su protesta por parte de grupos concentrados de poder mediático, se convirtió en una oportunidad para que el Gobierno pusiera en discusión pública la estructura y funcionamiento del sistema de medios e impulsara una nueva ley de radiodifusión. Así, la comunicación pasó a formar parte de la agenda gubernamental, en un inédito marco de enfrentamiento con los medios y de movilización y debate social alrededor del tema, que forzó a los propios medios a comenzar a informar sobre sí mismos. Entonces, las organizaciones que en la Argentina incluían en su agenda la democratización de las comunicaciones que en los años anteriores habían continuado su trabajo, se reactivaron y llegaron a tener una importante presencia en el espacio público tanto urbano como mediático. Predominaron, por lo tanto, los movimientos que impulsaban la modificación de las reglas de juego del sistema comunicacional global en la línea surgida en el período anterior, ligados ahora a fortalecer y participar de la iniciativa gubernamental.

El hecho de haber historizado las condiciones en que los agentes realizaron sus prácticas de producción de sentidos, nos permite afirmar que la democratización de las comunicaciones es un proceso al que contribuyen prácticas con diversos grados o niveles de radicalidad en términos de su pretensión de reforma del sistema comunicacional global; grados que definimos según las variables en las que operacionalizamos la noción de democratización de las comunicaciones (prácticas que de algún modo contribuyen a la defensa, reivindicación o ampliación de derechos de comunicación; a que -de acuerdo con los valores de acceso, participación, derecho universal, publicidad, diversidad, y equidad- se amplíen en el espacio público los sujetos, tópicos y modalidades de expresión legítimos y las formas de propiedad de los medios).

El tránsito, a lo largo del período estudiado, de lo alternativo a lo público en la toma de posición de la mayoría de las organizaciones estudiadas e, incluso, la participación



simultánea de algunos agentes en experiencias que responden a estos dos modelos, nos permite sostener que las estrategias de comunicación alternativa no necesariamente se oponen a las estrategias que se fundan en una concepción de la comunicación como servicio público. Por el contrario, las propuestas alternativistas y las de servicio público constituyen –en la mayoría de los casos estudiados– dos opciones complementarias diferenciadas por sus diferentes niveles de pretensión de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional global. Estas diferencias en el grado de radicalidad se vinculan, antes que con los valores y principios esgrimidos como fundamento de esas prácticas, con los márgenes de acción delimitados por el espacio de posibles discursivos y no discursivos (configurado por las condiciones de producción, el estado de las luchas en el sistema de relaciones y los lugares de los agentes que las producen). Al mismo tiempo, las prácticas analizadas contribuyen, en los diferentes grados o niveles identificados, a ampliar este espacio de posibles.

Por otra parte, introducir la dimensión procesual en las relaciones de poder donde estaba en juego apoderarse de los recursos que son eficientes en la relación, entre ellos, el de las reglas y las definiciones, permite comprobar que 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 del estado de las relaciones de fuerza en el proceso social global.

Los niveles de radicalidad

Las prácticas producidas por organizaciones sociales, tienen en común la opción estratégica de impulsar cambios en las reglas de juego en el campo de la comunicación mediática, en el que estos agentes colectivos tienen escasa posibilidad de palabra. Las organizaciones de la sociedad civil ocupan, en el campo de la comunicación mediática, un lugar de menor poder relativo con respecto a los medios masivos de propiedad privada y también con respecto al Estado, los otros dos sectores de la radiodifusión. Por lo tanto, las propuestas de modificación de las reglas de juego que elaboran, tendrían como consecuencia, si lograsen éxito, la redefinición del poder relativo de los agentes que intervienen en este campo.

Si bien todas las prácticas analizadas de los agentes que impulsaron de algún modo la democratización de las comunicaciones en Córdoba entre 2001 y 2009, plantearon una diferencia con respecto a las reglas dominantes en el campo, implicaron pretensiones diferenciadas de radicalidad respecto de la reforma del sistema de la comunicación mediática.

Cabe aclarar que, al hablar de radicalidad, nos referimos a la mayor o menor pretensión de reforma del sistema comunicacional en su conjunto (en las estrategias basadas en la noción de la comunicación como derecho humano, bien social y por lo tanto, público), a diferencia de la radicalidad en términos de ruptura con el sistema comunicacional existente para construir una alternativa particular, pero que no constituiría –en principio–



una propuesta de cambio de las reglas de juego generales de dicho sistema (en las prácticas de comunicación alternativa).

Las opciones de estos agentes sociales pueden clasificarse entonces de menor a mayor radicalidad.

Las estrategias de adaptación a las reglas de juego existentes son las de menor nivel de radicalidad. Colectivos de comunicadores (SOS País y Comunicadores Solidarios) asesoraban a movimientos sociales para lograr mayor eficacia en sus intentos de aparición en los medios masivos de comunicación de gestión privada, aprovechando sus “brechas” o “fisuras”, con el objetivo de hacerse visibles como sujetos e incluir sus demandas y propuestas en la agenda mediática. Partían de una naturalización del sistema de medios masivos existente, que convivía con una conciencia crítica de que eran funcionales al poder, pero también una conciencia de la propia impotencia de encarar modificaciones en ese sistema. Postulaban, entonces, la necesidad de que los actores excluidos de las posibilidades expresivas y de acceso a la información se adaptasen a las reglas de juego impuestas por esos medios, para lo cual recibían el apoyo de profesionales expertos en el tema y solidarios con sus luchas. Implicaba un modelo instrumental de la comunicación concebida como herramienta en las disputas sociales.

Las estrategias de producción (o modificación) de las reglas de juego al interior del propio medio, sin que ello implique un cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional global, presentan un nivel intermedio de radicalidad. Estas prácticas, si bien planteaban una ruptura con el sistema comunicacional existente para construir una alternativa de producción comunicacional y de trabajo particular, no implicaban necesariamente —en principio— una propuesta de cambio de las reglas de juego generales de dicho sistema. En la primera etapa entonces, los agentes produjeron estrategias de comunicación alternativa como respuesta a exclusiones dentro de las esferas públicas dominantes, por lo que contribuyeron a extender el espacio discursivo e implicaron una ampliación de la confrontación discursiva. En estos medios alternativos, se participaba de la disputa por la redefinición del qué de la esfera pública, de los tópicos que eran considerados públicos y se pugnaba por la inclusión de temas antes considerados privados, hasta tanto estuvieron dadas las condiciones (en el segundo y tercer período) para disputar en la esfera pública oficial. Entre estas experiencias pueden identificarse dos tipos.

Por un lado, los medios alternativos (Cordobanexo, Infored y Prensared, Radio Révés, La Intemperie, La Orilla, Indymedia Córdoba) que fueron impulsados por organizaciones sin fines de lucro (ONG, gremio de prensa, agrupación estudiantil universitaria, otros grupos y colectivos): prácticas que pretendieron permitir la existencia pública de actores que no tenían cabida en otros medios para que interpelases a otros actores potenciales aliados en sus luchas y a otros antagónicos a quienes se enfrentaban.

Por otro lado, los medios que fueron impulsados por cooperativas de trabajo en empresas mediáticas recuperadas por sus trabajadores que pretendieron disputar, desde otro modelo productivo, su participación en el mercado (Comercio y Justicia) y los medios que pretendieron constituirse como PYME y disputar su participación en el mercado desde otro modelo comunicacional (Sosperiodista).



Finalmente, las estrategias de modificación de las reglas de juego del sistema comunicacional global en experiencias basadas en el modelo de la comunicación como derecho humano universal, bien social y, por lo tanto, servicio público, son las de mayor radicalidad de las producidas en la Argentina en el período considerado. Desde esta perspectiva, la comunicación se presenta como esencial para la política, la democracia y la ciudadanía. La desarrollaron de diversos modos articulaciones y alianzas entre organizaciones sociales, medios comunitarios y alternativos, e instituciones estatales autónomas; experiencias ligadas a la consolidación institucional de la política representativa en la medida en que reconocían, reivindicaban y requerían del Estado como regulador del orden social y responsable de garantizar el derecho a la comunicación, pero recuperaban también la politización social asamblearia. Entre ellas, se distinguen dos variantes.

Por una parte, identificamos una variante defensiva y de control del cumplimiento de los derechos a la comunicación y denuncia de sus violaciones (COMIPREN, Observatorio Ciudadano de Medios). Por otra parte, una variante ofensiva y propositiva que formula iniciativas ciudadanas para reformas legales y propuestas de reglamentación (Coalición por una Radiodifusión Democrática).

Todas estas propuestas, con pretensiones diferenciadas de radicalidad respecto de la reforma del sistema comunicacional guardaban relaciones de continuidad y diferencias con los debates sobre comunicación y política en el campo de las teorías y prácticas de comunicación en Latinoamérica y Argentina.

Los discursos de las organizaciones que impulsaban modelos alternativistas recuperaban los postulados de las tradiciones de contra-información, comunicación popular o comunicación comunitaria, según los casos, pero asumían nuevas condiciones tecnológicas y de circulación de la información, y nuevas experiencias políticas como las de las movilizaciones altermundistas transnacionales, la organización asamblearia y la producción autogestiva.

En tanto, los discursos de las organizaciones que proponían democratizar las comunicaciones en este nuevo siglo fundados en el modelo de la comunicación como derecho humano, bien social y servicio público retomaban los postulados de las luchas por democratizar las comunicaciones desarrolladas desde hace 40 años que vincularon a la comunicación con el cambio social. En este sentido, casi todas las propuestas se centran en el derecho a la comunicación como superador de las libertades y derechos vinculados a ésta (expresión, acceso a información), como derecho humano del mismo rango que los derechos a la salud y la educación, y como condición necesaria de la democracia y el desarrollo de los pueblos. Así, los principios de la democratización de las comunicaciones en las propuestas actuales son los mismos que en las de entonces: acceso y participación ciudadana, derecho a la comunicación, servicio público, libertad y diversidad, equidad y equilibrio en los flujos.

Las nuevas propuestas, sin embargo, problematizaban también las nuevas condiciones de producción de valor de la comunicación y los desarrollos tecnológicos, y se fundaban en el orden público internacional sobre derecho a la información y derechos humanos.



Las prácticas analizadas cuestionaron y reconfiguraron los roles de los sujetos de la comunicación mediática: el comunicador o periodista profesional y los públicos. Implicaron diferentes niveles de radicalidad también con respecto a la pretensión de desintermediación y horizontalización del proceso comunicacional. En general, en estas propuestas, el periodista y el comunicador profesional perdían protagonismo y capacidad de acción, al tiempo que los ganaba el público construido como participante activo. Esto implicó una ampliación de los sujetos autorizados para hablar en el espacio público mediático y, por lo tanto, también un ensanchamiento de las modalidades expresivas legítimas y de los tópicos considerados aceptables. Sin embargo, el límite para esa desintermediación fue la propiedad y la gestión de los medios: los periodistas y los comunicadores profesionales se reservaron el control –por propiedad y administración– del recurso crítico que constituye el medio de comunicación, aunque permitieron un mayor acceso y participación de sus usuarios.

Estas estrategias apelaban al valor de la participación que, junto con el acceso, la pluralidad, la diversidad y la equidad, constituyen valores fundamentales de una comunicación democrática, tal como la definieron el Informe MacBride y la tradición latinoamericana de estudios sobre políticas de comunicación, y como la retoman en este nuevo siglo teóricos y militantes del campo comunicacional. En las configuraciones de los papeles del público y del periodista o del comunicador profesional, se registraron las variaciones.

Las estrategias adaptativas construyeron al público como incompetente en términos comunicacionales, al que es necesario transmitirle un saber hacer para que pueda volverse activo y que sus prácticas comunicacionales resulten rentables. Apelaban a la participación de actores colectivos organizados, representados por sus “corresponsales populares”. El comunicador es construido como un asesor experto, el que sabe hacer y sabe hacer hacer.

En las estrategias alternativistas, en cambio, se registran diversas configuraciones del público y de los periodistas o comunicadores profesionales. En algunas (Infored, La Orilla y La Intemperie¹⁰), predomina la concepción tradicional del público como un sujeto relativamente pasivo, cuyas posibilidades de participación expresiva e informativa son restringidas (como fuente de información o con “cartas del lector”), y la correlativa figura del periodista profesional como productor de la información y mediador necesario en el proceso de comunicación. En otras (Cordobanexo, Prensared, Indymedia¹¹, Sosperiodista, en algunos espacios *ad hoc* en la programación de Radio Revés y en la red de corresponsales populares de Infored), predomina la visión de un público que tiene algo para comunicar y sabe cómo hacerlo, por lo que puede convertirse en productor de información. De modo concomitante, se reduce el protagonismo del periodista o comunicador profesional como productor y se lo construye como articulador de redes de comunicación; o como administradores de los sitios, que editan las notas que reciben, capacitan a los que producen las noticias y producen sólo de modo subsidiario. Por otra parte, en el período 2001-2002 en Cordobanexo, Prensared y Radio Revés predominaron las apelaciones a los públicos como actores colectivos, mientras que en el período

10- Si bien La Intemperie no trabaja sobre la figura de un comunicador o periodista, sino con la del intelectual que tiene algo socialmente valioso para decir; su representación del proceso de comunicación se acerca más a esta última visión en la que hay emisores privilegiados en tanto legitimados para hablar, escribir, decir, y públicos pasivos.

11- El cambio de concepción que hizo el grupo de Comunicadores Solidarios que luego impulsaron Indymedia Córdoba, es paradigmático del tránsito en la concepción del público como incompetente al que sabe hacer.



2003-2008, Indymedia y Sosperiodista le formulan la propuesta a un actor individual que puede o no formar parte de una organización social. Finalmente, en la experiencia de la editorial recuperada por sus trabajadores (Comercio y Justicia), se incrementa el nivel de participación del periodista, que pasa de ser productor de información a ser también dueño y gestor del medio.

A diferencia de las anteriores, en las estrategias de comunicación como servicio público se configura también al público como acreedor de derechos. No sólo tiene algo para informar y sabe cómo hacerlo, sino que va por más: elige dónde y cómo hacerlo. Es configurado también como sujeto activo en la lucha por la reivindicación, vigencia o ampliación de sus derechos a la comunicación. Los periodistas (y los propietarios de medios) tienen no sólo los derechos de acceso a la información y de libertad de prensa inherentes a su profesión, sino que también tienen obligaciones que cumplir para garantizar el derecho a la comunicación de todas las personas. Sus derechos deben ser defendidos frente a los gobiernos y las empresas de medios y, a su vez, debe garantizarlos a sus públicos y ciudadanos¹².

Por otra parte, en las estrategias analizadas se identifican posicionamientos diferentes referidos a la definición de aliados y oponentes o adversarios políticos.

Las estrategias que procuraron adaptarse a las reglas existentes y las de producción (o modificación) de las reglas en el propio medio, predominantes en la etapa 2001-2002, no buscaron al Estado como interlocutor ni como aliado, tampoco como oponente. Las organizaciones de la sociedad civil “se las arreglaron solas” frente a las empresas con fines de lucro del mercado: o se aislaban de ellas, se retiraban para construir esferas públicas mediáticas alternativas, en las opciones alternativistas que ponían énfasis en la visibilidad de temas y actores (Cordobanexo, Prensared, Infored); o bien procuraban constituir un polo opositor a ellas en opciones de articulación que ponían el acento en la formulación de prácticas discursivas confrontativas (RAM). En estas opciones, las prácticas impulsaron establecer una diferencia con el modelo dominante que situaba en una posición de privilegio a los medios masivos comerciales. También en comunicación, la sociedad civil organizada avanzaba —en la medida de las posibilidades existentes— en los espacios de los que el Estado se retiraba en su rol de garantizar derechos y preservar los intereses de los ciudadanos. Implicaron un retiro hacia el campo de lo social (lo autónomo, autogestivo y no institucionalizado, vinculado a lo horizontal y asambleario), que se vinculaba con la crisis de representación, la puesta en cuestión del rol del Estado y de las instituciones en general, y la desconfianza por las relaciones de mutua conveniencia entre los gobiernos y las empresas mediáticas. En este período, ante la puesta en crisis de todos los sistemas de intermediación social, ponían en cuestión también la autonomía relativa de las propias experiencias comunicacionales con respecto a las instituciones tradicionales representativas.

En tanto, las estrategias de modificación de las reglas de juego del sistema comunicacional global, ya sea en variante defensiva en la etapa 2003-2007 u ofensiva en la etapa 2008-2009, se dirigieron al Estado como aliado potencial posible en el primer caso, y como aliado imprescindible y necesario, en el segundo. De allí la relevancia que

12- Cabe apuntar que el caso de la COMIPREN en 2003-2008 es particular porque, si bien reconoce los derechos de todos a comunicar, propone sin embargo al periodista profesional como depositario (representante) de esos derechos de todos y, por lo tanto, insta a los ciudadanos a defender los derechos a la comunicación de los periodistas.



adquirió la cuestión de la autonomía relativa con respecto a las gestiones contingentes de gobierno del Estado. En este paradigma, al impulsar una ruptura con el modelo dominante, se definieron oponentes. Estos fueron los medios masivos de propiedad privada y es a ellos a quienes se les disputaba la posición relativa de poder. La sociedad civil organizada ya movilizaba desde la etapa anterior, ante la reconstitución del Estado no se retiró, sino que avanzó para incidir sobre los poderes del Estado para modificar las políticas públicas y presionó al Estado para que recuperara su rol de garantizar los derechos ciudadanos, lo que implicaría, al modificar las reglas de juego, una redistribución del poder social y, por lo tanto, de las jerarquías. Las prácticas que impulsaban un modelo de comunicación como servicio público pusieron el acento en estrategias de incidencia en la formulación de políticas públicas. Las estrategias de incidencia implicaron tanto la búsqueda de incidir en la opinión pública como en los representantes gubernamentales de los tres poderes del Estado. En el primer caso, adoptaron una opción preferente por estrategias de acción colectiva, como manifestaciones en el espacio público urbano y campañas de sensibilización, mientras que, en el segundo caso, optaron por realizar también acciones de lobby o cabildeo, entendidos como estrategias tendientes a convencer a los funcionarios con capacidad de decisión en los tres poderes del Estado sobre la base de la exposición de razones públicas. Implicaron, en definitiva, una apuesta a incidir en la esfera política formal (las instituciones republicanas tradicionales de una democracia representativa) y la reivindicación del Estado como instancia privilegiada de construcción de lo público y como único ente capaz de regular lo común, tanto en términos de propiedad (las ondas radioeléctricas) como en términos de acceso (la expresión y la información).

Las posiciones relativas de poder

Las propuestas –adaptativas, alternativistas o públicas- de los agentes en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en Córdoba entre 2001 y 2009, así como las tradiciones que rescatan constituyen estrategias que tienen como principio de comprensión/explicación la capacidad de incidencia (poder relativo) que, según su lugar, poseen los agentes que las producen, con las siguientes precisiones.

A nivel del sector, la pretensión de reforma del sistema comunicacional es inversamente proporcional al poder relativo del sector social (al que pertenecen los agentes –colectivos e individuales- cuyas prácticas se analizaron) con respecto al sector privado (empresas de medios masivos de comunicación) y al sector estatal. Cuanto menor es el poder relativo del sector (organizaciones de la sociedad civil), mayor es su pretensión de cambiar las reglas de un juego en el que carecen del control de la palabra –estaban excluidas legalmente de la posibilidad de brindar servicios de radiodifusión y tienen menores probabilidades de poder llevar adelante servicios de prensa debido a la escasez de recursos económicos con que cuentan-. En general, todos los agentes colectivos



(organizaciones sociales) de Córdoba que propusieron los diferentes niveles de reforma de las reglas del sistema comunicacional que hemos considerado ocupaban una posición marginal con respecto a los propietarios de empresas mediáticas y al Estado¹³, por lo que proponían crear un espacio alternativo con sus propias reglas o cambiar las reglas de juego del sistema comunicacional global, para así aumentar su probabilidad de incidir en el espacio público.

A nivel de los agentes colectivos que integran el sector social, la pretensión de reforma del sistema comunicacional es directamente proporcional al poder relativo de los agentes colectivos (organizaciones sociales).

Cuanto menor es el poder relativo de los agentes colectivos (organizaciones), menor es la pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional. Los agentes colectivos que propusieron estrategias adaptativistas (SOS País y Comunicadores Solidarios) y algunos de los que propusieron la construcción de medios alternativos (Cordobanexo, Infored, La Intemperie, La Orilla, Indymedia, Sosperiodista) eran los de menor nivel de institucionalización (grupos o colectivos informales y ONG – en el caso de Infored- de reciente constitución, con escasa cantidad de integrantes, financiamiento discontinuo y funcionamiento autónomo y autogestivo).

Cuanto mayor es el poder relativo de los agentes colectivos (organizaciones), mayor es la pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional. Los agentes colectivos que propusieron reformas del sistema comunicacional global (COMIPREN, Observatorio, Coalición) y algunos de los que produjeron reglas propias en medios alternativos (Prensared, Radio Revés) o modificaron las reglas de juego en su propio medio (Comercio y Justicia)¹⁴ eran instituciones “tradicionales” del sector social, consolidadas en términos de financiamiento, normas y rutinas de funcionamiento, saberes acumulados y transmitidos, y prestigio social (gremio de trabajadores de prensa, cooperativa de trabajo, universidad, medios de gestión estatal, organismos de derechos humanos). Además, considerando la debilidad relativa del sector con respecto a las empresas privadas de medios masivos de comunicación y al Estado, los agentes colectivos con mayores pretensiones de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional global, procuraron mejorar sus posiciones de poder relativo y, por lo tanto, su capacidad diferenciada de relación para impulsar estrategias de incidencia en el Estado y la sociedad, por medio del establecimiento de alianzas inter-institucionales.

Finalmente, a nivel de los agentes individuales que integran las organizaciones del sector social, la pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional es directamente proporcional al poder relativo de los agentes individuales.

Cuanto mayor es el poder relativo de los agentes individuales (dirigentes) en sus espacios institucionales específicos (universidad, gremio, organizaciones), mayor es la pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional. Los agentes individuales (dirigentes) que propusieron cambios (COMIPREN, Observatorio, Coalición) y los que impulsaron la mayoría de los medios y redes alternativas (Radio Revés, Cordobanexo, Prensared, La Intemperie, La Orilla, RAM) ocupaban posiciones de mayor poder relativo en sus espacios institucionales específicos (universitario, gremial de trabajadores de prensa y de estudiantes universitarios de comunicación, de medios de gestión estatal y organizacional). Estas posiciones les habrían asegurado mejores posibilidades de acción debido a la disponibilidad de recursos y la capacidad de toma de

13- Incluso la Coalición por una Radiodifusión Democrática, que formuló la propuesta de mayor radicalidad de las aquí analizadas y que estaba conformada por los agentes colectivos (instituciones) de mayor poder relativo dentro del sector social y por agentes individuales con prestigio y alta calificación, sólo logró reconocimiento/visibilidad pública y, por lo tanto, capacidad de incidencia, cuando uno de los otros dos sectores más poderosos (el gobierno a cargo del Estado) la reconoció y convocó, a partir de lo cual, lo hizo también el otro sector (los medios masivos de gestión privada).

14- Cabe recordar que -no casualmente, dada su pertenencia institucional- Prensared, Radio Revés y Comercio y Justicia son los medios que hicieron el tránsito de impulsar nuevas reglas de juego en sus propios medios (estrategia alternativa) a proponer reformas de las reglas de juego del sistema comunicacional global (modelo público).



decisiones para llevar adelante estas experiencias. Además, dadas sus posiciones, la elaboración de la propuesta les habría acarreado menores riesgos de sanciones, permitido articular con agentes en posiciones similares de otras organizaciones, facilitado diferenciarse de sus oponentes internos, generar reconocimiento y, por lo tanto, mantener o mejorar sus posiciones de poder relativo. Los agentes colectivos que llevaron adelante las propuestas, estuvieron en condiciones de hacerlo —entre otros factores— cuando los agentes individuales con orientaciones a hacer en el sentido de las reformas propuestas, asumieron su conducción.

Cuanto menor es el poder relativo de los agentes individuales, menor es su pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional. Los agentes individuales que propusieron adaptarse a las reglas de juego existentes (SOS País y Comunicadores Solidarios) y algunos de los que impulsaban la producción de las propias reglas en sus medios (Comercio y Justicia, Infored, Sosperiodista, Indymedia) ocupaban posiciones marginales porque o bien eran empleados de las empresas privadas de comunicación masiva, organizaciones dominantes del sistema comunicacional, o bien estaban desempleados o subocupados. En estos casos, la posición de mayor debilidad relativa permite comprender las apuestas de menor riesgo que hicieron con sus estrategias. Además, su trabajo en organizaciones no gubernamentales, cooperativa, PYME o colectivo se presentaba también como una alternativa laboral o como un medio para mejorar su posición en el propio empleo.

Todos los agentes individuales considerados tenían trayectorias de militancia política partidaria, social, gremial, estudiantil, de política académica. Durante estas trayectorias, se insertaron en un sistema de relaciones que les permitió articular acciones tanto entre ellos como con agentes que trabajan en otras áreas de lo social. Además, habrían desarrollado competencias para emprender proyectos organizacionales autónomos, así como una orientación a hacer vinculada a los valores esgrimidos como fundamentos de sus prácticas.

Es decir que las opciones, además de ser valorativas, se vinculan con las posiciones de poder relativo y las posibilidades de incidencia que tenga el agente que las produce: van por más cuando más pueden o menos tienen que perder o cuando ya pierden demasiado. Las variaciones en las tomas de posición adoptadas por estos agentes se vinculan también con la propia posición en relación con las posiciones de otros agentes en el sistema comunicacional. En otros términos, estas tomas de posición se producen en el marco de determinado sistema de relaciones y en particulares condiciones de posibilidad que las limitan así como las hacen posibles.

Consideraciones Finales

Las estrategias adaptativas, alternativistas y públicas producidas en esta década predominaron durante dos períodos de crisis en los cuales se vio afectado el poder relativo de los agentes que definieron como oponentes y como aliado: las empresas



privadas de medios masivos que ocupan la posición dominante en el sistema comunicacional y el Estado como regulador de ese sistema y responsable, en última instancia, de la estructura de distribución de poder en ese sistema de relaciones, respectivamente.

Las crisis económicas –de 2001 y de 2008- que signaron el inicio y el final del período, que se pusieron de manifiesto en etapas de alta conflictividad y movilización social, fueron acompañadas de crisis de representación política que se articularon con una crisis de credibilidad de los medios y los periodistas, en tanto se pusieron en cuestión todas las instancias de intermediación social. A las dos crisis les siguieron períodos que podemos caracterizar como de recomposición institucional y de reducción de la conflictividad social.

En ambas oportunidades, las empresas mediáticas que eran las beneficiarias privilegiadas del paradigma comunicacional predominante se encontraban en situación de mayor debilidad –en 2003 por el endeudamiento y el riesgo de quiebra y pérdida de sus activos en manos de acreedores externos y en 2008 por la amenaza que implicaba el ingreso de las empresas de telefonía al mercado de la comunicación audiovisual ante la convergencia tecnológica-.

Sin embargo, si bien luego de las dos crisis el Estado (en sus tres poderes) se fortaleció paulatinamente y produjo mayores avances en políticas de comunicación, las respuestas fueron opuestas: en el primer caso se protegió y fortaleció a las empresas mediáticas, mientras que en el segundo se aprovechó la oportunidad para sentar las bases tendientes a reducirles el poder relativo mediante un cambio en la legislación. Además, primero ignoró las propuestas de la sociedad civil, mientras que luego optó por tomar a estas organizaciones como interlocutoras privilegiadas. En 2001-2003 y en 2003-2008 el Estado produjo diferencias en las políticas sin cambiar el paradigma dominante –referidas a la participación de los medios de gestión estatal y del sector social, respectivamente-, mientras que en 2008-2009, senta las bases para una ruptura del paradigma en las políticas de comunicación que incluye pero excede estas diferencias.

Frente a estas condiciones, como vimos, las organizaciones de la sociedad civil que trabajan en comunicación impulsaron estrategias diferentes. Durante 2001-2003 predominó la construcción de medios alternativos tendientes a hacer visibles en esferas públicas alternativas a los nuevos actores sociales y hacer presentes sus demandas y tópicos, mientras que en 2008-2009 la opción predominante fue impulsar propuestas de reforma del sistema comunicacional global.

Por lo tanto, la opción por una estrategia con mayor o menor pretensión de radicalidad tiene que ver no sólo con los valores esgrimidos como fundamentos de las prácticas, sino más bien con el estado de las relaciones de fuerza en el sistema comunicacional en el que tuvo especial relevancia la iniciativa gubernamental.

Al principio del período considerado en este trabajo, el cambio producido a partir de 2009 en las políticas de comunicación en la Argentina no era intencionalmente buscado por los agentes analizados. Sin embargo, estamos en condiciones de afirmar que sus trayectorias, competencias y prácticas –junto a las de muchos otros en el resto del país- contribuyeron a hacerlo posible.



Referencias Bibliográficas

- **Abatedaga, N.** (2011) ¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La comunicación en los medios masivos recuperados, tesis del Doctorado en Comunicación Social, UNLP: La Plata (Mimeo).
- **Álvarez Ugarte, R.** (2013) Una mirada desde los movimientos sociales al pasado, presente y futuro de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En Revista Argentina de Teoría Jurídica, Vol. 14, Nº 1, Universidad Torcuato Di Tella: Buenos Aires.
- **Amman, B. & Da Porta, E. (comps.)** (2008) Rutas alternativas de la comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder. Ferreyra Editor: Córdoba.
- **Anaya, J. P.** (2005) ¿Valió la pena? La lucha por la ley de radio y televisión en Perú. En Solís Leree, Beatriz (coord.) Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado. Senado de la República/KAS/AMEDI: México DF.
- **Ávila Pietrasanta, I.; Calleja Gutiérrez, A. & Solís Leree, B.** (2001) No más medios a medias. Participación ciudadana en la revisión integral de la legislación de los medios electrónicos. Senado de la República/FES: México DF.
- **Baranchuk, M. & Rodríguez Usé, J. (coords.)** (2011) Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. Galerna: Buenos Aires.
- **Barbero, J. M.** (1981) Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio. Comunicación alternativa y cambio social. UNAM: México.
- **Becerra, M. & Mastrini, G.** (2009) Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América del Siglo XXI. Prometeo Libros: Buenos Aires.
- **Benítez Larghi, S.** (2008) Acción colectiva e internet en las organizaciones de trabajadores desocupados. En Margen. Periódico de Trabajo Social y Ciencias Sociales, Nº 51, Buenos Aires.
- **Busso, N. & Jaimes, D.** (2011) La cocina de la ley. El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. FARCO: Buenos Aires.
- **Caletti, S.** (2005) Políticas de comunicación: acentos en debate. En Loreti, D.; Mastrini, G. & Baranchuk, M. (comps.) Participación y democracia en la sociedad de la información. Actas III Congreso Panamericano de Comunicación, 59-67. Prometeo Libros: Buenos Aires.
- **COPLA** (2011) Militancia y Comunicación. Ed. COPLA: Buenos Aires.
- **Córdoba, L.** (2011) La Coalición por una Radiodifusión Democrática: regeneración del espacio público y ejercicio de ciudadanía. En Argumentos. Revista de Crítica Social, Nº 13, IGG-UBA: Buenos Aires.
- **Costa, R. L.** (junio 2010) Acerca de la comprensión/explicación. Una aproximación desde Max Weber. En ConCiencia Social. Nueva Época, Año X, Nº 13, Editorial Espacio/ETS-UNC: Córdoba, 61-70.
- **Costa, R. L. & Mozejko, D. T. (comps.)** (2002) Lugares del decir. Competencia social y estrategias 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.
- **Erazzo, V.** (2006) Panorama de la observación crítica de los medios en América Latina. Observatorio de Medios, Fucatel/Oxfam: Chile.
- **Fraser, N.** (1997) Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición 'postsocialista'. Universidad de los Andes y Siglo del Hombre Editores: Bogotá.



- **Grillo, M.** (2006) La participación del público en el noticiero televisivo o la política en el mercado. En Grillo; M., Rizzo, A. & Berti, S. Con los medios de por medio. UNRC Editora: Río Cuarto.
- **Lazzaro, L.** (2010) La batalla de la comunicación. De los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información. Colihue: Buenos Aires.
- **León, O.; Burch, S. & Tamayo, E.** (2005) Movimientos sociales y comunicación. ALAI: Quito.
- **Loreti, D.** (2005) América Latina y la libertad de expresión. Norma: Bogotá.
- (1995) El derecho a la información. Relación entre medios, públicos y periodistas. Paidós: Buenos Aires.
- **Loreti, D. & Lozano, L.** (2014) El derecho a comunicar. Conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas. Siglo XXI: Buenos Aires.
- **MacBride, S. & otros** (1980) Communication and Society Today and Tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order, 166-174. Kogan Page: London/Uniput: New York/UNESCO: París.
- **Mastrini, G. (ed.)** (2005) Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004). La Crujía: Buenos Aires.
- **Mastrini, G. & Becerra, M.** (2006) Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Prometeo Libros: Buenos Aires.
- **Mastrini, G. & Carboni, O. (comps.)** (2012) Siete debates nacionales en políticas de comunicación. Editorial UNQ: Bernal.
- **Mastrini, G., Bizberge, A. & de Charras, D. (eds.)** (2013) Políticas de comunicación en el siglo XXI. La Crujía : Buenos Aires.
- **Mata, M. C.** (2002) Comunicación, ciudadanía y poder, pistas para pensar su articulación. En Diálogos de la Comunicación, Nº 64, FELAFACS, Lima, 64-75.
- (enero/abril 2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. En Fronteiras. Estudos Midiáticos, Vol. 8, Nº 1, Unisinos, Porto Alegre, 5-15.
- **Mata, M. C. & otros** (2005) Democracia y ciudadanía en la sociedad de la información: desafíos y articulaciones regionales. ECI-UNC/Delegación regional de Cooperación para el Cono Sur y Brasil de la Embajada de Francia: Córdoba.
- **Monje, D. I.** (2013) Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991- 2007, tesis del Doctorado en Comunicación Social, UNLP, La Plata (Mimeo).
- **Montiel, A.** (2010) Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática. En Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Vol. LII, Nº 208, 81-95.
- **Movimiento de Países No Alineados** (1973) Programa de acción para la Cooperación económica. IV Conferencia de los Países No Alineados, Argel.
- **Porto, R.** (2013) Los movimientos sociales vinculados a la comunicación y la Ley de Medios. En Revista Argentina de Teoría Jurídica, Vol. 14, Nº 1, Universidad Torcuato Di Tella: Buenos Aires.
- **Ramos, I.** (mayo 2013) Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. En Iconos. Revista de Ciencias Sociales, FLACSO-Ecuador: Quito.
- **Rey, G.** (2003) Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación. La Tribu: Buenos Aires.
- **Rodríguez Villafañe, M. J.** (2009) Los fines justifican los medios. Radiodifusión cooperativa y mutual. Editorial Paraná: Buenos Aires.
- **Smerling, T.** (2013) La concentración de la propiedad de los medios de comunicación en la Argentina: un estudio comparativo entre las ciudades del interior. Córdoba, Rosario y Mendoza 1990-2010, tesis del Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas, UNQ, Bernal, (Mimeo).



- Solís Leree, B. (coord.)** (2004) La relación sociedad/medios en el marco de la reforma del Estado en México. UNAM: México.
- Svampa, M.** (2008) Cambio de Época. Movimientos sociales y poder político, Siglo XXI/CLACSO Coediciones: Buenos Aires.
- Traversaro, N.** (junio 2013) Las condiciones sociales de producción de prácticas de comunicación en movimientos sociales: el caso de una organización en Córdoba 2004-2008. En VI Encuentro Panamericano de Comunicación, ECI-UNC: Córdoba.
- UNESCO** (julio 1976) Informe final de la Conferencia Intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe, San José de Costa Rica
- Vinelli, N. & Rodríguez Esperón, C. (comps.)** (2004) Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. Peña Lillo/Continente: Buenos Aires.
- Waisbord, S.** (2013) Vox populista. Medios, periodismo, democracia. Gedisa: Buenos Aires.

¿Otro país? La democratización de las comunicaciones en San Luis¹

•Verónica B. Longo

• *Licenciada en Comunicación Social. Docente investigadora de la carrera de Comunicación Social, e integrante del PROICO "Comunicación y Ciudadanía: actores, prácticas y sentidos" de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina. Correo electrónico: vlongo@unsl.edu.ar*



El movimiento de medios de comunicación audiovisual y organizaciones interesadas en la democratización de las comunicaciones en la provincia de San Luis (Argentina) podría caracterizarse como escaso, rudimentario, embrionario o de poca incidencia. Esta afirmación -que se presenta, en principio, provocadora- es razón de ser de este estudio.

Nos interesa abordar las prácticas de los radios, televisiones y organizaciones interesadas en la democratización de las comunicaciones en la provincia de San Luis. En este marco, se intentará responder los siguientes interrogantes: ¿Qué características tienen las prácticas producidas por estos medios y/u organizaciones; en qué condiciones y sistema de relaciones surgen estas prácticas democratizadoras de la comunicación en San Luis; por qué las caracterizamos como escasas, rudimentarias y embrionarias; y desde qué posición de poder relativo las producen estos agentes sociales?

Definimos "democratización de las comunicaciones" como un concepto que da cuenta de un derecho universal que entiende la comunicación (y no solo la información) como un bien público. Esto es, democratización de la comunicación en tanto se garanticen y respeten aspectos inherentes a la participación (en la producción de medios, en la gestión del medio, en la propiedad y en el diseño de las políticas de comunicación), en el pluralismo y diversidad, en el acceso (a la información, a la producción, a la gestión de un medio, a la propiedad, al diseño de las políticas de comunicación, a las tecnologías de la información y la comunicación, al consumo de medios) y a la equidad. Es decir, "el derecho a la comunicación como superador de las libertades y derechos vinculados a ésta (expresión, acceso a información), como derecho humano del mismo rango que los derechos a la salud y la educación, y como condición necesaria de la democracia y el desarrollo de los pueblos" (Segura, 2010: 139).

Asimismo, la democratización de las comunicaciones supone "un proceso al que contribuyen prácticas con diversos grados o niveles de radicalidad en términos de su pretensión de reforma del sistema comunicacional global. Los diferentes niveles de

1- En el año 2003, se presenta en Argentina la campaña publicitaria "San Luis Otro País" a fin de incentivar el turismo en la provincia. Dicho eslogan marcaba las diferencias que existían entre esta provincia mediterránea y el resto del país: alta tasa de empleo, radicación de la industria, plan de viviendas, desarrollo de rutas, etc. La campaña significó un logro publicitario/discursivo muy importante ya que todavía se la recuerda y se la utiliza como forma de caracterizar a San Luis.



radicalidad van desde la propuesta de adaptación, pasando por la de separación para construir la propia alternativa, hasta la de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional general” (Segura, 2011:103).

Es decir, en nuestro trabajo se analizarán las características y formas de democratización de las comunicaciones en la provincia puntana y su grado de radicalidad.

Se tendrá en cuenta el período comprendido entre 2010 y 2013, momento de plena vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en Argentina, y que brinda un marco general para entender el tema de estudio.

Políticas de comunicación democratizadoras

“El poder puede compartirse otorgando a la gente un acceso y una participación mayores en el proceso de comunicación (...) las desigualdades pueden reducirse mediante un proceso de democratización; y los vestigios de la dominación pueden abolirse a medida que las naciones avanzan hacia una liberación más completa.”
Informe MacBride, 1987

La discusión sobre las políticas de comunicación en Argentina aparece en un plano nacional e internacional atravesado por fuertes crisis en muchos, si no todos, los ámbitos de la vida pública, el colapso del Estado de Bienestar (De Piero, 2010) y (re)acomodamientos de diferentes aspectos de la vida social (la economía, la política, la cultura, etc.).

Son numerosos los hitos históricos y políticos que enseñan el creciente interés mundial por un nuevo orden de la información y la comunicación y por la implementación de Políticas de Comunicación. Como recuerdan Mastrini y de Charras (2005), los hechos que pueden fijarse como iniciadores de ese debate son la IV Conferencia de Jefes de Estado y Gobierno de los Países No Alineados (Argel, 1973), la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1974, donde los países del Tercer Mundo exigieron un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI), y la aprobación del Informe MacBride en la Asamblea General de la UNESCO, en 1980, en Belgrado.

Hoy, en el debate sobre las políticas de comunicación no puede soslayarse el especial escenario en el que están insertas las sociedades modernas (entiéndase capitalistas). Por un lado, un mercado (y medios de comunicación e información) con cada vez más intromisiones en el espacio público² y, por el otro, grupos sociales que presionan para que sus temas antes considerados del mundo privado sean llevados y atendidos por y en el espacio público. Asimismo, hay que recordar que en la Argentina (y en Latinoamérica) los medios de gestión privada fueron predominantes desde los inicios de la radiodifusión. Se han incrementado profundamente los procesos de concentración de la propiedad, convergencia tecnológica y actuación del capital transnacional. Así, en los últimos años las comunicaciones y su discusión están atravesadas por la concentración del capital en grupos oligopólicos, la convergencia de los sectores audiovisual, informático y

2- Minorías sexuales, raciales, religiosas, pueblos originarios, por ejemplo.



de telecomunicaciones, y la intromisión de grupos supranacionales en las políticas públicas nacionales (Mastrini, 2008).

Ahora bien, conceptualmente definimos las políticas públicas³ de comunicación como formas de (entender y) organizar y regular las actividades, procesos y formas de comunicación desde el Estado (especialmente lo relacionado con los medios de comunicación), desde una visión de lo público.

Es decir, una política pública de comunicación es

un conjunto de acciones del Estado en relación a la regulación de la comunicación y la cultura, su relación con los medios y de la actividad de los distintos sectores, con énfasis en la radiodifusión, sus modos de uso y estructura de propiedad, pero aplicable también a otros sectores y ramas de las industrias culturales, tales como el cine [...]. (Marino, s/d)

En este marco, las políticas estatales de comunicación, en tanto democratizadoras, muestran (o deberían mostrar) cómo es concebido el derecho a la comunicación y el ejercicio de ese derecho; y cómo se achican las desigualdades y las brechas info-comunicacionales.

El movimiento nacional por la democratización de las comunicaciones

“La comunicación es un lugar central de la vida social y la imaginación de las prácticas políticas contemporáneas.”
Germán Rey

En Argentina, desde mediados de 2004 (inclusive algunos años antes) diversos actores sociales han pugnado (demandado) por una nueva ley de radiodifusión concebida y nacida en la democracia.

Hasta el año 2009 el cuerpo jurídico que ordenaba las comunicaciones audiovisuales en nuestro país era el Decreto Ley 22.285, sancionado en 1980. Como parte de sus artículos, esta ley –dictada durante la última dictadura que vivió el país– afirmaba:

Los servicios de radiodifusión deberán difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida, para satisfacer las necesidades de la seguridad nacional. A esos efectos el Poder Ejecutivo Nacional podrá establecer restricciones temporales al uso y a la prestación de todos los servicios previstos por esta Ley (art. 7).

Como se lee, corría a la par de postulados antidemocráticos y restrictivos. En 1983 retorna la democracia a la República Argentina. Sin embargo, la Ley

3- No se ha discutido en este trabajo el uso (difundido) de la noción de “públicas”. Nuestro interrogante sería: ¿Podrían pensarse políticas que no fueran públicas? ¿Hay otro tipo de políticas?



22.285 siguió en vigencia más de 20 años. Ahora bien, las modificaciones a ese Decreto Ley, operadas durante la década de los años 90', facilitaron la concentración y la formación de oligopolios y el ingreso de capitales extranjeros. Recién en 2009 se sanciona un nuevo marco jurídico, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, que muestra un nuevo paradigma sobre la participación del Estado y la ciudadanía en la vida social y en las comunicaciones.

Diferentes sectores de la vida pública de la Argentina participaron en el debate en torno a la promulgación de la nueva norma. No sólo el Estado estuvo presente, sino también muchos actores de la sociedad civil: cooperativas, radios comunitarias, universidades públicas, organizaciones sociales, grupos "minoritarios", etc. Esta discusión se llevó a cabo, claro está, en constante conflictividad con otros actores empresariales y políticos que reclamaban la no sanción del marco jurídico. Histórica y políticamente, se asiste a una creciente preocupación ciudadana -a través de sus actores y organizaciones- por incidir e intervenir en materia de políticas públicas de comunicación. La movilización también pasa por la fijación del tema de las comunicaciones en la agenda pública nacional⁴.

El contexto provincial

"El gobierno y la sociedad sanluiseña basan su acción en la solidaridad, democracia social, igualdad de oportunidades, ausencia de discriminaciones arbitrarias, plena participación política, económica, cultural y social de sus habitantes, y en los principios éticos tradicionales fieles a nuestro patrimonio cultural."
Art. 4 de la Constitución de la Provincia de San Luis

San Luis es una provincia mediterránea de la Argentina con una superficie de 76.748 kilómetros cuadrados y que cuenta actualmente con más de 432.000 habitantes⁵. Sierras, arroyos, minerales, industria y obra pública son parte del marco geográfico y económico en la provincia. Más del 70% de la población se concentra en dos ciudades principales: San Luis Capital (Departamento Pueyrredón) y Villa Mercedes (Departamento Pedernera).

Con la llegada de la democracia en la Argentina, comienza a gobernar la familia Rodríguez Saá. Desde 1983 y durante 28 años fueron los representantes electos en el Ejecutivo Provincial, por el Partido Justicialista (PJ), los hermanos Adolfo (1983–2003⁶) y Alberto Rodríguez Saá (2003-2011). En continuidad con la anterior gestión, también por el PJ provincial, en octubre de 2011 fue elegido gobernador provincial Claudio Poggi.

En este contexto de clara hegemonía política (y que inunda también la vida social y cultural), el mapa de medios audiovisuales de la provincia también enseña particularidades que son relevantes a nuestros fines. Según datos extraídos de un relevamiento realizado entre 2010 y 2011 en el marco de un proyecto de investigación local⁷ se contabilizaron, en toda la provincia, algo más de 170⁸ medios de comunicación. El mapeo abordó los medios radiales, impresos, digitales y televisivos.

4- Sobre este proceso, ver en este libro el capítulo "Sociedad civil y democratización de las comunicaciones en Córdoba" de María Soledad Segura.

5- Según el censo del año 2010, se encuentran 432.310 pobladores en toda la provincia de San Luis. En el departamento Pueyrredón se contabilizaron 204.019 habitantes, mientras que en el segundo departamento, Pedernera, 125.899. El 89% de la población se concentra en los centros urbanos (de más de 2.000 habitantes) Fuente: www.indec.gov.ar y www.estadistica.san-luis.gov.ar

6- Entre fines del año 2001 y parte del 2003 asumió como gobernadora María Alicia Lemme.

7- PROIPRO N° 4-0410 "Ciudadanía y medios de comunicación". Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis.

8- Hoy ese número es -creemos- significativamente mayor, pero este estudio citado enseña tendencias.



Asimismo, este relevamiento demostró que más de la mitad de los medios se encuentran en los departamentos con mayor número de población: en Pueyrredón se concentra el 34%; y en Pederñera, el 27%. Además, uno de los puntos destacados es la fuerte presencia del sector privado en las comunicaciones audiovisuales de la provincia. Por ejemplo, 7 de cada 10 medios de comunicación son radios. Solo en la ciudad de San Luis hay 53 radios irradiando al espacio. Villa Mercedes contabiliza 38⁹. De este total, el 86% corresponde a radios comerciales (privadas con fines de lucro).

En el marco de políticas de comunicación provinciales, hay que mencionar que el 3 de noviembre de 2010 (cuando ya había sido aprobada la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y en un contexto provincial de clara y manifiesta oposición al Gobierno Nacional y al “modelo de país”) se sanciona la Ley de Libertad de Expresión del Pensamiento y de Información N° 0735-2010. Esta norma establece, entre otras cuestiones¹⁰, que el órgano para el otorgamiento de las licencias de radio y televisión es el Consejo Consultivo de Libertad de Expresión de la Provincia (art. 4°) y que la entidad reguladora de los medios locales es el Estado de San Luis. Hasta la fecha, esta ley ha implicado un punto de conflictividad (sobre todo en lo relativo al ámbito de aplicabilidad de la legislación) entre los gobiernos provincial y nacional.

¿Un movimiento provincial por la democratización de las comunicaciones?

“Ayer me vino a ver un cacique de la comunidad huarpe (...) pidiendo y teniendo ganas de tener su propia radio. La verdad que esto nos pone muy contentos. Son grupos que han sido excluidos no sólo de los medios de comunicación si no de la sociedad en general. Qué bueno que esta Ley los ponga como protagonistas dentro del espectro radioeléctrico.”

Gabriel Videla, titular del AFSCA San Luis, en entrevista radial

Dijimos al comienzo de este trabajo que, de existir un movimiento provincial que trabaje por la democratización de las comunicaciones en San Luis, éste es incipiente y embrionario. En este marco de clara preeminencia de medios de comunicación privados con fines de lucro y un proyecto hegemónico desde el Estado Provincial, aparecen pocos registros y movimientos que dan cuenta de otras posibilidades y otras voces para entender la comunicación.

El mapa de medios audiovisuales y organizaciones públicas y sin fines de lucro en San Luis¹¹ se presenta escaso. Entre los medios públicos radiales en FM encontramos a Radio Nacional 96.7Mhz, Radio Municipal San Luis 87.9 Mhz¹², Radio Universidad (una en Villa Mercedes y otra en San Luis, ambas con frecuencia 97.9 Mhz) y radios escolares (se cuentan un poco más de veinte¹³). Además, funcionan

9- El listado completo provincial en www.estamosenlaradio.blogspot.com, de elaboración propia

10- Para un mayor entendimiento de lo que se discute, en el articulado de la ley se lee, por ejemplo: “Corresponde a la Provincia de San Luis la jurisdicción de todas las materias relativas a los servicios de difusión que comprenden: Radiodifusión, Televisión abierta y por cable, Escritos y cualquier otro que se realice dentro de sus límites territoriales (...) la Provincia de San Luis llevará un Libro de Registro Público de frecuencias del espectro radioeléctrico disponibles y otorgará, a través del Consejo Consultivo de Libertad de Expresión, la autorización pertinente a los efectos de la prestación de servicios de comunicación, con la limitación de la efectiva disponibilidad de frecuencias (...)”. En total, son 12 artículos.

11- Se prioriza el análisis en las ciudades de San Luis y de Villa Mercedes. El mapa de medios no privados del interior de la provincia no parece variar demasiado. La enumeración propuesta intenta ser exhaustiva.

12- Esta radio comienza a funcionar a principios del año 2013. En muchos pueblos y ciudades del interior también funcionan radios municipales que, hasta el momento, no se han logrado censar.

13- No se dispone de datos ciertos sobre el funcionamiento y condición legal de estas radios. Sólo se cuenta conoce el trabajo de la radio de la Escuela Industrial en el 103.5 del dial. Algunas de las radios escolares mencionadas trabajan como radio-pasillo. Se recomienda su análisis para otras presentaciones (Fuentes consultadas: Ministerio de Educación, AFSCA-San Luis y <http://www.redradioeducacion.blogspot.com.ar/>)



dos radios católicas dependientes del Obispado¹⁴ (Radio María de la Paz 105.3 Mhz en Villa Mercedes y Radio María 90.5 Mhz en San Luis). Contabilizamos sólo un medio público televisivo de alcance provincial: LV90 Canal 13 San Luis.

Como medios radiales sin fines de lucro en funcionamiento sólo es posible mencionar a Radio Masi 92.7 Mhz¹⁵ perteneciente a la colectividad boliviana en San Luis y la radio del grupo de ayuda y organización de Rehabilitación al Marginado (REMAR) en el 88.9¹⁶ del dial. También encontramos varias emisoras radiales de grupos cristianos y/o evangélicos: Radio Cristiandad 90.5 Mhz y Radio Siloé 101.9 Mhz en San Luis, y Nar FM 88.5 y Natanael FM 96.9 en Villa Mercedes.

Además, se registran proyectos de radios comunitarias en vías de consolidación como Radio La Bulla que es impulsado por la organización puntana Casita Cultural¹⁷ y es una experiencia radial exitosa aunque ha tenido vaivenes este último año; y el programa La Minga, emergente de un proyecto de extensión de la Universidad Nacional de San Luis que, además de realizar trabajo social y de base desde la perspectiva de la Educación Popular, dispone de un programa radial, tiene avanzadas las tratativas con la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual para comenzar a transmitir como radio comunitaria y ya disponen de antena y espacio físico. Al momento de la redacción del presente trabajo, ninguna de las dos está emitiendo. En tanto, la televisión sin fines de lucro suma, como proyecto avanzado, al canal de residentes bolivianos en San Luis.

Finalmente, encontramos organizaciones no gubernamentales con fines sociales, cooperativos y/o ecológicos que tienen como una de sus tareas la difusión de actividades, visibilización de sus proyectos y exposición de sus demandas en el espacio público a través de programas radiales propios como la antes mencionada La Minga. En algunas oportunidades, emplean espacios de radios comerciales.

Además, se puede mencionar a otras pocas organizaciones y grupos interesados en los medios audiovisuales y su democratización como el equipo de investigación “Ciudadanía y medios de comunicación: contextos y articulaciones” de la Universidad Nacional de San Luis que, además de sus tareas académicas, ha participado en las asambleas y foros de discusión del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; un grupo de periodistas locales que, sin estar agremiados, han mostrado su interés por discutir cuestiones relativas a la Ley 26.522 y sus condiciones de trabajo; y el Nodo San Luis (con sede en la Universidad Nacional) que integra el Polo Audiovisual Tecnológico con cabecera en la Universidad Nacional de Villa María.

En los casos y experiencias enumerados, los aspectos de democratización de las comunicaciones tienen que ver con las temáticas (y las formas en) que se abordan en esos medios la propiedad del medio y los sujetos involucrados.

Ahora bien, no hay una discusión ni replanteo en términos de derecho a la comunicación (en tanto participación, acceso, diversidad y pluralismo). La experiencia democratizadora es particular, al interior del medio o la organización. La diferencia está entonces en que la radicalidad de la democratización en el caso analizado de San Luis no aparece en términos de ruptura, sino en práctica alternativa (sin modificar las reglas del juego generales) (Segura, 2011).

14- La LSCA define a la Iglesia Católica como persona jurídica de derecho público.

15- Fue fundada el 1 de mayo de 2012.

16- Comenzó a emitir en el año 2012.

17- Ver en este libro el capítulo “Política y comunicación. Las prácticas de la organización Casita Cultural” de Mariela Villazón.



San Luis y la democratización de las comunicaciones, un proceso incipiente

Si diferenciamos por niveles (o grado de radicalidad) el accionar por la democratización de las comunicaciones, podemos diferenciar tres: 1) adaptación al sistema, 2) alternativa al interior del sistema y 3) cambio de las reglas de juego¹⁹ del sistema comunicacional general (Segura, 2011¹⁸). Desde esta clasificación, podemos afirmar que en la provincia de San Luis no se ha generado un movimiento en tanto proceso con pretensiones de reforma o ruptura del sistema comunicacional provincial y de sus reglas de juego. Antes bien, se observan leves oscilaciones entre la adaptación a un sistema de medios a la generación de alternativas (con contenidos y reglas de juego propios y particulares). En ambos niveles, el poder relativo de los agentes sucumbe ante el sistema general. Cuantitativa y cualitativamente tampoco se observa, al momento, incidencia alguna.

En esta provincia, con clara hegemonía política desde el Ejecutivo Provincial (o bajo un régimen neo-patrimonialista, en palabras de Trocello²⁰), se observa un marcado mapa de medios de índole privado con fines de lucro y organizaciones sociales, religiosas o de otra índole que usan la radio como medio para mostrar o dar cuenta de los propios objetivos.

Así como más arriba afirmábamos que a nivel nacional (e inclusive internacional) existe una creciente preocupación ciudadana -a través de grupos organizados- por demandar, participar, presionar, incidir e intervenir en materia del sistema de comunicaciones y de políticas públicas de comunicación, en el contexto provincial dicha preocupación y participación ciudadana no aparece con la fuerza de otros casos.

En este trabajo se mostró el contexto provincial en el que esto ocurre, y que enseña además la inexistencia, por ejemplo, de iniciativas de incidencia en la reforma de leyes o políticas de comunicación (a nivel provincial o nacional) y de veedurías u observatorios de medios.

18- Ver también en este libro el capítulo "Sociedad civil y democratización de las comunicaciones en Córdoba" de María Soledad Segura.

19- Tenemos datos para suponer que esta realidad se repite y aparece, en principio, en otras provincias argentinas con condiciones similares de concentración de mercado de medios y fuerte incidencia política del partido político gobernante. Nos referimos, por ejemplo, a Santiago del Estero, Tucumán, Catamarca, entre otras.

20- Caracterizamos a San Luis como la provincia que se asienta bajo un régimen (neo) patrimonialista-clientelar, en tanto: "a) Los gobernantes -el líder o la élite- son el centro ineludible de la toma de las decisiones. El ejercicio de la autoridad se asienta en relaciones personales establecidas sobre la base de obligaciones recíprocas, fundándose en prácticas prebendarias o clientelares (...). b) Las estructuras burocráticas formales conviven con otras informales de personas de confianza que tienen acceso directo al gobernante (...). i) La acción estatal se orienta principalmente en las siguientes acciones: a) medidas demagógicas materializadas a través del subsidio que no llega a ser una redistribución de la riqueza; b) concesión de privilegios de explotación; c) construcciones fastuosas y gastos ornamentales." (Trocello, 2004: s/p).



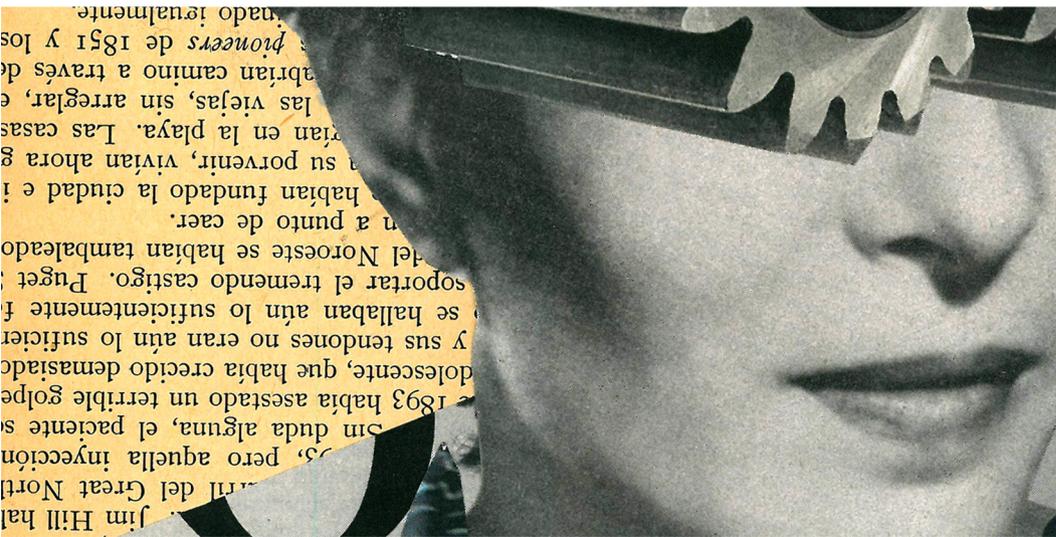
Referencias Bibliográficas

- **De Piero, S.** (2010) La orientación del Estado ante la conflictividad emergente (o acerca de cómo volver a discutir el desarrollo). Documento INAP (5).
- **MacBride, S. & otros** (1987) Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica, Colección Popular: México DF.
- **Marino, S.** (s/d) Estado, Políticas Públicas y Políticas Públicas de Comunicación. Trabajo Final. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/>
- **Mastrini, G. (ed.)** (2008) Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004). La Crujía: Buenos Aires.
- **Mastrini, G. & de Charras, D.** (2005) 20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI o el mismo amor, la misma lluvia. En Anuario Ininco, Vol 17, N° 1.
- **Poder Ejecutivo Nación Argentina** (2009) Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. En Boletín oficial de la República Argentina, Año CXVII, No 31.756, Buenos Aires.
- **Poder Ejecutivo Provincia de San Luis** (2010) Ley de Libertad de Expresión del Pensamiento y de Información N° I-0735-2010. En Boletín oficial de la Provincia de San Luis, N° 13669, San Luis.
- **Rey, G.** (2003) Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina. En Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación. Colectivo La Tribu: Buenos Aires.
- **Segura, M. S.** (diciembre de 2010) La reforma del sistema comunicacional: una cuestión ciudadana. En Fronteiras. Estudos Midiáticos, Vol 12, N° 3, Unisinos, Sao Leopoldo.
- **Segura, M. S.** (2011) La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. En Argumentos. Revista de Crítica Social, N° 13, Instituto Gino Germani (IGG), Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.
- **Trocello, M. G.** (diciembre de 2004) Violencia simbólica y patrimonialismo. El caso San Luis. En Revista Electrónica de Psicología Política, Año 2, N° 7. Recuperado de http://www.psicopol.unsl.edu.ar/dic04_not1.htm



Organizaciones territoriales y la nueva Ley Audiovisual

Parte



Antes y después de la Ley Audiovisual. Prácticas de comunicación en movimientos territoriales

•Natalia G. Traversaro

• *Licenciada en Comunicación Social, Diplomada en Estudios Avanzados y doctoranda en Estudios Latinoamericanos de la Universidad Complutense de Madrid (tesis presentada a la espera de defensa oral en 2014). Docente de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina. Integrante del equipo "La sociedad civil en las disputas por los derechos a la comunicación y la cultura" del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC. Correo electrónico: natalia-traversaro@gmail.com*

Se analizan aquí las propuestas de comunicación realizadas por los movimientos territoriales de Córdoba, Argentina, antes y después de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 (LSCA). Al hablar de "propuestas de comunicación" se hace referencia al desarrollo de medios de comunicación (por ejemplo: radios comunitarias), pero también a otras prácticas, como las estrategias de comunicación interna, el uso de nuevas tecnologías o de prensa escrita, entre otras. En este sentido, se analizarán las facilidades, dificultades y obstáculos que afrontaron las organizaciones para desarrollar medios de comunicación propios y las prácticas de comunicación alternativas adoptadas por las mismas.

Cabe destacar que los movimientos estudiados no poseen objetivos específicamente comunicacionales, sino relacionados al trabajo comunitario y de construcción política y suelen acudir a prácticas de comunicación, como herramientas para el logro de sus fines o para la difusión de la organización.

Hasta el año 2009 la ausencia de una legislación que favoreciera la inclusión en el espectro radioeléctrico de medios de comunicación sin fines de lucro, parecía ser una limitante para su creación. A partir de la sanción de la LSCA se han generado nuevas posibilidades para este sector. Sin embargo, se ha detectado que los movimientos territoriales de la ciudad de Córdoba, por lo general, no han desarrollado nuevos medios o sus propuestas han quedado en el camino. Por este motivo, se planteó como problema a resolver qué características, limitaciones o estímulos presentan o deben enfrentar las propuestas y estrategias de las organizaciones sociales para generar producciones audiovisuales ante las posibilidades creadas por la Ley 26.522. En este sentido, se trabajó como hipótesis que las posibilidades de las organizaciones sociales de realizar producciones audiovisuales en el marco de la LSCA, guarda relación prioritaria con el lugar que ocupan los espacios y actores relacionados a la comunicación dentro de la organización.

Se procura comprender y explicar los procesos mencionados desde una perspectiva socio-histórica, abordándolos como prácticas sociales. Por este motivo, se plantea la





pregunta sobre las condiciones y la situación de los agentes que intervienen en su desarrollo. El estudio de las condiciones de producción de las prácticas de comunicación y sus objetivos se realizó tomando como eje la categoría de lugar, entendido como el principio que define las competencias relativas de un sujeto social y su capacidad diferenciada de acción, en relación a las propiedades eficientes que le son reconocidas en un sistema de relaciones determinado (Costa & Mozejko, 2009).

Los movimientos populares a partir de la Ley Audiovisual

Como lo hicieron los gobiernos de otros países latinoamericanos desde la primera Presidencia de Hugo Chávez en Venezuela en 1998, el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) también intentó recuperar a fortaleza del Estado en las definiciones políticas, económicas, sociales y atender demandas de los sectores populares. Asimismo, favoreció la ubicación de miembros de movimientos sociales en espacios de gestión institucional¹.

Desde comienzos del nuevo milenio en nuestro país, algunos movimientos sociales trabajaron por la democratización de las comunicaciones en distintos niveles. A nivel sub-nacional, continuaban experimentando prácticas de comunicación comunitaria, alternativa y nuevas formas de periodismo. A nivel nacional, impugnaban las legislaciones vigentes, realizaban nuevas propuestas y observatorios de medios. A nivel transnacional, participaron en foros y cumbres internacionales (Segura, 2011). El trabajo de estas organizaciones favoreció la formación de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, contribuyó a ampliar el debate a favor de una nueva Ley de Comunicación y posibilitó, finalmente, la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

La Ley que rigió hasta el año 2009 fue la 22.285/80, tuvo su origen en la última dictadura militar de Argentina y fue reformada por el Gobierno de Carlos Menem. La Ley 22.285/80 reemplazó a la que había sido sancionada por el Congreso Nacional en octubre de 1953 durante el gobierno de Juan Domingo Perón (Mastrini & otros, 2013). A partir de la década del noventa, algunos actores y agrupaciones de la sociedad civil fueron incorporando el debate sobre la comunicación. En encuentros mundiales también se instaló el tema, por ejemplo, en el Foro Social Mundial en 2001, en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información realizada en 2003 en Ginebra y en 2005 en Túnez “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” (Segura, 2013: 2).

En Argentina, las discusiones sobre la necesidad de generar una nueva legislación resurgieron junto a la recuperación democrática de 1983. Pero fue recién en 2004 que agrupaciones y sectores comprometidos en la problemática comunicacional se convocaron para trabajar en la elaboración de una nueva ley (Busso & Jaimes, 2011). En ese

1- Por ejemplo, durante la presidencia de Néstor Kirchner, dirigentes de Barrios de Pie ocuparon espacios institucionales: Humberto Tumini fue Secretario Ejecutivo del Consejo Federal de Derechos Humanos, y Jorge Ceballos, Subsecretario de Organización y Capacitación Popular del Ministerio de Desarrollo Social.



año nació la Coalición por una Radiodifusión Democrática, donde participaron agrupaciones de distinta índole, entre ellas, movimientos dedicados a la democratización de la comunicación y otros al trabajo territorial, como fue el caso de Movimiento Barrios de Pie/Libres del Sur (MBP/LS) y Federación de Tierra y Vivienda (FTV).

Movimiento Barrios de Pie/Libres Sur realizó actividades de comunicación comunitaria, y también participó en la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba. A nivel nacional, el movimiento se preocupó por generar, al interior de la organización, la discusión en relación a la visibilidad del movimiento en los medios de comunicación, a las relaciones que establecían con ellos y a las posibilidades de generar propuestas alternativas de comunicación (Busso & Jaimes, 2011).

En 2007, MBP/LS poseía dos diputadas nacionales electas (Cecilia Merchán y Victoria Donda) y a nivel provincial -entre 2007 y 2010- una de sus integrantes se desempeñó como Directora de Radio Nacional Córdoba (Gabriela Cabus).

Como se dijo, paralelamente al debate por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2004-2009), MBP/LS realizó actividades de comunicación comunitaria, como talleres de comunicación popular y una radio comunitaria. Los talleres de comunicación popular iniciados en 2004 no perduraron más de dos años. Los coordinadores atribuyeron este resultado al hecho de que los participantes de los talleres tenían otras necesidades y/o prioridades que debían atender (cuidado de los niños, comedores, copas de leche). El análisis realizado permitió encontrar, además, que sus estrategias y opciones de acción respondían más a los temas que resultaban prioritarios para el movimiento en cada momento que a los objetivos de las prácticas de comunicación².

Por el contrario, la propuesta de Radio Comunitaria Rimbombante -ubicada en la Escuela Hugo Leonelli del Barrio IPV de Argüello- inició su actividad en el año 2007 y perdura hasta la actualidad. Entre los condicionantes que permitieron esta continuidad, cabe mencionar la disponibilidad de cierto capital material y la mayor disponibilidad de tiempo de quienes participaban en la actividad, ya que eran jóvenes en edad escolar³. Sin embargo, el lugar desde los cuales los agentes proponían y desarrollaban estas prácticas pareció resultar determinante en el planteo de estrategias para sortear los obstáculos encontrados en la comunidad⁴. El principal impulsor y coordinador del proyecto de radio poseía trayectoria de militancia política en MBP/MLS. Sus años de militancia le proporcionaron reconocimiento dentro del movimiento. De esta manera, sus esfuerzos no necesitaron orientarse a ganar la confianza de sus compañeros y pudieron enfocarse a generar nuevos campos de acción y trabajo como el de la radio. En este caso, el coordinador tenía claro que el desarrollo de la radio era una herramienta de construcción política y ciudadana. De modo que se dedicó tiempo y esfuerzo a una multiplicidad de prácticas de comunicación antes de que se realizara la programación radial. Estas prácticas se orientaban a la necesidad de formar un grupo de trabajo. Para ello, se generaron actividades de atracción (murgas, música, actividades de reflexión y evaluación), tanto como reuniones y debates para afrontar los problemas de género y violencia que se presentaban. Finalmente, se generaron articulaciones con docentes de la

2- Por ejemplo, cuando la organización consideró prioritario armar un grupo de juventud, quien coordinaba los talleres de comunicación popular dejó esa función para asumir la coordinación de los jóvenes.

3- Sin embargo, los coordinadores manifestaron que la mayoría de los jóvenes no asistían a la escuela en ese momento ni estaban interesados en la radio. Más aún, la radio tenía entre sus objetivos motivar a los jóvenes para que volvieran a escolarizarse.

4- Los coordinadores comentaron en las entrevistas que, al llegar al barrio, los jóvenes pusieron resistencia a la idea, no les resultaba atractiva y ellos no fueron bienvenidos (en algunas oportunidades les tiraban cosas para que se vayan). A pesar de ello, los responsables realizaron estrategias alternativas para atraerlos (murgas, por ejemplo).

escuela y otras instituciones barriales, lo que otorgó fortaleza a la radio y permitió que los jóvenes fueran reconocidos por sus potencialidades y capacidades⁵.

Posibilidades abiertas por la Ley 26.522

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue considerada innovadora por sus contenidos y proceso de elaboración, aunque aún se evidencien necesidades y desafíos para que los movimientos sociales puedan generar propuestas audiovisuales propias. Entre los aportes realizados por la nueva ley, cabe mencionar que establece a la comunicación como un derecho humano del mismo nivel que otros derechos como los derechos a la salud y la educación. En el art. 1º, al mencionar su alcance, la Ley dice:

El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (LSCA, art.1).

En relación a las posibilidades de democratización, la Ley avanza en la redistribución del espectro radioeléctrico para que los prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro puedan acceder legalmente al mismo:

La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones. La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro. (LSCA, art. 2)

En este sentido, se destaca como objetivo prioritario la promoción de la diversidad, la universalidad del acceso y la igualdad de oportunidades para todos los habitantes de la nación. De esta manera, las organizaciones sociales como los movimientos sociales territoriales obtuvieron la posibilidad de acceder al 33 por ciento del espacio radioeléctrico destinado a las organizaciones sociales sin fines de lucro. Sin embargo, como señala Segura, “la ley no prevé sistemas de estímulo a la producción y consolidación del sector sin fines de lucro, aunque faculta al Poder Ejecutivo Nacional a ‘desarrollar líneas de acción destinadas a fortalecer el desarrollo sustentable del sector audiovisual’ en general (LSCA, art. 153)” (2013: 4). En esta línea, resultan valiosas e importantes las estrate-

5- Según lo manifestado en las entrevistas, los jóvenes eran juzgados por mal comportamiento, por haber dejado la escuela, entre otros.





gias que los movimientos sociales territoriales desarrollen en pos de garantizar la puesta en marcha de sus medios de comunicación. No obstante, no todos estos movimientos poseen amplia trayectoria en tareas de comunicación y menos aún en el desarrollo de medios de comunicación audiovisuales. Si bien en las trayectorias de movimientos sociales y de prácticas comunicación popular latinoamericana se reconoce la importancia de la comunicación por las posibilidades de participación y construcción ciudadana que ofrece, así como también por favorecer la creación de agendas, editoriales y pautas de visibilidad alternativas a las de los medios de comunicación tradicionales (Bello Gilberto, 1998; Beltrán, 1993), muchos de los movimientos territoriales actuales de Córdoba destinan esfuerzos y tiempo a otras actividades que consideran prioritarias.

La LSCA propone también una definición de “Radios Comunitarias”, que resulta pertinente para pensar en las propuestas de radios realizadas por los movimientos territoriales. La Ley dice:

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

Las características de las radios comunitarias, por lo tanto, suponen la posesión de ciertas competencias en la comunidad para generar su propiedad, administración, obtener y sostener financiamiento y sistemas de evaluación. En consecuencia, esto implica desafíos que deben asumir los movimientos sociales para llevarlas adelante.

Comunicación en movimientos territoriales después de la LSCA

Teniendo en cuenta la posibilidad que otorga la LSCA para que organizaciones sociales sin fines de lucro puedan acceder al espectro radioeléctrico, se analizará cómo afectó esta apertura a movimientos territoriales de Córdoba que poseen áreas de comunicación. Dos de las organizaciones analizadas, Movimiento Evita y Jauretche-Córdoba, se caracterizan por haber crecido rápidamente en cantidad de participantes e integrantes en la ciudad, y por haber generado, además, áreas de comunicación con cierta estructura institucional. El Frente Darío Santillán⁶, por su parte, posee una estructura más pequeña y, por lo tanto, menos personas trabajan en comunicación.

La Jauretche-Córdoba tuvo su origen en esa ciudad en junio de 2009, una semana antes de las elecciones legislativas para diputados y senadores. Surgió por iniciativa

6- Sobre las estrategias de este movimiento para implementar la Ley 26.522, ver también el capítulo “Los movimientos territoriales y la implementación de la Ley Audiovisual. El Frente Popular Darío Santillán” de Joaquín Urioste.



de un pequeño grupo de siete u ocho jóvenes, recientemente egresados de diferentes carreras universitarias, todos con trayectoria de militancia política estudiantil en la agrupación La Bisagra y de trabajo territorial en extensión universitaria.

El movimiento, por las características de su origen y composición, se autodefine como resultado de una “generación política”. De esta manera, valoran positivamente los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández a quienes se mencionó como los “padres” de esa generación⁷. Los objetivos de construcción política territorial, en apoyo a la profundización del modelo político nacional, definen claramente el sistema de relaciones de la organización. El objetivo de la organización es la construcción de poder popular desde el trabajo territorial, asegurar o contribuir a efectivizar las políticas y programas propuestos desde el Gobierno Nacional, apoyar y fortalecer al gobierno de Cristina Fernández⁸.

En la misma línea, el Área de Comunicación tuvo su inicio después de las elecciones legislativas de 2011. Esas elecciones parecen haber puesto en evidencia la necesidad de fortalecer los vínculos de comunicación interna que se fueron desarrollando.

El movimiento inició su trabajo en el barrio Estación Flores de la ciudad de Córdoba. A medida que se incorporaban integrantes, se fue extendiendo hacia la zona oeste de la ciudad. Actualmente, se desempeña en cuatro zonas: norte, sur, este y oeste, y posee responsables en cada una de ellas. Además, se encuentra en 75 localidades del interior de la provincia donde tienen un responsable por departamento⁹.

El Área de Comunicación surge cuando el movimiento crece en distribución geográfica y en cantidad de miembros, con el objetivo de: generar canales de comunicación interna para transmitir y dar visibilidad a las actividades del movimiento; y otorgar criterios de unidad e identidad a los militantes.

De esta manera, entre las primeras actividades de comunicación se pueden mencionar: la generación de estrategias de comunicación interna, bases de datos, agenda semanal, trabajo en redes sociales¹⁰, designación de referentes de comunicación en cada zona para que socialicen las actividades, noticias y hagan de nexos articuladores. Otras tareas a las que se abocan son las operaciones de difusión de actividades y de los referentes a través de los medios de comunicación de masas. Se trabaja también desde el diseño gráfico, generando formatos que permitan utilizar una imagen visual unificada para todas las actividades que se difundan desde la organización. Finalmente, se elaboran campañas de prensa en situaciones electorales.

Por su parte, el Movimiento Evita se origina en Córdoba aproximadamente en 2010, a partir de la confluencia de varias organizaciones piqueteras. La característica de agrupar a varios movimientos parece haber influido en la definición de sus acciones, ya que se fueron incorporando actividades y debates al trabajo territorial ya existente, entre ellos el trabajo de prensa que antes no se realizaba. Actualmente, la organización posee varios “frentes” o secretarías, entre ellos, el de comunicación¹¹.

Los objetivos del trabajo de la organización son “unir y organizar” la construcción de poder a partir de la labor con los “más humildes”, y la construcción de nuevos poderes para la transformación. De esta manera, en su estructura de relaciones posee especial

7- Entrevista realizada en 2013 por la autora a la coordinadora de comunicación de Jauretche-Córdoba.

8- Entrevista a la coordinadora de comunicación de Jauretche-Córdoba.

9- Entrevista a la coordinadora de comunicación de Jauretche-Córdoba.

10- La coordinadora informó que los habitantes de los barrios carenciados no acceden a las redes sociales, aunque algunos adultos mayores hacen la excepción.

11- Entrevista realizada en 2013 por la autora a la coordinadora de comunicación de Movimiento Evita-Córdoba.



valor la articulación con las organizaciones más pequeñas que aglutina, y otras con las que comparten su perfil político o acuerdan con el gobierno de Cristina Fernández¹².

En Córdoba, la confluencia de varias organizaciones sociales originó en 2008 el Frente Popular Darío Santillán (FPDS) que se sumó a la agrupación ya existente en Buenos Aires. El Movimiento Convergencia, hasta ese momento dedicado a manifestaciones y actividades de índole cultural, fue una de ellas. Convergencia integraba el “Encuentro de Organizaciones”, conformado por agrupaciones territoriales y estudiantiles. Como colectivo de auto-convocados, ingresó al Frente por contactos con integrantes de Buenos Aires. Una vez dentro del FPDS, Convergencia realizó un viraje en sus actividades hacia el trabajo territorial.

Acorde a su línea de pensamiento y objetivos, el FPDS construyó vínculos con otras organizaciones de perfil socialista. Si bien acuerdan con algunas políticas del Gobierno Nacional, consideran que hay otras que resultan “inadmisibles” para lograr el fin por ellos deseado. Es así que medidas como la LSCA o la Asignación Universal por Hijo son celebradas; mientras otras, como los temas que atañen a problemáticas medio-ambientales, justifican su desacuerdo con el gobierno de Cristina Fernández. Para contribuir al desarrollo del trabajo territorial, se vincularon con el Movimiento de Base de Agronomía que colaboraba en capacitación sobre producción a través de huertas particulares o comunitarias¹³.

Al promulgarse la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se formó una Coordinadora de Radios Alternativas, en la que participaban organizaciones que venían desarrollando proyectos radiales o que tenían la intención de realizarlos. El objetivo de la Coordinadora era discutir criterios sobre cómo hacer la radio, socializar cuestiones técnicas y cómo organizar el medio. Entre las agrupaciones que integraban la Coordinadora se pueden mencionar al Movimiento Teresa Rodríguez, radio La Quinta Pata, radio Zumba la Tumba, entre otras¹⁴.

La Coordinadora mantiene un vínculo con el FPDS de Buenos Aires, que sirve de guía, apoyo y referencia¹⁵. Esta relación se sostiene también con el Área de Comunicación del FPDS porteño, a la que integrantes de las distintas provincias envían información, por ejemplo, para la publicación digital *Marcha: una mirada popular de Argentina y el mundo*¹⁶.

Lo que se intenta hacer con Marcha es un tratamiento de la noticia, de la información, con el objetivo de interpelar a sectores más amplios. (...) cada tanto, desde regional Córdoba se manda una nota. Ese es otro eje que tiene el área de comunicación. Adentro de Marcha también participan periodistas de otras organizaciones. Por lo general, igual, se impulsan desde Buenos Aires y participa gente del Frente que realmente trabajan como periodistas profesionalmente. (Integrante del Área de Comunicación en Córdoba, comunicación personal.)

Con la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) mantuvieron relaciones conflictivas a causa de la presentación de solicitudes para obtener

12- Entrevista a coordinadora de comunicación de Movimiento Evi-ta-Córdoba.

13- Entrevista realizada en 2013 por la autora al responsable de actividades de comunicación de FPDS.

14- Entrevista a responsable de actividades de comunicación de FPDS.

15- Por ejemplo, de FPDS Buenos Aires siguieron el ejemplo de desarrollar Bachilleratos Populares y viajaron para capacitarse en el tema.

16- Para mayor información ver <http://www.marcha.org.ar/index.php/quienessomos> (Consultado el 3-3-2014).

licencias de radio. Manifestaron que fue escasa la información brindada a los movimientos para acceder a las mismas.

Con otros medios de comunicación tradicionales poseen vínculos a través de algunos trabajadores de prensa, a quienes se envían gacetillas cuando ocurren hechos o eventos que consideran importantes.

El lugar de quienes trabajan en comunicación

En La Jauretche el Área de Comunicación está conformada, básicamente, por la coordinadora y los responsables zonales. Estos últimos poseen, como competencia común, el conocimiento de su territorio y de su gente; pero no tienen formación en comunicación.

La coordinación, por su parte, está a cargo de una de las fundadoras del movimiento en Córdoba, que posee conocimientos específicos en comunicación social. De esta manera, su trayectoria se funda en saberes de militancia política, de trabajo territorial, de conocimiento de la historia del movimiento desde sus inicios y de comunicación en la teoría y práctica, por su desempeño profesional¹⁷.

Estas competencias del saber-hacer y cognitivas permiten su desempeño en un espacio de cierto poder relativo en la organización como es la coordinación general de comunicación, y le posibilitan sostener fundamentos o razones diferentes a las de otros integrantes del área, por ejemplo, a la hora de pensar en posibles propuestas de medios de comunicación.

La Secretaría de Comunicación del Movimiento Evita se formó a fines de 2012, cuando se incorporó la agrupación Autoconvocados. Anteriormente, funcionaba un grupo de discusión y prensa, pero recién cuando ingresó nueva gente y se dividieron las tareas se conformó como Secretaría. El objetivo de la Secretaría es la difusión de las actividades del movimiento y referenciar a sus candidatos. Actualmente, en la Secretaría hay doce personas, pero seis son las que pueden dedicarse más a la tarea. No hay comunicadores, pero sí estudiantes de comunicación.

Quien está a cargo de la Secretaría proviene de la organización Autoconvocados. No posee estudios de comunicación¹⁸, pero sí tiene experiencia de trabajo en medios: en diario Página/12 (realizó actividades administrativas, pero le proporcionó conocimientos y contactos), radio LV2, Radio Nacional y propuso y llevó adelante la revista que realizaba Autoconvocados. Cuando se incorporaron al Movimiento Evita, se le ofreció estar a cargo de la Secretaría de Prensa.

La Secretaría está dividida en cuatro comisiones. Estas comisiones poseen como objetivo el desarrollo de medios de comunicación, pero aún no se están haciendo. La Comisión de Prensa se encarga de hacer partes, comunicados de prensa, contactar y enviar a los medios de comunicación (aquí se desempeña la responsable de la Secretaría). La Comisión de Radio posee una propuesta para hacer un programa en Radio Revés, la emisora de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional

17- Trabaja en el Área de Comunicación de ANSES Córdoba.

18- Sus estudios están relacionados a las Letras (Traductorado de Inglés).





de Córdoba y uno de sus objetivos es realizar corresponsalías en los barrios. La Comisión de Revista pretende producir una publicación para tratar en profundidad los temas que hacen al movimiento, con notas de opinión y formativas. La Comisión de Diseño y redes realiza el trabajo con las redes sociales.

En el Frente Popular Darío Santillán, el Área de Comunicación nace casi conjuntamente al FPDS-Córdoba, es decir, cuando se inicia el trabajo territorial:

Surge más o menos a partir de que empezamos a conformarnos como movimiento territorial, o sea, conjuntamente con la decisión de pasar de ser colectivo a ser movimiento social, la discusión de qué implica, qué no implica, también nuevos desafíos como la cuestión de comunicación. (Integrante del Área de Comunicación de FPDS en Córdoba, comunicación personal.)

Como se mencionó anteriormente, existen vínculos operativos entre el Área de Comunicación de Buenos Aires y la de Córdoba. El objetivo es que cada regional del país aporte colaboradores al área a nivel nacional.

En el FPDS-Córdoba, uno de los agentes ofreció sus servicios como representante de comunicación en Buenos Aires para desarrollar, desde el trabajo territorial, operativos y actividades de comunicación sobre las actividades que se realizan en la provincia Córdoba con el fin de difundir en esta localidad y en la Capital Federal a través de redes sociales, medios comunitarios o medios de comunicación masivos.

Así, en Córdoba se informa sobre las actividades del movimiento, se cubren eventos, movilizaciones, se mantiene la página en la red social Facebook y se envía material a Indymedia¹⁹ y a otros medios, dependiendo de la situación. A Buenos Aires se mandan fotos, comunicados, notas, etcétera, especialmente para aportar al periódico Marcha.

Este agente es originario de la provincia de La Pampa, proviene de una familia poseedora de conocimientos relacionados al saber hacer tecnológico e inició en dos oportunidades estudios universitarios en la Universidad Nacional de Córdoba. En 2007 realizó estudios de ingeniería (medio ciclo lectivo y abandonó) y al año siguiente regresó a la misma universidad e ingresó a la carrera de Comunicación Social. Por lo tanto, fue acumulando saberes relacionados tanto a la comunicación, como al manejo tecnológico. De esta manera, a sus conocimientos le agregó actividades relacionadas a la tecnología y se sumaron otros adquiridos en actividades esporádicas de lucha²⁰ y movilización. Posteriormente, al iniciar los estudios de comunicación social, incorporó experiencias de participación concreta en organizaciones a través de movilizaciones culturales en un primer momento y actividades territoriales, posteriormente (ayuda escolar, copas de leche, comunicación).

En el Área de Comunicación, también desarrollan actividades personas que formaron parte del Movimiento Convergencia desde sus inicios. Entre ellos, una mujer originaria de Buenos Aires que se desempeña como docente en la ciudad de Córdoba, con estudios de magisterio. En la entrevista realizada al responsable del Área de Comunicación, se señala que si bien no posee estudios de comunicación, posee

19- Indymedia Argentina (Centro de Medios Independientes) es un colectivo sin fines de lucro y democrático de voluntarios y sirve como la unidad de organización local de la red Indymedia global. Para mayor información ver: <http://argentina.indymedia.org/process/about.php> (Consultado el 3-3-2014) y el capítulo "Los movimientos territoriales y la implementación de la Ley Audiovisual. El Frente Popular Darío Santillán" de Joaquín Urioste, donde también lo menciona. Sobre Indymedia-Brasil, ver en este libro el capítulo "¿Odeia a mídia? ¡Seja a mídia! Problematizações sobre o Centro de Mídia Independente do Brasil" de Anderson David Gomes dos Santos.

20- En la escuela secundaria realizaron algunas medidas de protesta, pero como eventos efímeros, sin continuidad, ni organización suficiente.

capacidades y un interés específico en el tema (de ella nació la idea de realizar una radio).

De este modo, es posible distinguir capacidades diferenciadas en el agente que asumió la responsabilidad de comunicación en la organización, ya que es el único poseedor de conocimientos o estudios específicos en comunicación. Cuenta, además, con conocimientos del saber hacer técnico que le posibilitan manejar equipos de comunicación como los necesarios para instalar una radio. Asimismo, cabe destacar que supo gestionar sus competencias para asumir el desarrollo de las actividades de comunicación del movimiento. Entre la gestión de competencias para el desarrollo de tareas comunicacionales, se consideran tanto las relacionadas a la obtención y manejo de equipos técnicos, como aquellas destinadas a la elaboración y difusión de contenidos. Así, su lugar en el movimiento se fue definiendo por las responsabilidades de trabajo territorial y por las de comunicación en Córdoba y en Buenos Aires.

Posibilidades y limitaciones para el desarrollo de medios de comunicación

Luego de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en La Jaurétche surgió el debate sobre la posibilidad de desarrollar medios de comunicación propios. Las propuestas fueron realizadas por algunos responsables zonales de comunicación, quienes -como se expresó anteriormente- poseen conocimientos sobre su territorio, pero no específicos en comunicación. Los objetivos e inquietudes que incentivaban la creación de estos medios se relacionaban con la generación de posibilidades de expresión de los sujetos y de dar visibilidad a cuestiones que afectaban directamente a sus territorios.

Sin embargo, en las discusiones del Área de Comunicación se encontraron limitaciones para la creación de medios alternativos, como la falta de recursos humanos, materiales y económicos que posibilitaran hacer propuestas, concursar y licitar licencia para un espacio radiofónico.

La coordinadora, al hacer referencia a las limitaciones, se diferenció recurriendo a sus conocimientos en comunicación. En este sentido, señaló que “quienes no eran comunicadores” podían tener una “visión ideal” de la comunicación, como posibilidad de expresión para los sujetos. En tanto, “como comunicadora” asumía que el desarrollo de un medio debía ser afrontado con otra responsabilidad y seriedad.

No se trata de ocupar un espacio porque sí, uno tiene que respetar al oyente y televidente y darles contenidos de calidad, interesantes, porque hay que llenar 24 horas de contenido. No es sólo sacarse las ganas de expresarse. Porque tengo ganas de expresarme, pero también de que nos escuchen, hay que disputar la masividad (...) Porque hoy la disputa es por el sentido de los discursos.





(Coordinadora del Área de Comunicación de La Jauretche-Córdoba, comunicación personal.)

Al exponer estas razones, remite a citas de autores estudiados y a su experiencia de tesina de Licenciatura para construir la aceptabilidad de su discurso.

Desde este lugar, los obstáculos o limitaciones presentados cobran un nuevo sentido. La falta de recursos humanos y materiales no se relaciona sólo con “cantidades de personas o dinero” necesarias para generar un medio comunitario u alternativo con recursos básicos en un barrio o espacio territorial, sino también con aquellos elementos y competencias que resultan necesarios para generar contenidos, diseños y estéticas de calidad, que puedan competir con otros medios, disputar la masividad y dar visibilidad a otros discursos y sentidos.

Fue así que, a partir de estas discusiones entre los responsables zonales y la coordinadora sobre las prácticas de comunicación alternativa, se optó por participar en radios comunitarias ya existentes. Estas radios se valoran como organizaciones con más conocimientos, medios y experiencia que ellos. El movimiento tenía a su favor la existencia de relaciones previas con integrantes de las emisoras y ofrecimientos de esas radios para realizar programas. Entendían que “para hacer un programa” sí contaban con competencias necesarias: podían hablar de nuevos temas, proponer otras agendas, nuevos debates y de producir contenidos.

Finalmente, al establecer la relación con medios ya existentes, surgió que los objetivos propios de cada organización pueden ser posibilitadores o limitantes para el desarrollo de medios de comunicación propios. En este sentido, La Jauretche reconoce que sus objetivos y, por lo tanto, sus esfuerzos están orientados hacia otra dirección: la construcción de poder popular a través del trabajo territorial y la comunicación sería una herramienta de difusión. Por el contrario, hay medios comunitarios que poseen objetivos específicamente comunicacionales, con trayectoria de trabajo y de lucha para ser reconocidos legalmente y ellos sí estarían con posibilidad de disputar espacios. El movimiento considera que puede contribuir y reforzar la lucha de esos medios, participando en sus espacios y profundizando su accionar. Así, ante las limitaciones mencionadas, en lugar de alejarse de la Ley Audiovisual, la organización contribuye a su implementación intentando colaboraciones con medios de más trayectoria que deben enfocar su trabajo hacia el concurso de licencias.

En el Movimiento Evita la comunicación aparece siempre vinculada a la necesidad de difusión, de aparecer en los medios de comunicación y obtener visibilidad. Cuando se plantea el tema de producciones pensadas tras la Nueva Ley de Medios, se señala que uno de los objetivos es “sacar la Secretaría de Prensa a la calle” para difundir y dar a conocer la Ley 26.522. La posibilidad de generar medios de comunicación audiovisuales propios se presenta como un objetivo a largo plazo.

Entre las limitaciones, se plantea la falta de recursos humanos, materiales (se pensó en la autogestión de la Secretaría), de tiempo y el hecho de que la organización es muy reciente, que está en construcción y posee otras prioridades como el trabajo territorial.



La discusión sobre comunicación es incipiente en el movimiento y se considera que no hay conocimiento o conciencia generalizada sobre los posibles aportes de la comunicación a la organización.

Los miembros del movimiento, cifran las posibilidades de desarrollo de un medio en la voluntad, las ganas de militar y el compromiso de los integrantes de la organización. En este caso, además, quien ocupa el lugar de responsabilidad en Comunicación posee competencias y trayectoria en el trabajo en medios de comunicación, pero no posee estudios en comunicación o trayectoria en comunicación popular comunitaria.

En el Frente Popular Darío Santillán, la promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual catalizó las acciones tendientes a la realización de proyectos de medios de comunicación pendientes. Una de las agentes que formaba parte del Área de Comunicación ya había manifestado la idea de realizar una radio y tras la aprobación de la ley, ésta se hizo realidad. Además, se conformó, junto a otras organizaciones, la Coordinadora de Radios que les permitía intercambiar información, capacitaciones, dudas sobre la instalación, desarrollo y posibilidades de legalización de las frecuencias. Entre los factores que facilitaron la instalación, pueden mencionarse: la obtención de recursos técnicos materiales por parte de uno de los agentes responsables de comunicación²¹, la posesión de un espacio físico para la instalación²² y recursos humanos para dar inicio al proyecto. Sin embargo, sólo una persona poseía conocimientos de comunicación, además había una docente, un estudiante de arquitectura. La articulación con otra actividad desarrollada por el movimiento, el Bachillerato Popular posibilitó la utilización de la radio por los estudiantes y la producción de contenidos, respondiendo a fines educativos y comunicacionales.

Entre los obstáculos para el funcionamiento, se detectaron la falta de recursos humanos con competencias suficientes sobre cómo hacer una cortina, cómo hablar frente a micrófono y tener disponibilidad de tiempo en el caso de los agentes que también debían desarrollar otras actividades territoriales en la organización. El área de cobertura de la radio es de poca amplitud geográfica: transmitían desde barrio Oña y, a 12 cuadras, en Villa Pigüé, donde se encuentra la mayor parte de la población que pertenecía a la organización, casi no llegaba la radio o lo hacía durante algunas horas y con una muy débil señal. Asimismo, poseían escasa infraestructura, no disponían de cabina de radio insonorizada ni aislante de consola. No lograron realizar programación propia, transmitían algunas informaciones y luego algunos spots y música que tomaban de sitios para programar radios de internet. Además, el Bachillerato Popular no se sostuvo en el tiempo y, por lo tanto, se perdieron las producciones que se realizaban desde ese espacio. No se realizaron programaciones pautadas ni grillas de programas, se transmitía cuando se podía y con los escasos recursos disponibles. Si bien, presentaron los documentos de solicitud de licencia a AFSCA con el apoyo de la Coordinadora de Radios, el proceso tuvo sus complicaciones y discusiones con AFSCA, la gestión se dio por realizada, pero no estuvo bien realizada y finalmente no obtuvieron la licencia.

21- El agente responsable de comunicación obtuvo el equipo gracias al oficio y colaboración de su padre -técnico electricista-, que lo creó y lo envió de La Pampa a Córdoba. Además, este agente poseía competencias para la instalación y puesta en marcha del equipo.

22- El equipo se instaló en la casa de dos miembros del Frente, que habitaban cerca de los barrios en los que se desarrollaba trabajo territorial (Barrio Oña).



Finalmente, también se mencionó la falta de práctica de los agentes para la producción radiofónica y las dificultades para orientar el trabajo hacia ese rumbo cuando los objetivos de la organización son de construcción política territorial.

Lo que hicimos fue una experiencia medio de prueba, donde todo era muy artesanal (...) como movimiento territorial no tenemos un eje de comunicación estrictamente hablando y como todo movimiento social, territorial, tenemos compañeros que justamente se encargan de hacer la parte de comunicación, de difundir las actividades, de hacer las fotos, de hacer algunas notas, mandarlas a distintos espacios (...) Y la idea es que alguien tome la posta (de la radio) y se dedique a hacer eso. El espacio está, algunas cuestiones técnicas están, lo que está faltando son los recursos humanos que estén ahí haciendo ese proyecto. Sabemos que es un desafío grande, un proyecto que demanda su tiempo, dedicación y es demandante. Ahora no está funcionando, por falta de alguien que tome la iniciativa y se dedique a hacer eso. (...) No es fácil tampoco decir yo quiero estar en la radio, y me pongo a transmitir porque demanda todo un esfuerzo de parte de esa persona. (Responsable de comunicación de FPDS, comunicación personal.)

Conclusión

En los casos estudiados se pueden observar relaciones entre el lugar que ocupaban los espacios y actores relacionados a la comunicación dentro de la organización y las posibilidades de realización de producciones audiovisuales en el marco de la Ley 26.522, como se planteara en la hipótesis de trabajo.

En primera instancia, cabe destacar aquello que resulta valorado o deseado por los movimientos estudiados. En este sentido, los cuatro movimientos reconocieron que el interés principal se asociaba a la construcción de poder popular a través del trabajo territorial. Por lo tanto, lo más importante suelen ser las contribuciones que se realicen en ese sentido y que generalmente tienen que ver con atención de necesidades básicas en los barrios, como las copas de leche, comedores, roperos comunitarios, ayuda escolar, lucha por la obtención de planes sociales, implementación de programas sociales, participación en actividades barriales con niños, jóvenes, mujeres, entre otros. En ese marco de prioridades, las propuestas de comunicación no parecen encontrar un reconocimiento especial. Generalmente, se las ha incorporado como una actividad más, que podría contribuir a la difusión de actividades, comunicación interna, campaña política y sólo en algunos casos como herramienta de participación comunitaria o construcción política (como fue el caso de las experiencias de MBP/LS y de la radio del FPDS). De esta manera, los fines u objetivos más importantes de los movimientos territoriales no favorecen la ubicación de la comunicación como una prioridad dentro de la organización, ni la realización de esfuerzos prolongados por parte de los sujetos hacia esa actividad.

Sin embargo, en algún momento todas las organizaciones analizadas generaron



áreas o espacios de comunicación a los que se destinaron recursos y tiempo de trabajo. El desarrollo y logros de los mismos pueden relacionarse con las competencias y trayectorias de sus responsables, las relaciones de poder internas o vínculos con otras organizaciones.

Con respecto a las competencias y trayectorias de los actores se puede distinguir diferentes situaciones.

En MBP/LS no tuvieron continuidad los talleres de comunicación popular, gestionados por agentes con incipientes competencias en comunicación y nula trayectoria en política y en el movimiento. Cuando en la organización surgieron necesidades y actividades consideradas más necesarias y más valoradas para el logro de sus fines, el coordinador cambió las actividades de comunicación por aquellas consideradas prioritarias. Por el contrario, Radio Rimbombante perduró en el tiempo. Esta fue impulsada por un agente con competencias en comunicación, en política y con trayectoria en la organización. Ocupaba un lugar valorado en MBP/LS cuando inició la radio y supo gestionar sus competencias para que el proyecto saliera adelante. En cuanto a la participación para una nueva ley, la actividad principal la desarrollaron agentes con reconocimiento popular y en el movimiento (una de ellas era directora de Radio Nacional y otra diputada). Estas agentes apostaron principalmente a la participación en la Coalición por una Radiodifusión Democrática y no tanto al trabajo territorial del tema, ya que la disputa de intereses se daba principalmente en la Coalición y no a nivel territorial.

En La Jaureche, por su parte, la coordinadora contaba con competencias políticas, de comunicación y una importante trayectoria en la organización, por ser una de sus fundadoras. Las competencias de comunicación de la coordinadora favorecieron la creación de un área con objetivos y fundamentos claros, que fue creciendo junto al movimiento. Los fines de comunicación no se relacionaron a la construcción de poder desde la participación, sino a la difusión de información y fortalecimiento de identidad. La posibilidad de pensar nuevos medios de comunicación se vio afectada por la falta de recursos materiales y humanos ya que se entendía que el fin de una propuesta audiovisual debería ser la búsqueda del público masivo, lo cual implicaba la necesidad de obtener recursos para realizar producciones de calidad que pudieran competir por lo masivo. Por lo tanto, la estrategia sería aportar programación a radios comunitarias existentes y no realizar proyectos propios. La apuesta de trabajo y recursos se orientaba principalmente al trabajo territorial y no a la creación de nuevos medios. De esta manera, por una parte, la coordinadora desde su lugar de conducción del movimiento y comunicación, dedicó sus competencias políticas y de comunicación al fortalecimiento de la comunicación interna y difusión interna de las actividades de la organización. Por otra parte, la visión profesional de la producción en medios audiovisuales influyó en el reconocimiento de las debilidades en competencias y recursos para proponer medios propios.

El Movimiento Evita, por su lado, generó un espacio de comunicación coordinado por un agente con ciertas competencias en comunicación (por prácticas anteriores) y políticas. Las estrategias de comunicación se destinaban a la difusión, pero no se planteaba la posibilidad de desarrollar medios propios. El espacio valorado era la co-



laboración con los fines políticos y no la participación directa en prácticas de comunicación.

En La Jaureche-Córdoba se desarrolló un intento de radio tras la LSCA y se intentó solicitar la licencia. El responsable poseía ciertas competencias en comunicación, pero las actividades o proyectos que realizaban no surgían como proyectos del movimiento. La organización posee otras actividades consideradas de urgencia y prioridad y sus integrantes se dedicaron principalmente a ellas, suspendiendo el proyecto de radio.

Finalmente, las relaciones con otras instituciones que otorgaran apoyo y poder a los movimientos parece haber favorecido el desarrollo de las prácticas, ya que ubicaba en mejores condiciones de poder relativo a los actores y espacios de comunicación. Como ejemplo, puede citarse el caso de Radio Rimbombante, que contó con el apoyo de la escuela y luego de otras instituciones barriales; la participación de MBP/LS en la Coalición por una Radiodifusión Democrática, favorecida por contar con la directora de Radio Nacional y una diputada nacional entre sus integrantes; y las propuestas para presentar programas de radio que tuvo La Jaureche, gracias a las relaciones con profesionales de esos medios de comunicación. El caso del Frente Darío Santillán funcionaría como contra-ejemplo, ya que la falta de asesoramiento en temas legales o de comunicación no favoreció la correcta solicitud de licencia al AFSCA, aunque ya hubieran logrado poner en funcionamiento su radio.



Referencias bibliográficas

- **Bello Gilberto, B. J.** (1998) Concepción de la comunicación y crisis teóricas en América Latina. En Diálogos de la Comunicación, N° 20.
- **Beltrán, L. R.** (febrero 1993) Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. Discurso de Inauguración de la IV Mesa redonda sobre Comunicación y Desarrollo, Lima.
- **Busso, N. & Jaimes, D.** (2011) La cocina de la ley. El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. FARCO: Buenos Aires.
- **Costa, L. R. & Mozejko, D. T.** (2009) Gestión de las prácticas: opciones discursivas. Homo Sapiens: Rosario.
- **Mastrini, G., Bizberge, A. & de Charras, D.** (2013) Las políticas de comunicación en el siglo XXI. La Crujía: Buenos Aires.
- **Poder Ejecutivo Nación Argentina** (2009) Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. En Boletín oficial de la República Argentina, Año CXVII, No 31.756, Buenos Aires.
- **Segura, M. S.** (2013) Las organizaciones sociales como prestadoras de servicios de comunicación audiovisual. Condiciones y estrategias. En Maldonado E. , Bonin J. A. & Martins do Rosário, N. (orgs.), Metodologías de investigación en comunicación. Perspectivas transformadoras en la práctica investigativa. CIESPAL: Quito.
- (2011) Las disputas por la democratización de las comunicaciones. Las toma de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009), tesis del Doctorado en Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.

Los movimientos territoriales y la implementación de la Ley Audiovisual

El Frente Popular Darío Santillán

• **Joaquín Urioste**

• *Estudiante avanzado de la Licenciatura en Comunicación Social en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina. Integrante del equipo "La sociedad civil en las disputas por los derechos a la comunicación y la cultura" del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC. Correo Electrónico: joaquinuri@gmail.com*



A partir de un continuado proceso de estabilidad democrática e institucional que lleva algo más de 30 años, se abren en Argentina nuevas formas de acción y participación ciudadana por parte de organizaciones y movimientos territoriales y sociales. Asimismo, la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en octubre de 2009 marca un hecho histórico en cuanto a la voluntad de diversos sectores sociales de democratizar las comunicaciones en el país. Pretendemos mostrar aquí con qué dinámicas se articularon las prácticas comunicacionales de algunas organizaciones territoriales establecidas en la ciudad de Córdoba. Para ello, llevaremos a cabo un breve repaso de los procesos que desembocaron en la aprobación de la LSCA para luego hacer un estudio de las condiciones de producción y de las distintas iniciativas y proyectos de comunicación radiofónica impulsados por un grupo de colectivos que desarrollan actividades en diversos barrios y territorios de la ciudad. Nos detendremos con mayor profundidad en el caso del Frente Popular Darío Santillán (FPDS)¹. Del mismo modo, intentaremos mostrar cómo se crearon nuevas propuestas de comunicación y de organización en este mapa donde las reglas del juego comunicacional cambiaron radicalmente en los últimos cinco años.

A partir de fines de los años 90 y luego de la fase de mayor expansión neoliberal en los distintos países latinoamericanos, se impulsan en la región distintos gobiernos de corte progresista o de centro-izquierda (Argentina, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Venezuela) que buscan cambiar las reglas de juego de los sistemas de comunicación en consonancia con los nuevos tiempos que corren.

En Argentina, a partir de un período de fuerte crisis institucional, política y económica en 2001, surgieron nuevas formas de organización política con una impronta sobre todo reivindicativa que se diferenciaban de las viejas formas de organización de los partidos políticos. En este marco, se desarrollaron organizaciones sociales que impulsaban la democratización de las comunicaciones. Si bien estas últimas no tenían a la comunicación como un objetivo primordial de su intervención en un primer momento, comenzaron a considerarla clave para alcanzar su propia presentación, visibilidad y legitimidad en el espacio público (Segura, 2011).

A partir del año 2003 y la consolidación del proyecto político impulsado por el kirchnerismo, se abre una etapa que podemos llamar de recomposición social donde visualizamos un proceso de desmovilización social y de regreso a las formas de organización

1- Sobre los procesos y prácticas comunicacionales de otros movimientos socio-políticos de Argentina (Jauretche y Movimiento Evita) en este período, ver en este libro el capítulo "Antes y después de la Ley Audiovisual. Prácticas de comunicación en movimientos territoriales de Córdoba" de Natalia Traversaro.



política tradicional. Las organizaciones dedicadas a la comunicación alternativa merman en número y capacidad de movilización. Se mantienen las organizaciones más institucionalizadas y surgen nuevas experiencias vinculadas a la comunicación como servicio público (Segura, 2011). En el transcurso de los años 2008 a 2009 podemos señalar como cuestión principal la inclusión de la cuestión comunicacional en la agenda gubernamental, proceso que culmina con la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 promulgada el 10 de octubre de 2009².

En este proceso, analizamos las nuevas prácticas de una organización social y política –el Frente Popular Darío Santillán en la ciudad de Córdoba- a partir del cambio en las reglas de juego del sistema comunicacional en Argentina.

Adoptamos una perspectiva teórica que considera a los discursos como prácticas sociales. En consecuencia, no sólo tenemos en cuenta los agentes sociales que producen dichos discursos sino también las condiciones dentro de las cuales estos se llevan a cabo. Reconocemos -tal como lo afirman Costa y Mozejko (2002)- que todo discurso se produce desde un lugar social. El lugar es: “El conjunto de propiedades eficientes que definen la competencia relativa de un sujeto dentro de un sistema de relaciones en un momento/espacio dado, en el marco de una trayectoria” (Costa & Mozejko, 2002: 19). De este modo, todo discurso es comprensible y explicable en relación con sus condiciones de su producción que se definen según el lugar del agente que lo produce.

Caracterización del FPDS

Para caracterizar el “lugar” en los términos que arriba señalamos tenemos en cuenta que el FPDS es una organización social y política cuyo origen se remonta al año 2001, momento en que se abren camino dentro del espacio social nuevas y novedosas formas de configuración política. Principalmente hablamos de diversas organizaciones piqueteras que articulan prácticas concretas dentro del espacio de asambleas barriales y de base, articulaciones que luego pasan a consolidarse en un marco de relaciones más estables y dan lugar a la conformación de un Frente político y social con proyección nacional.

El FPDS se autodenomina multisectorial y autónomo. Está conformado por corrientes de distinto perfil ideológico pero que mantienen acuerdo en autodefinirse como: anti-imperialista, anticapitalista y antipatriarcal a favor de la construcción de poder popular y en la necesidad de transitar un proceso de unidad basado en el desarrollo de prácticas comunes y reflexión compartida.

Nuestro trabajo se focaliza en una de las organizaciones que conforman este Frente: El FPDS Córdoba. Se trata de un movimiento territorial que tiene presencia en varios barrios populares y villas de la ciudad de Córdoba (barrios Pilar-Villa Pigüé-Villa El Charral-Villa Las Cañitas-Villa La Tablita-Ciudad Evita-Oña- Villa los 40 Guasos-Villa El Trencito).

2- Sobre este proceso entre 2001 y 2009, ver en este libro el capítulo “Sociedad civil y democratización de las comunicaciones en Córdoba” de María Soledad Segura.



Esta organización propone la necesidad de llevar a cabo acciones políticas orientadas a generar un cambio social apoyado en el protagonismo de los sectores populares. Propone desarrollar acciones reivindicativas desde la territorialidad por un lado, al tiempo que plantea el impulso de una política integral en varios frentes. En este sentido -como veremos más adelante- formar parte del sistema comunicacional es también parte del discurso de esta organización.

Con la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, cambian las reglas del juego comunicacional (Segura, 2011). Se limita el alcance de las corporaciones mediáticas concentradas mediante un tope de licencias de radiodifusión y se le da un mayor protagonismo a las entidades sin fines de lucro y de la sociedad civil (anteriormente sin reconocimiento legal); se establecen pautas que protegen a las producciones audiovisuales nacionales, entre otras cosas. En ese contexto, el FPDS-Córdoba, al igual que muchas otras organizaciones locales, vieron la oportunidad de llevar a cabo acciones tendientes a ocupar una posición relativa más ventajosa con respecto a la estructura de medios dentro de la ciudad de Córdoba. De esta forma, en 2010 surge la iniciativa de desarrollar un proyecto de radio comunitaria -Radio de Frente- junto con las demás tareas que la organización venía implementando en su territorio.

Uno de los mayores avances que se registraron localmente fue la apertura en 2010 de una instancia de coordinación entre organizaciones que venían llevando a cabo prácticas de comunicación -principalmente radiales- en la ciudad Córdoba. Si bien se trató de grupos que anteriormente venían coordinando acciones políticas comunes y movilizaciones, fue la primera vez -luego de la aprobación de la LSCA- que distintos colectivos abrieron un espacio destinado exclusivamente a coordinar actividades de comunicación. Dentro de la Coordinadora de Radios confluyeron grupos ligados a movimientos sociales territoriales que ya venían llevando a cabo una militancia activa en comunicación -como el colectivo Indymedia Córdoba³ que impulsa radio Zumba la Turba- pero también organizaciones que vieron la posibilidad desarrollar nuevas experiencias de radiodifusión en el nuevo panorama comunicacional que se había abierto. Entre estas últimas encontramos: Radio Rebelde que surge desde la experiencia del Movimiento Teresa Rodríguez (MTR) en barrio Müller, radio comunitaria La Quinta Pata que se gestó alrededor de la Biblioteca Popular Julio Cortázar en barrio San Vicente, Radio de Frente que nace a partir del Frente Popular Darío Santillán Córdoba en barrio Oña, el colectivo de comunicación Malaprendixs, y por último una radio que se formó dentro del Centro Cultural y Biblioteca Popular de Villa Adela.

En este sentido, muchas de aquellas prácticas -principalmente radiofónicas- operaron en el sentido de democratizar de las comunicaciones. Siguiendo lo expuesto por Roncagliolo (1982) entendemos la democratización de las comunicaciones como un proceso mediante el cual "el individuo pasa a ser un elemento activo, aumenta constantemente la variedad de los mensajes y aumenta el grado y la calidad de la representación social" (Roncagliolo, 1982: 9).

Las prácticas de estos grupos, ¿pueden ser leídas como democratizadoras de la comunicación? La respuesta sería afirmativa, principalmente porque se trata de organi-

3- Sobre Indymedia-Brasil, ver en este libro el capítulo " '¿Odeia a mídia? ¡Seja a mídia!' Problematizações sobre o Centro de Mídia Independente do Brasil" de Anderson David Gomes dos Santos.



zaciones que cuentan con un fuerte arraigo territorial y que –desde ese lugar, desde la sociedad civil- buscan llevar a cabo acciones orientadas primero a reconocerse como sujetos capaces de producir un discurso dentro de los medios y luego a generar una mayor diversidad de propuestas que van a contrapelo de la concepción de la comunicación como una mercancía, orientadas a públicos diferenciados, es decir: “A concebir a su público no como una masa indiferenciada, infantilizada y consumista a la que hay que alimentar día y noche con el mismo homogeneizado, sino configurando una pirámide socio cultural con estamentos y necesidades distintos” (Pasquali, 1991: 14). Se trata de iniciativas que permiten establecer enlaces entre periferias y periferias, es decir, que conforman vínculos entre experiencias territoriales diversas y que permiten reconocerse entre sí (Pasquali, 1991).

La experiencia concreta de estos colectivos está orientada, en primer lugar, a considerarse como sujetos que reconocen su posición relativa dentro del espacio social, el campo comunicativo y –en consecuencia- a llevar a cabo acciones proponiendo una alternativa distinta a –por ejemplo- las empresas privadas comerciales de comunicación, no entendiendo esta práctica como alternativa en los términos de competencia sino más bien en los de diversidad. Apoyada sobre todo en experiencias comunitarias de organización barrial, territorial asentadas a través del tiempo con una trayectoria particular, estas experiencias buscaron la democratización de la comunicación teniendo en cuenta las posibilidades de acceso y producción de productos comunicacionales y la generación de nuevas formas de participación y gestión social.

En particular, las prácticas de comunicación que desarrolló el FPDS-Córdoba también dieron lugar a disputas políticas en torno a distintas concepciones sobre la realidad social y sus posibilidades de ser transformadas. Debates que asimismo fueron trasladados hacia el interior de la Coordinadora como una forma de acercar una posición común respecto de, por ejemplo, la coyuntura local, formas de gestión de las actividades, caracterización de distintos “jugadores” en el mapa de medios local, etc. La comunicación, como un frente más de lucha, es entendida más como una herramienta antes que como un fin en sí mismo para propiciar un cambio social y político transformador.

Las organizaciones

Dentro del sistema comunicacional se pone en juego el control de la construcción simbólica del orden social que a su vez es puesto a circular por los medios de comunicación de masas. De este modo, lo que se pone en disputa es el poder relativo que cada agente tiene en ese campo específico de producción y, por lo tanto, su capacidad diferenciada de incidir en el espacio público mediático (Segura, 2011). De esta forma podemos considerar que las acciones llevadas a cabo –a partir de la experiencia de Radio de Frente- estuvieron orientadas a redefinir su poder relativo dentro del espacio mediático.

Para poder dar cuenta de la posición de poder relativa desde la cual hablan los agentes sociales es necesario tener en cuenta que se trata de una organización territorial



pertenciente a un sector tradicionalmente no reconocido como parte (o potencialmente parte) del espacio mediático. Antes de la promulgación de la LSCA la gran mayoría de las organizaciones sin fines de lucro no tenían posibilidad de ser legalmente reconocidas como prestadoras de servicios de comunicación audiovisual. A partir de la nueva regulación, las condiciones para tener una posición más ventajosa dentro del espacio mediático cambia y la balanza se equilibra con respecto a los grandes grupos mediáticos (desde el punto de vista legal y de reconocimiento formal).

En este contexto, surgió la posibilidad de llevar a cabo proyectos de radiodifusión de baja potencia acoplados a las demás actividades que se venían llevando adelante dentro del territorio, al tiempo que se organizaban instancias de intercambio, formación en producción, gestión de radios entre distintas organizaciones sociales del país⁴. En la práctica, hablamos de una experiencia de radiodifusión construida de forma artesanal, mediante el uso de recursos técnicos y humanos aportados por los integrantes del mismo colectivo, desde el armado del transmisor y la antena de frecuencia modulada, hasta la construcción del estudio, producción, locución, operación, etc.

Por otro lado, se trata de experiencias fuertemente localizadas –teniendo en cuenta que se trataba de una radio de baja potencia con un alcance máximo de 10 cuadras a la redonda-, el área de cobertura (en este caso cantidad de radioescuchas) es muy limitado pero el vínculo con los radioescuchas está fuertemente territorializado y potenciado por vínculos comunitarios y barriales. Es en este último punto dónde se funda la fortaleza en los términos de referencia y poder efectivamente construido de esta experiencia de comunicación radial.

Al mismo tiempo, tratándose de un colectivo que lleva a cabo prácticas sociales-políticas en varios planos o frentes, se daba posibilidad de generar una articulación entre estos, fortaleciendo así la coherencia interna de toda la organización y el mantenimiento de distintas propuestas/proyectos. Por ejemplo, la coordinación de jornadas de lucha, merenderos, bachillerato popular, dónde la radio se acopla -con su dinámica- a esas actividades. Por otra parte, la capacidad de coordinar con otras experiencias similares fue otro factor que permitió impulsar distintas prácticas de comunicación.

Radio de Frente y las distintas organizaciones aglutinadas dentro de la Coordinadora de Radios entran en relación de disputa o de cooperación con los grandes medios masivos privados y el Estado. Por un lado, compiten con los medios privados por un lugar dentro de un espectro de frecuencias que se encuentra saturado. Por otro lado, la lucha por el reconocimiento formal, es decir, la asignación de una licencia, constituye una relación con el Estado que puede darse tanto en términos de cooperación, como de disputa.

Teniendo en cuenta los tres sectores de la radiodifusión –Estado, privados y sociedad civil- estamos en condiciones de decir que esta última se encuentra en la posición menos ventajosa respecto a las demás, en tanto hasta hace pocos años no estaba reconocida formalmente, cuenta con recursos limitados y cuenta con escaso financiamiento público o privado. Por lo tanto, asumimos que sus acciones estuvieron orientadas a generar una mejor posición relativa dentro de las relaciones de poder en el campo comunicacional.

4- Los talleres se realizaron del 22 al 27 de febrero del 2010 en el Centro Cultural y Político CID en Capital Federal.



Condiciones de producción

Para dar cuenta del proceso social que dio origen al sistema de relaciones en el que se inserta la producción de los agentes hacemos referencia a tres etapas. La primera que se desarrolla en 2008-2009, es el momento previo a la aprobación de la LSCA y dónde el FPDS-Córdoba, al igual que las demás organizaciones que luego integrarían la Coordinadora de Radios, orientaron sus acciones principalmente a la consolidación de sus experiencias territoriales a través de diversas estrategias o frentes de lucha como copas de leche, bibliotecas populares, apoyo escolar, talleres de diversas temáticas, iniciativas de educación popular, luchas reivindicativas, etc. Si bien a partir del año 2003 la movilización social a nivel nacional había entrado en un marcado proceso de reflujo, en los años subsiguientes muchas organizaciones barriales comienzan a crecer –en capacidad de acción, cantidad de militantes- a partir de un lento proceso de reorganización mediante, por un lado, el acceso a planes sociales de alcance nacional dirigidos principalmente a la conformación de cooperativas de trabajo y, por otro, mediante el fortalecimiento de propuestas políticas alternativas a las políticas impuestas por el Estado y los partidos políticos tradicionales. Tales son los casos de la Federación de Organizaciones de Base (FOB), el Polo Obrero, el Frente Popular Darío Santillán (FPDS), la Corriente Clasista y Combativa (CCC), el Movimiento Barrios de Pie, entre otros. Esto apuntaló el proceso de recomposición de muchas organizaciones territoriales en una relación de tensión con el Estado. No obstante, se trata de relaciones complejas porque estas organizaciones también apoyaron algunas medidas progresistas impulsadas principalmente por el gobierno como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, entre otras.

Podemos señalar una segunda etapa post 2009 después de la aprobación de la LSCA, donde se multiplican las experiencias de organizaciones que venían llevado a cabo experiencias de comunicación y que ven -en este nuevo panorama- la oportunidad de formalizar proyectos que en muchos casos tenían varios años de funcionamiento. Asimismo, otras organizaciones –como el FPDS Córdoba- buscan llevar adelante experiencias de comunicación alternativa al amparo del nuevo marco regulatorio que se había sancionado. En este contexto, se multiplican en todo el país instancias de intercambio entre organizaciones que venían teniendo alguna actividad –incipiente o no- en el campo de la comunicación; como los encuentros y los talleres de armado de transmisores organizados por la Red Nacional de Medios Alternativos -donde participó el FPDS Córdoba- se establecieron como instancias de formación e intercambio entre diversas organizaciones del país que estaban iniciando o ya venían trabajando en comunicación alternativa o comunitaria. En este marco se da el período de mayor actividad sobre todo al nivel de articulación entre organizaciones.

En la última etapa a partir de 2010, se produjo un proceso de reflujo de las distintas instancias de intercambio que habían caracterizado el período anterior, como el espacio de articulación de radios. Algunas organizaciones se dedican a fortalecer los proyectos de comunicación ya iniciados y comienzan a ganar referencia en Córdoba como los casos de radio Zumba la Turba, la Quinta Pata y Radio Rebelde. Por otro lado, otras ex-



perencias –como el FPDS Córdoba- no se proyectan en el tiempo debido a muchos factores como falta de recursos financieros, y humanos. También en este punto es preciso considerar las condiciones de posibilidad que los movimientos territoriales tienen habida cuenta de los territorios donde están emplazados, y que juegan un papel determinante en el sostenimiento o no de actividades barriales y también de proyectos de comunicación. Las organizaciones que llevan adelante trabajos en distintos barrios o villas cuentan con posibilidades distintas en función de las características objetivamente establecidas que esos emplazamientos mantienen. Algunos factores que tenemos en cuenta son, por ejemplo, las condiciones edilicias y la existencia de servicios básicos como luz y agua que en muchos casos se dan de forma intermitente en zonas de asentamientos precarios. Por otro lado, la existencia de un lugar de encuentro común es un factor determinante en el sostenimiento de un proyecto radial al igual que las condiciones del espectro radioeléctrico en la zona de acuerdo a su grado o no de saturación. La existencia previa de algún tipo de medio comunitario dentro del territorio también actúa como un factor facilitador para el sostenimiento de un nuevo proyecto de comunicación.

Llevar a cabo esta historización nos permite mostrar desde dónde y con qué dinámicas se articulan las prácticas de producción de sentidos de estas organizaciones en general y del FPDS-Córdoba en particular. Estamos en condiciones de decir que todas estas prácticas comunicativas –de comunicación radial principalmente- pueden ser consideradas estrategias tendientes a la democratización de las comunicaciones y a la apropiación de derechos recientemente reconocidos legalmente. El punto en común más importante entre las experiencias que analizamos es quizás la pretensión de dar lugar a una comunicación más plural, desde una posición alternativa, participativa e independiente.

Siguiendo lo expuesto por Mata, podemos considerar que estas prácticas son un modo de ejercicio de la “ciudadanía comunicativa como una referencia directa a los derechos civiles en tanto la libertad de expresión, el derecho a la información, la posibilidad de poder exigir la publicidad de los asuntos públicos, etc.” (2006: 13). Por otro lado, también reconocemos que dichas experiencias estuvieron enfocadas en fortalecer las propias construcciones políticas de las organizaciones que las impulsaron⁵.

Finalmente, una de las condiciones que objetivamente posibilitó el surgimiento de esta diversidad de experiencias, fue la aprobación y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Teniendo en cuenta lo expuesto más arriba estamos en condiciones de afirmar que a partir del reconocimiento y reserva de un 33 por ciento del espectro radioeléctrico para las organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro, se dio un enorme impulso para el surgimiento de experiencias de comunicación alternativa y popular. Más allá de que estas experiencias se proyecten o no en el tiempo, creemos que la nueva norma vigente abre enormes posibilidades para la democratización de la comunicación en Argentina. Además, plantea enormes desafíos para seguir profundizando este proceso a través de críticas constructivas que se dan en diversos sectores con capacidades diferenciadas de relación dentro del campo comunicativo, pero que necesariamente tienen que llegar a niveles de síntesis, tal y como se hizo hasta el momento.

5- Esto principalmente se funda en la concepción de la comunicación como una herramienta para la construcción de un cambio social más profundo, más que la comunicación como un fin en sí mismo.



Referencias bibliográficas

- **Mata, M. C.** (enero/abril 2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. En Fronteras. Estudios Midiáticos, Vol. 8, N° 1, Unisinos, Porto Alegre, 5-15.
- **Costa, R. L. & Mozejko, D. T. (comps.)** (2002) Lugares del decir. Competencia social y estrategias discursivas. Homo Sapiens: Rosario.
- **Pasquali, A.** (1991) Qué es la radiodifusión de sentido público. El orden reina. Escritos sobre comunicaciones. Monte Ávila editores: Caracas.
- **Roncagliolo, R.** (1982) Comunicación y democracia en el debate internacional. En Revista Nueva Sociedad.
- **Segura M. S.** (mayo/agosto 2011) 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 la Comunicación, Año 1, N° 2. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI): México DF.
- **Segura M. S.** (2011) La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en 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.



La comunicación en colectivos socio-políticos y culturales



Parte

Política y comunicación

Las prácticas de la organización

Casita Cultural

• Mariela Villazón

• Licenciada en Ciencias Políticas. Docente de la Licenciatura en Periodismo e investigadora integrante del PROICO "Comunicación y Ciudadanía: actores, prácticas y sentidos" de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional San Luis, Argentina. Correo electrónico: mvillazon@unsl.com.ar



Proponemos el análisis de las prácticas de una organización social que interviene en comunicación de la ciudad de San Luis. Iniciaremos el recorrido con una breve presentación del contexto político y mediático de la provincia para situar nuestra reflexión. Aunque acotada, consideramos relevante esta caracterización habida cuenta de las particularidades que presenta y la riqueza que aporta a nuestro estudio. En un segundo momento, nos adentraremos en la descripción de la organización escogida para introducir el análisis de sus prácticas en relación a la comunicación. Hacia el final, reflexionaremos sobre la relación establecida entre comunicación y política, para luego cerrar con algunas palabras finales.

Contexto político y mediático de la provincia

La provincia de San Luis se sitúa en el centro geográfico de la República Argentina. Según el censo de 2010, su población ronda los 432.000 habitantes y su superficie es de 76.748 Km². Como el resto de las provincias argentinas, en 1983 vivió la recuperación de la democracia. Desde ese año y hasta octubre de 2011, siempre ganaron las elecciones de gobernador Adolfo Rodríguez Saá o Alberto Rodríguez Saá¹.

En octubre de 2011 fue electo al frente del Ejecutivo provincial Claudio Poggi, quien había sido vicegobernador en el último período de gobierno de Alberto Rodríguez Saá e histórico funcionario de ambos ex mandatarios. Durante sus 28 años de gobierno, los hermanos Rodríguez Saá, y su círculo más cercano, realizaron una importante concentración de recursos de poder en general y de poder político en particular. Para muchos autores y autoras la carencia de alternancia en el gobierno y la forma en que se fue consolidando el régimen democrático en esta provincia, han dificultado el desarrollo de una democracia republicana así como de una ciudadanía activa (Trocello, 2008; Gervasoni, 2009).

1- Durante un breve interregno entre 2001 y 2003, la gobernación quedó en manos de Alicia Lemme debido a que Adolfo Rodríguez Saá renunció a su cargo de gobernador para asumir la Presidencia de la Nación.



Uno de los elementos cruciales de esta particular construcción de poder ha sido la concentración de los medios de información. Si bien no existen muchos estudios que profundicen esta temática, en los últimos años el Foro de Periodistas Argentinos (FOPEA), la Fundación Poder Ciudadano -con el apoyo de la Fundación Adenauer- y distintos académicos² han realizado importantes trabajos que dan cuenta de ello.

En la actualidad, tal como revela el informe “Situación de la libertad periodística en la Provincia de San Luis” elaborado por FOPEA:

La familia Rodríguez Saá ejerce el control de los principales medios en la provincia. Es la propietaria del único diario local de alcance provincial, El Diario de la República, y, a través de su ejercicio de Gobierno del Poder Ejecutivo, controla también el único canal de televisión abierta con alcance provincial, Canal 13. (...) El mismo tiene una programación periodística poco pluralista pese a que el 100% de su grilla es de producción local. Su concepción es la de un canal gubernamental destinado a publicitar la obra del gobierno. (2011:3)

En este caso, por ser el Diario de la República el único medio gráfico provincial y dada su cercanía con el sector gubernamental -lo que le asegura acceso de primera mano a los actores políticos principales y a las primicias provinciales- se convierte en la fuente principal de información de radios y canales de televisión local.

En el ámbito de la televisión por cable, en las radios y en Internet existe, en cambio, mayor diversidad. Sin embargo, la mayoría de estos medios dependen económicamente de la pauta oficial para subsistir y, gracias a las diferencias que ésta impone, hay pocos medios no oficialistas que sean sustentables y puedan contrarrestar el poder de la información oficial.

De este escenario resulta que, por el alcance, los otros medios no logran moderar la importantísima influencia del medio escrito, ni la contundencia de la imagen televisiva de alcance provincial (Trocello, 2008).

Esta dinámica de concentración en el ámbito de los medios de información merece ser puesta de relieve, ya que nos permite visualizar un fuerte control y centralización de los agentes que producen y difunden discurso en el contexto provincial.

La organización Casita Cultural

La Casita Cultural es una organización político-social que nace a partir del trabajo territorial llevado a cabo desde hace más de 6 años en una zona urbano marginal donde confluyen los barrios Francia, Scac, Aeroferro y Olivares de la ciudad de San Luis. Surge a partir de la convergencia de diversos grupos e individuos que comparten intereses, formas organizativas y prácticas afines.

La búsqueda de la horizontalidad en las relaciones de quienes participan -en el sentido de no establecer jerarquías formales- es uno de sus pilares a nivel organizativo,

²- Hacemos referencia, entre otros, a: Trocello, G., 2004; Bianchi, M., 2013 y Gervasoni, C., 2009.



así como la priorización del diálogo y la discusión como criterios de construcción de los consensos. En ese sentido el espacio asambleario es central ya que es donde se discute y decide todo lo relacionado al funcionamiento y proyección de la organización. Este rasgo es compartido por todas las organizaciones que se inscriben en los nuevos movimientos sociales: funcionar a partir a la democracia de base y disponer de la igualdad en relación a quienes participan.

En el marco de los proyectos³ que se llevan adelanten tienen lugar Radio La Bulla⁴ y la Revista Malas Lenguas. El primero, que lleva cuatro años, se encuentra -al momento de la elaboración del presente texto⁵ - en un proceso de reestructuración general. De hecho, no transmite ningún tipo de programación desde finales de 2012. Sin embargo, a través de la página de la organización y el canal de youtube, realiza informes discontinuados sobre diferentes asuntos y problemáticas. En los mismos se recuperan voces y temáticas que no tienen cabida en otros medios, sobre todo porque hay una explícita búsqueda de la palabra de los/as excluidos/as y/o invisibilizados/as por el sistema⁶.

La revista Malas Lenguas nació a principios de 2013 a partir de dos objetivos: sintetizar prácticas, discusiones y reflexiones que se vienen llevando a cabo en la organización, y servir como herramienta de intervención en el espacio público. Cuenta con once secciones, todas ellas, aunque de distinta manera, refieren a temáticas significativas para la organización. Tal como se expresa en cada uno de los números, es la organización quien reconoce la autoría de todas las notas, salvo explícitas colaboraciones excepcionales.

Ambas herramientas, junto con la página web, son los medios más importantes de transmisión de discurso con los que cuenta la organización Casita Cultural. Salvo cuando sea explicitado, nos referiremos a ellas de manera unificada.

Analizando las prácticas

Para analizar las prácticas y caracterizar las producidas por esta organización, partiremos de las nociones planteadas por Costa y Mozejko (2002). Desde el enfoque de estos autores, las prácticas se comprenden y explican en relación con sus condiciones de producción y el sujeto (individual o colectivo) que las produce.

Para comprender las prácticas es fundamental considerar el lugar desde donde se producen, es decir, el “conjunto de propiedades eficientes que definen la competencia relativa de un sujeto social dentro de un sistema de relaciones en un momento/espacio dado, en el marco de la trayectoria” (Costa y Mozejko, 2002: 19). Hablamos entonces de la capacidad de relación a partir de la cual se constituye el sujeto social o -lo que es lo mismo- se define su identidad social. En este sentido, entendemos que es fundamental abordar la posición relativa de poder de quienes producen los discursos (prácticas) y luchan por imponerlos.

La organización a la que aludimos se encuentra inserta, tal como lo planteamos anteriormente, en una provincia donde es alta la concentración de medios y las dependen-

3- Además de los proyectos mencionados, en la organización tienen lugar: una editorial, un espacio de arte que trabaja con los chicos y chicas del barrio, talleres de apoyo escolar y de oficios.

4- La radio es caracterizada como uno de los medios sin fines de lucro de la provincia en el capítulo “¿Otro país? Democratización de las comunicaciones en San Luis” de Verónica Longo.

5- Septiembre 2013.

6- Resulta interesante revisar el seguimiento realizado en el caso de los habitantes de la Ex Cerámica San José de la Ciudad de San Luis, predio donde residían 23 familias que, además de vivir en muy malas condiciones socio ambientales, sufrieron una serie de violentos allanamientos por parte de las fuerzas policiales. Ver <http://casitacultural.com.ar/blog/2014/03/28/represion-a-lxs-habitantes-de-la-ex-ceramica-san-jose/>.



cias generadas entre éstos y el Estado. En este marco, casi no existen medios alternativos ni comunitarios. Tampoco se caracteriza por una multiplicidad de organizaciones sociales de base que militen en los diferentes territorios y que promuevan “prácticas que contribuyan a que puedan hacerse presentes en el espacio público actores invisibilizados, silenciados o ‘despreciados’ (cuya voz se considera no autorizada)” (Fraser, 1997 en Segura, 2010: 120). De hecho, resulta muy complicado “que las modalidades de expresión legítima y las formas de propiedad de los medios se tornen accesibles a la mayoría y que se incluyan nuevos temas en la agenda pública” (Segura, 2010: 120).

En este sistema de relaciones, las prácticas de la organización social estudiada son reconocidas positivamente por un sector de la comunidad que las entiende como especialmente pertinentes en el contexto. En términos teóricos, pueden ser entendidas como acciones de “ciudadanía comunicativa ejercida” en tanto suscitan la “movilización social, política y cultural en torno a esa dimensión de la vida en sociedad” (Mata, 2006).

En la misma dirección, nos atrevemos a pensar que la probabilidad de que las prácticas discursivas de la organización generen efectos sociales obedece mayormente al lugar desde donde son formuladas: un colectivo organizado que trabaja territorialmente y cuya opinión supone un juicio elaborado mediante el debate de ideas en el marco de la reflexión-acción. En este sentido actúa como contrapunto, aunque de manera acotada, a la lógica imperante donde “la figura del individuo -con necesidades e intereses subjetivamente vividos- ocupa el centro de la escena democrática, desdibujando la trama constituida por intereses y vivencias socializadas y la existencia de proyectos ideológicos más o menos afines o antagónicos” (Mata, 2002: 69). Siguiendo a esta autora decimos que se esquivo “el hegemónico recurso a los individuos como informantes” (Mata, 2002: 70).

Si consideramos lo anteriormente descripto podemos suponer que los enunciados de la organización en general, y de sus medios en particular, se fundan en una posición epistémica, axiológica y política diferenciada, por oposición a los emanados por el Estado. Partiendo de la premisa de que la organización entiende que todas las voces tienen que ser escuchadas y que es necesario generar posibilidades ciertas y reales de expresión de las demandas; mientras que el Estado lleva una historia en la que, sistemáticamente, ha “obturado la polifonía de voces que una comunicación y una sociedad democrática requieren” (Mata, 2002: 67).

Ahora bien, nos interesa preguntarnos por los alcances y límites de esta experiencia en términos de su pretensión de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional global. Radio La Bulla pertenece a la Red Nacional de Medios Alternativos⁷ y encara, desde allí, una militancia más general en términos políticos y legislativos⁸. Sin embargo, el eje del trabajo a nivel comunicativo se orienta a la transformación en la organización y los medios que encara. En este sentido, su mayor desafío es transitar y construir, a nivel local, una experiencia que dé cuenta de la existencia de otra comunicación, lo que implica también construir otra política. Abordaremos entonces estas relaciones y dimensiones.

7- La Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) nació en 2004 como fruto de la necesidad de crear un espacio que sea parte de la lucha de los sectores populares. Es un espacio político amplio de articulación, organización, debate y acción donde coinciden distintas experiencias de comunicación alternativa, comunitaria y popular. Desde su origen y hasta la actualidad lleva adelante diversas actividades dentro de las cuales están los encuentros nacionales anuales que se han realizado en diferentes provincias de nuestro país.

8- Ver en este libro el capítulo “Movimientos territoriales y la implementación de la Ley Audiovisual. El Frente Popular Darío Santillán” de Joaquín Urioste, en el que destaca el papel de la RNMA respecto a la formación e intercambio entre diversas organizaciones del país.



Comunicación y política: redefiniendo desde el hacer

La reflexión sobre la dupla comunicación y política en la organización estudiada, puede ser analíticamente pensada en dos dimensiones que, en la realidad, confluyen. La primera, que implica un abordaje más relacional, describe y explica el papel de la comunicación hacia el interior de la organización. En este sentido, se piensa en tanto condición de posibilidad de la política misma (Caletti, 2002). La segunda, que la aborda como herramienta, nos permite considerarla como el medio que permite llevar al espacio público ciertas demandas y discusiones.

Respecto a la primera dimensión entendemos que el pretendido ejercicio de la democracia directa y horizontal que la organización promueve, se encuentra enmarcada, tal como lo anticipamos, en la línea de los nuevos movimientos sociales. Tal como lo explica Soledad Segura, “Habida cuenta de estas dimensiones características de las prácticas políticas de los nuevos movimientos sociales, se hace comprensible que la comunicación haya adquirido relevancia para el debate y la militancia, porque es condición indispensable para la política asamblearia y la democracia directa, para la construcción de “otra política” pensada desde la movilización social y comunitaria” (2010:125).

La comunicación que en este marco adquiere relevancia no se corresponde con las concepciones hegemónicas existentes, es decir, las que abrevan en la separación entre sujeto (emisor de información) y objeto (receptor de información); sino que remite a aquella que implica una “puesta en común de significaciones socialmente reconocibles, la que habilita precisamente a lo común como horizonte que puede serle dado a las aspiraciones que laten en cualquier juego de intervenciones múltiples de lo que solemos llamar política” (Caletti, 2002: 46).

Esta puesta en común recupera, en primera instancia, a los sujetos. La comunicación, o para ser más claros, la otra comunicación implica humanización. “Una irrenunciable lucha por la conquista de la subjetividad, o sea como proceso de autoconstrucción y liberación. Volverse plenamente humano implica el reconocimiento de los individuos como seres libres, iguales, en el interior de una comunidad” (Muniz Sodré, 1998: 44). Este reconocimiento, tal como lo planteamos, transforma al individuo en sujeto de una comunidad, con capacidad de atribuir, construir y disputar sentidos sobre y en el mundo.

En esta dirección es que la comunicación deviene condición de posibilidad de la política y ésta, a su vez, condensa otro significado. El sujeto de la comunicación que, a decir de Caletti, es el mismo de la política, es un sujeto de acción y palabra, de transformación. Tal como plantea Svampa (2008) y recupera Segura (2010: 124), “estas nuevas organizaciones (...) impulsaron un corrimiento a favor de la política como una dimensión originaria de lo social y aparecieron como portadoras de la posibilidad de una nueva institucionalidad y de renovación política”. Esta otra política tiene mucho que ver con la tradición democrática que entiende a la libertad como libertad-participación y que busca “romper el hiato entre lo social (concreto y sustancial) y lo político (abstracto y formal)” (Roncagliolo, 1982: 48).



Esta recuperación del sujeto de la comunicación implica entonces la re-significación de la política como posibilidad de creación. El ciudadano sujeto de derecho deviene sujeto político que disputa la toma de decisiones sobre los aspectos de la vida en sociedad. La organización estudiada, entendemos, camina en este sentido al practicar -aunque de manera micro- una profunda democratización de la comunicación.

La comunicación como herramienta

Todo actor sociopolítico requiere de la comunicación para la disputa por la definición de su identidad y para legitimarse como sujeto político, así como para la presentación de demandas y proposiciones en el espacio público (Segura, 2010). Fue en este sentido que hacia 2010 nació Radio La Bulla y en 2013, la revista periódica *Malas Lenguas*⁹. En la presentación de su primer número expresa: “La búsqueda de esta revista nada tiene que ver con la neutralidad, como organización militamos por la transformación social y pretendemos que este medio sea una herramienta al servicio de esta lucha”.

Tal como lo plantea Segura (2010), pensar en proyectos alternativos a las sociedades capitalistas neoliberales implica la necesidad de disputar la apertura del espacio público, tanto urbano como mediático. Esta apertura implica trascender las limitaciones del sistema y construir nuevas reglas de juego para incluir actores, identidades, temas y demandas excluidas del sistema comunicacional. Es decir, extender el margen de lo que es decible y audible en ese espacio.

En este sentido, entendemos que las estrategias desarrolladas por la organización en relación a ambos medios es alternativa. A partir de la conciencia crítica del papel de los medios y con conciencia de sus propios límites para cambiar esas reglas, intenta articular acciones para incrementar su capacidad relativa de incidencia en el espacio público y disputar los sentidos de la situación sociopolítica (Segura, 2010).

Siguiendo el análisis y la periodización realizada por Segura (2011), podemos entender que las prácticas analizadas representan un nivel medio de radicalidad¹⁰. De hecho, pueden parangonarse con aquellas impulsadas por los colectivos que tuvieron su auge, a nivel nacional, entre 2001 y 2003. Fundamentamos esta afirmación en que si bien se promueve una ruptura con la forma hegemónica de trabajo y producción comunicacional -al generarse, de hecho, prácticas alternativas-, el foco de la militancia no remite a una propuesta de cambio de estas reglas a nivel general. Sin embargo, es evidente el aporte en términos de extensión del espacio discursivo así como la interpelación pública “a otros actores potenciales aliados en sus luchas y a otros antagónicos a quienes se enfrentan” (Segura, 2011: 92).

9- Para mayor información, remitir a: <http://casitacultural.com.ar/comunicacion-alternativa/malas-lenguas/>

10- Al hablar de radicalidad esta autora se refiere “a la mayor o menor pretensión de reforma del sistema comunicacional en su conjunto (en las estrategias basadas en la noción de la comunicación como derecho humano, bien social y, por lo tanto, servicio público), a diferencia de la radicalidad en términos de ruptura con el sistema comunicacional existente para construir una alternativa particular, pero que no constituiría -en principio- una propuesta de cambio de las reglas del juego generales de dicho sistema (en las prácticas de comunicación alternativa)” (Segura, 2011: 216). Ver también en este libro el capítulo “La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en Córdoba” de María Soledad Segura.



Algunas palabras finales

“Quizá, como nunca, la comunicación sea cuestión vital para salir del guetto al que nos ha confinado la intolerancia, la negación del otro, el miedo y la indiferencia. Quizás, como nunca, la sociedad precise de personas y grupos, capaces y dispuestos a activar nuevos significados.”

Rossana Reguillo

Tal como lo planteamos anteriormente, la organización analizada merece ser pensada como un espacio de recuperación de la comunicación, y -en consecuencia- de genuina construcción democrática. A su vez, en tanto desarrolla estrategias alternativas hacia fuera, entendemos que aporta a la transformación del sistema mediático. Su nivel de radicalidad pueda ser considerado como medio.

En una sociedad donde la mayoría de los intercambios se dan en contextos desiguales, donde priman las relaciones informativas o epitécticas, deviene uno de los principales desafíos el disponer de la igualdad y re-crear la comunicación. Sin lugar a dudas, no hay luchas posibles por la ampliación de derechos, ni por la construcción de sociedades menos excluyentes, sin la generación de espacios donde todas las voces tengan posibilidades ciertas y reales de expresión.

Construir la democratización de las comunicaciones hacia adentro de la ciudadanía organizada es llenar de política la misma democracia y sentar las bases para que todos y todas podamos pensarnos como sujetos sociales con derechos a la creación y circulación de nuestras ideas. Construir la democratización de las comunicaciones “hacia fuera” es disputar y construir un espacio público donde cada vez haya menos actores, voces y temáticas invisibilizados.

La búsqueda de sociedades más justas no puede ser pensada sino con la centralidad de la comunicación, ya que es ésta la condición necesaria para el reconocimiento, la subjetivación y construcción de sentidos propios respecto a lo político y social. De allí que, como sostiene Fraser, no pueda pensarse la justicia sin democracia porque no se sabe qué se requiere para que haya justicia hasta que “la voz” de todas las personas sea escuchada para poder interpretar sus necesidades y demandas (Fraser, 2006 en Segura, 2011).

La legitimidad de las múltiples voces, palabras y formas de concebir el orden social es lo que está en juego en la disputa por el escenario comunicacional. De allí que, como sociedad, sea un acto irresponsable enajenarnos de esa lucha. La democratización de las comunicaciones no es sino la condición de posibilidad para la construcción de un mundo donde políticamente podamos discutir las reglas bajo las cuales anhelemos vivir.



Referencias bibliográficas

- **Bianchi, M** (2013) The Political Economy of Sub-National Democracy Fiscal rentierism and geography in Argentina, tesis del Doctorado en Ciencia Política, Institut d' Études Politiques de Paris, Ecole de Ciencias Po, Paris (Mimeo).
- **Caletti, S.** (2002) Siete tesis sobre comunicación y política. En Diálogos de la comunicación, N° 63, FELAFACS, Lima, 36-49.
- **Foro de Periodistas Argentina** (2011) Informe sobre la situación de la libertad periodística en la provincia de San Luis, Republica Argentina. Recuperado de : http://www.ifex.org/argentina/2011/08/30/fopea_informe_san_luis.pdf.
- **Fundación Poder Ciudadano** (2009) Mapa sobre la democracia en las provincias, Buenos Aires. Recuperado de: <http://poderciudadano.org/?p=136>.
- **Gervasoni, C.** (2009) ¿Cuán Democráticas son las Provincias Argentinas? Estrategias Objetivas y Subjetivas de Inferencia Descriptiva. En Boletín de Política Comparada. Ed. N° 1.
- **Mata, M. C.** (2002) Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación. En Diálogos de la Comunicación, N° 64, FELAFACS, Lima, 64 -75.
-----(enero/abril 2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. En Fronteiras. Estudos Mediáticos, Vol. 8, N° 1, Unisinos, Porto Alegre, 5-15.
- **Costa, L. R. & Mozejko, D. T.** (2002) Producción discursiva: diversidad de sujetos. En Costa, L. R. & Mozejko, D. T. (comps.) Lugares del decir, 13-39. Homo Sapiens: Rosario.
- **Muniz Sodré** (1998) Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos. Gedisa: Barcelona.
- **Reguillo, R.** (2007) Ciudad y Comunicación: densidades, ejes y niveles. En Diálogos de la Comunicación, N  74, FELAFACS, Lima.
- **Roncagliolo, R.** (1982) Comunicación y democracia en el debate internacional. En Revista Nueva Sociedad.
- **Segura, M. S.** (2010) Democratizar las comunicaciones en Argentina: las estrategias de las organizaciones sociales (2001-2010). En Revista Argentina de Comunicación, Especial del Bicentenario, Año 4, N  4-5, Año 2009-2010, FA-DECCOS/Prometeo Libros: Buenos Aires, 119-140.
----- (mayo/agosto 2011) 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 la Comunicación, Año 1, N  2. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI): México DF.
----- (2011) La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en 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.
- **Trocello, G.** (2008) La manufactura de “ciudadanos siervos”. Cultura política y regímenes neopatrimonialistas. Nueva Editorial Universitaria-UNSL: San Luis.

Prácticas subalternas

Los derechos a la comunicación y la cultura de las mujeres de Bajada San José¹

• **Gabriela Bard Wigdor**

• *Licenciada en Trabajo Social, magister en Trabajo Social con mención en Intervención Social y tesista del Doctorado en Estudios de Género. Becaria de posgrado de CONICET. Integrante del equipo "La sociedad civil en las disputas por los derechos a la comunicación y la cultura del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Correo electrónico: gabrielabardw@gmail.com*



Las mujeres de la comunidad Bajada San José (parte de la barriada popular Maldonado de la Ciudad de Córdoba, Argentina), realizan prácticas de participación comunitaria de manera cotidiana y con características diversas según el lugar social de la mujer que se trate. Así, encontramos prácticas de creación de comedores comunitarios o copas de leche, grupos de recreación o micro-emprendimientos productivos, roperos comunitarios y estrategias colectivas de cuidado de niños/as en situación de calle. Estas prácticas responden a las trayectorias de participación de las mujeres, los sistemas de relaciones de los cuales son parte, la acumulación de recursos materiales y simbólicos, así como a grados de reconocimiento que concentran en la comunidad. Son también estrategias de denuncia, organización y demanda para legitimar necesidades que se encuentran fuertemente vinculadas, entre otros aspectos, a derechos de comunicación y de cultura.

Nos proponemos demostrar cómo las prácticas de participación comunitaria de las mujeres de la comunidad Bajada San José, vinculadas al derecho a la comunicación y la cultura, son condición insoslayable para el ejercicio de otros derechos y puesta en locución de sus demandas. Pretendemos también comprender/explicar por qué, dado el lugar social de las mujeres de Bajada San José y su capacidad diferenciada de relación, deben recurrir a determinadas prácticas de comunicación y cultura y no a otras, y cómo esas prácticas inciden a su vez en la redefinición (en general, para mejor) de su lugar social. Con tal fin, intentaremos dar cuenta de dichas prácticas de participación comunitaria en relación con las condiciones de producción y el lugar social de las mujeres que las realizan.

En ese sentido, formulamos los siguientes interrogantes: ¿Por qué las mujeres de Bajada San José deben recurrir a estas prácticas políticas de participación, comunicación y cultura, para demandar y acceder a derechos sociales? ¿Cómo inciden estas prácticas en la redefinición de su lugar social y el de sus comunidades? ¿Cómo condiciona su posición de género las características y posibilidades de dichas prácticas?

1- Este capítulo analiza las dimensiones comunicacionales y culturales de algunas de las principales conclusiones de la tesis "Poner la cara por tod@s". Prácticas de participación comunitaria de mujeres de Bajada de San José" de la Maestría en Trabajo Social con Mención en Intervención Social de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad Nacional de Córdoba aprobada en 2014.



Nuestro supuesto de trabajo es que la aparición en el espacio público y la organización colectiva a través del ejercicio de los derechos a la comunicación y la cultura por parte de las mujeres de Bajada San José, es condición necesaria para volver públicas sus demandas y acceder a otros derechos sociales.

Espacio público, participación y derecho a la comunicación y la cultura

Tanto en el espacio público como en el privado los varones son dominantes, mientras que las mujeres son relegadas al espacio de lo doméstico. Esta distribución de los espacios según el género puede rastrearse, siguiendo a Pateman (1995), desde los inicios del Estado Nación y luego en el capitalismo cuando se hizo necesario que las mujeres abandonaran otros ámbitos de producción y quedaran confinadas a las tareas domésticas, a la atención de la fuerza de trabajo, a su producción y se configurara el paradigma de la familia como el ámbito de lo privado. Por eso, parece natural que las mujeres estén en posición de subordinación, dándose por supuesto que la vida doméstica y por lo tanto las mujeres son irrelevantes para la política y la sociedad.

En efecto, actualmente, la separación de tareas por género, sigue fundamentándose en el supuesto de una función natural de las mujeres sobre la crianza de los hijos/as y de las tareas reproductivas, lo que prescribe su papel secundario como productoras del orden social. En ese sentido, las mujeres de sectores populares, se enfrentan a múltiples dificultades para acceder a diferentes derechos que garantizan una vida digna; entre ellos, ocupar el espacio público y expresarse. La paradoja es que para exigir y demandar en relación a sus derechos vulnerados, las mujeres ocupan y deben ocupar los espacios públicos hostiles y desde allí establecer demandas y reclamos. Así, a pesar de los obstáculos, realizan prácticas en el ámbito público comunitario, interpelan a diversos actores y cuestionan la idea de lo público como escenario dominado sólo por el varón.

Entendemos por espacio público comunitario al territorio donde se manifiesta la vida social común a todos/as. Es un lugar de identidad, de manifestación política, de contacto cara a cara entre las personas y de expresión colectiva. Como ámbito público, es escenario de lo cotidiano, de la satisfacción de necesidades colectivas, de despliegue de demandas, de creatividad e imaginación. Es un espacio por naturaleza histórico, heterogéneo, que debería ser de acceso a todos/as y que desde el origen del capitalismo hasta nuestros días, se presenta como opuesto al ámbito privado y con características culturales fuertemente androcéntricas². Por tanto, no es neutro sino que expresa y es expresión de desigualdades socio-económicas, culturales, de edad y género (Segovia, 2003).

Por un lado, entendemos por derecho a la comunicación la aparición en el espacio público, la libre expresión y la toma de la palabra, la construcción y presentación pública de demandas que deben ser accesibles a todos/as. Como plantea Mata (2006), el

2- Entendemos que las culturas políticas androcéntricas, son los modos dominantes en que los varones entienden, ejercen y prescriben los modos de hacer política. Desde estas culturas, las mujeres estereotipadas como capaces únicamente de coordinar el espacio doméstico (como madres y esposas), son sustraídas del espacio público que los varones dominan como protagonistas de la acción política.



ejercicio de estos derechos potencian y garantizan la posibilidad de los/as sujetos de constituirse como grupos que demandan en diferentes esferas sociales.

El derecho a la comunicación en sociedades clasistas y sexistas como las nuestras, se convierte en una mercancía a la que solo pueden acceder fácilmente los sectores hegemónicos y masculinos. Por lo tanto, si consideramos que resulta clave para la construcción de la agenda pública de los Estados y para la atención de la cuestión social en tanto práctica ciudadana, es evidente la necesidad del acceso y ejercicio del derecho a la comunicación en los sectores populares.

La comunicación es un proceso social fundamental para la conformación de toda forma de organización social, a través de la cual se tejen vínculos, se crean y consolidan identidades, se construyen/producen culturas y se definen posiciones y acciones. Sobre todo, es la piedra angular para el ejercicio de los derechos sociales, económicos, políticos y culturales de los/as seres humanos/as. Así, los derechos a la comunicación suponen la posibilidad de que todos/as se expresen en igualdad de condiciones y oportunidades, el derecho a relacionarse con otros y otras en una acción dialógica y respetuosa de lo plural heterogéneo, constitutivo de lo social. Por eso, es un derecho humano fundamental sin el cual no es posible el cumplimiento ni la exigibilidad de los otros derechos (Uranga, 2011 y 2012).

Por otro lado, entendemos por culturas los modos de comprender, pensar, sentir, actuar y vivir el mundo. Implican sistemas sociales de representaciones que explican y ordenan la realidad desde determinada mirada. Estas representaciones, constituyen las imágenes que los/as sujetos tienen de sí mismos/as, de los/as otros/as, de lo justo o injusto. Son modos de vida que adoptan los/as sujetos, sus relaciones interpersonales, así como sus actitudes (Williams, 2003). Los derechos a la cultura implican entonces, prácticas de identidad, la posibilidad de desarrollar capacidades de imaginación, pensamiento crítico y reflexión para vivir con plenitud.

Los derechos culturales suponen la libertad de creación, conocimiento y comunicación, el acceso a la cultura y al patrimonio cultural, la recuperación de la memoria histórica de cada grupo, entre otras cuestiones. En ese sentido, para que los derechos culturales puedan efectivamente ejercerse, la política como lucha por el orden deseado, es un factor inherente a los grupos sociales. Que cada sujeto pueda elegir crear cultura, rechazar patrones culturales dominantes, es una cuestión clave, sobre todo, para las mujeres. Así, el derecho a vivir sin violencias es una cuestión relevante dentro de los derechos culturales porque la violencia forma parte de los universos simbólicos y patrones culturales dominantes en nuestras sociedades. Resistirse a ellos y crear nuevos marcos de relacionamiento entre los géneros es un derecho cultural fundamental.

Posiciones de mujeres en la periferia

La comunidad Bajada San José se encuentra en el Sureste de la Capital de Córdoba y es parte de barrio Maldonado, pero las/os pobladoras/es se identifican a sí mismas/os



como habitantes de Bajada San José a causa de la historia de constitución (que les da el nombre) y la localización geográfica en un sector que se encuentra aislado del resto del barrio (no llega el colectivo, ni muchos servicios públicos). Esta barriada popular se encuentra en la periferia de la ciudad, alejada de los centros urbanos de consumo, circulación, intercambio, oferta y producción de bienes, tanto culturales como materiales. Son zonas de población que viven en la expulsión de los centros urbanos legitimados, lo que lleva a que tengan que producir sus propios ámbitos de trabajo y consumo.

Los/as vecinos/as, que hoy suman alrededor de 700 hogares, fueron poblando la zona en diferentes etapas a partir de migraciones de provincias próximas como Santiago del Estero y por erradicaciones producidas desde el gobierno de Córdoba en los años 70. En ese momento histórico, la mayoría de los/as vecinos/as del lugar se encontraban empleados en fábricas y negocios aledaños a la comunidad. A partir de la década de 1990, el acceso al empleo y los procesos de organización en la comunidad comienzan a debilitarse debido al empobrecimiento que durante el Neoliberalismo se produjo en la Argentina y que, en este barrio de población trabajadora, impactó a través de la desindustrialización, entre otras cuestiones. El quiebre de las industrias y talleres fue dejando a la gente sin trabajo, incrementando la desocupación, los trabajos informales y la fragmentación de los lazos entre los/as pobladores.

Esta crisis produjo que muchas familias antes obreras vivieran del sector informal de la economía. Los varones generalmente realizan trabajos informales y las mujeres suelen ocuparse de las tareas del hogar o son empleadas domésticas. Es mínimo el número de familias que cuentan con ingresos del empleo formal, como el de policía o de recolectora de basura. Por eso, las transferencias provenientes de programas o políticas sociales estatales son fundamentales para la supervivencia de las familias de Bajada San José. Según datos del dispensario de la zona, la Asignación Universal por Hijo/a, la Pensión para Madre de siete hijos y el subsidio por discapacidad (unas pocas vecinas reciben la jubilación por Ama de Casa), son las políticas que mayor cobertura tienen en la comunidad.

Las mujeres que participan en la comunidad Bajada San José no son todas iguales, ocupan diferentes posiciones en el sistema de participación que responden a su lugar social. Según Costa y Mozejko (2009), el lugar social se constituye en base a la competencia del/de la sujeto, la posición que ocupa en un sistema de relaciones específico, la gestión de las trayectorias individuales, familiares, históricas y sociales; que son, a su vez, parte de un proceso social que excede sus límites. En ese sentido, analizamos las prácticas de mujeres que comparten una misma posición en la estructura social (sectores populares), pero que difieren en las posiciones de género, raza y religión, trayectoria económica, cultural y capital social; lo cual impacta en las prácticas políticas que realizan y los modos de participación comunitaria, comunicacional y cultural que sostienen. Nos proponemos analizar en qué medida las prácticas producidas por las mujeres (que más adelante desarrollamos), guardan relación con el lugar social que han heredado pero también gestionado (Costa & Mozejko, 2009).



Las mujeres que llamamos Referentes y que en charlas informales con vecinos/as de barrios aledaños a Bajada San José y en el lenguaje común de la sociedad se conocen como “punteras”³, comparten los problemas estructurales de tipo económico, social y de accesos a derechos que aquejan a las familias de toda la comunidad. No obstante, al mismo tiempo, por el hecho de ser Referentes, concentran recursos y relaciones sociales estratégicas que hacen a sus competencias diferenciales respecto del resto de las mujeres que participan.

Ser Referente de una comunidad supone concentrar reconocimiento frente a un grupo, familias, organizaciones e instituciones externas en base a la capacidad de gestión de recursos, planes y programas estatales para la comunidad. Se trata de contar con información estratégica como por ejemplo dónde gestionar un programa social (la Asignación Universal por Hijo), ocuparse de realizar festejos en fechas como el día del niño y la niña, mantener espacios como los comedores o copas de leche, “saber escuchar” a los/as otros/as en sus problemas y comunicar demandas.

Además, estas mujeres dicen ser las “caras visibles” de la comunidad ante funcionarios, organizaciones e instituciones de diversa índole; asumen responsabilidades sociales de todo tipo y generan expectativas en la comunidad, que deben ser satisfechas a fin de mantener el lugar de Referentes. “Ser caras visibles”, “dar la cara” desde Goffman (1956), representa “una máscara” de presentación para las múltiples situaciones de interacción cotidiana. Todas las personas llevamos a cabo una representación frente a determinado público, adoptamos conductas y expresiones a fin de controlar las impresiones de ese público. Así, las actuaciones logradas comienzan a volverse válidas para ciertos públicos y dependen de la “fachada”⁴ lograda.

Estas mujeres se relacionan con funcionarios del Estado o cualquier tipo de agente externo desde el papel que asumen y para el cual la comunidad las ha legitimado. Aunque esa legitimación no es permanente, está sujeta a las representaciones y la eficacia de las mismas, por eso es tan importante cumplir con lo que se espera de ese papel. Porque “dar la cara” luego de una derrota, es caer en la escala del prestigio y del poder que concentra una máscara o ‘cara social’ y que deja de funcionar ante la comunidad, corriendo el riesgo de que la máscara sea directamente retirada. En ese sentido, las mujeres se preocupan por mantener la impresión de que cumplen con aquello que se supone es su tarea: lograr que el Estado cumpla con su función social, gestionar recursos, etc.

En ese sentido, el poder que concentran las referentes se basa en recursos de todo tipo, capacidades acumuladas a lo largo de su trayectoria y en las relaciones sociales estratégicas con funcionarios, políticos, organizaciones políticas, etc. Esas relaciones son acumuladas a lo largo de las trayectorias de participación política, sobre todo partidaria, las cual les han otorgado contactos, conocimiento sobre donde obtener recursos y relaciones fluidas con ámbitos estratégicos del Estado como Desarrollo Social de la Provincia.

Por otra parte, Participantes es el modo en que denominamos a las mujeres que al momento del cierre del trabajo de campo no son consideradas Referentes. Ellas están

3- “Puntera o puntero” es un modo coloquial de denominar, despectivamente, a líderes barriales que gestionan recursos a través de la militancia en un partido, para un candidato, etc. Pero que, a diferencia de las mujeres que entrevistamos, solicitan necesariamente apoyo político, generando procesos de selección por conveniencia y dependencia de quiénes necesitan determinado recursos, planes, etc. Durante la década del 90 aparecieron fuertemente en la escena social, debido a los planes sociales gubernamentales frente a la crisis económica, que eran gerenciados por los/as mismos/as (Peralta, 2009).

4- La fachada, es una dotación expresiva que se espera de las personas en papel para llevar a cabo cierta actuación, son cualidades tanto físicas como emocionales, que se ponen en escena asociadas a ciertas posiciones sociales (Cfr. Goffman, 1956).



transitando sus primeras experiencias de participación comunitaria o hace más de una década que participan, pero no cuentan ni con la acumulación de relaciones sociales ni con los recursos materiales que las Referentes. Entre estas mujeres encontramos que; por un lado, algunas no han finalizado la escuela y apenas saben leer y escribir, lo que dificulta su relación con agentes externos e instituciones. Además, no han logrado gestionar relaciones con instituciones y agentes externos claves o han fracasado en el intento, viven situaciones de violencia de género que las aísla y participan de modo intermitente. Por otro lado, las más jóvenes, se encuentran en un ciclo vital familiar de crianza de niños/as pequeños/as, lo que dificulta también la participación.

Debido a esta posición en el sistema de relaciones sociales que habilita la participación entre las mujeres de la comunidad, las Participantes no cuentan con recursos, ya sea bienes o relaciones que sean escasas y legitimadas por la comunidad como estratégicas. Concentrar esos recursos convierte a las Referentes en líderes comunitarios y a las Participantes “en una más”. Sin embargo, estas mujeres se organizan y ocupan el espacio público de la comunidad, a través del acompañamiento de actividades que gestionan las Referentes como ir a un acto o constituyendo espacios que proponen agentes externos y que son de menor exposición, conocimiento público y prestigio, generalmente de tipo cultural-artístico o productivo, tales como un grupo de costura, un taller de discusión de género o la proyección de un video.

A diferencia del tipo de poder que deben defender las Referentes, basado en relaciones con funcionarios, posesión de mercadería, etc., entre las Participantes que se involucran en actividades a través de grupos, lo más importante son las relaciones de confianza, los lazos de amistad que eviten conflictos y favorezcan intercambios de bienes, escucha y contención, el “no meterse en líos”. Otra diferencia con las Referentes que dicen querer “ayudar” a través de su participación comunitaria, es que las Participantes dicen querer ser sobre todo “ayudadas”.

En ese sentido, las Referentes ocupan una posición dentro del sistema de relaciones que constituyen la participación comunitaria, que les permite ser quienes “ayudan” a otras mujeres o familias, ya sea con la gestión de planes o con la copa de leche. En tanto, las Participantes buscan, a través de la participación, ser ayudadas, contenidas, escuchadas y aprender, porque no encuentran, en su espacio de posibles, la oportunidad de optar conscientemente por “ayudar a otros/as”.

Finalmente, identificamos a las mujeres que no participan. Para las mujeres que realizan prácticas políticas de participación comunitaria quienes no participan representan acabadamente el estigma del “ser marginal y vivir de arriba”, tal como ellas señalan que también son percibidas por la sociedad. A su vez, los varones tampoco participan de manera directa de las actividades que hemos descrito, pero no son señalados en los discursos de las mujeres como “otros”.

Por ende, para presentarse y ser reconocidas como mujeres que “ponen la cara por la comunidad y ayudan a los demás”, las mujeres construyen a “un otro diferente” como el límite del “nosotros” que las constituye como grupo. Así, “ese otro”, es quien delimita “el nosotros” y se convierten en lo exterior constituyente de los



cuerpos que sí se reconocen entre sí y que sí importan en determinados contextos (Butler, 2002). En ese sentido, participar es distinguirse de quienes no lo hacen, sobre todo de otras mujeres y de su “falta de voluntad de progreso” y por lo tanto, ser un sujeto digno de reconocimiento. Así, el sistema de la participación comunitaria se constituye tanto por las mujeres y los agentes externos que se relacionan con ellas a través de las actividades, como por aquellos/as que indirectamente y por su ausencia o presencia esporádica, también lo constituyen y significan.

A partir de los lugares sociales descritos y por la capacidad de gestión de las mujeres, existen diferentes prácticas de participación comunitaria que a continuación describimos y analizamos en su relación con la comunicación y la cultura.

Las prácticas de participación comunitaria

Las prácticas de participación comunitaria son acciones de organización colectiva de manera sistemática o esporádica, que intentan influir o transformar ciertas condiciones de vida en el plano individual y colectivo (Acevedo & otras, 2004). Estas prácticas que pueden ser diversas, comparten el objetivo de resolver necesidades o abordar diversos intereses a través de la organización en el espacio público de la comunidad y en modos que involucran la dimensión de lo colectivo y lo político, lo cultural y lo comunicacional.

Una de las prácticas que hemos relevado es la creación de comedores y copas de leche. En Bajada San José, los comedores y copas de leche de carácter netamente familiar, funcionan como lugares de entrega de mercadería. La ración de comida o de leche no se consume en un espacio colectivo de encuentro, sino que cada uno/a de los/as niños/as acude con bolsas para la mercadería u ollas, tazas y elementos del hogar que le permitan trasladar la leche o retirar la comida para consumirla en su casa.

Gestionar un comedor o copa de leche implica tareas comunicacionales como la búsqueda de “contactos” en el Estado u organizaciones privadas dispuestas a financiarlos y la construcción de vínculos con agentes externos a la comunidad que también provean de recursos como mercadería. A su vez, se debe “convencer” a las familias de que proporcionen los documentos de identidad de sus hijos/as para confeccionar listados de beneficiarios del comedor, sin los cuales no se justifican ni obtienen los recursos necesarios. Por eso, quienes gestionan comedores o copas de leche, son mujeres que ya poseen una trayectoria de participación comunitaria que les proporciona información, contactos y relaciones fluidas con funcionarios del Estado u organizaciones políticas. Concentran reconocimiento comunitario que las convierte en Referentes capaces de “conseguir familias” que sean beneficiarias y para los agentes externos, son mujeres que concentren capital político, el cual justifica otorgarles la gestión de un comedor.

A través de su posición de Referentes, las mujeres acceden a información pública como datos sobre gestiones y asignación de recursos por parte de los gobiernos, y por acceder a esos derechos de información, gestionan recursos que las habilita a satisfacer otros derechos como la alimentación de las familias del lugar. El acceso a esa informa-



ción estratégica y sus capacidades de gestión les otorga poder sobre esos recursos, por ejemplo, cómo distribuirlos y a quienes. Esto supone desigualdades frente a las otras mujeres que participan, ya que las Participantes no acceden a la misma información que las Referentes y, por lo tanto, no pueden tomar decisiones respecto a su difusión, a los modos de gestionar recursos, etc. Lo mismo ocurre con las mujeres que no participan, quienes constituyen el público beneficiario de las gestiones que realizan las Referentes, sin poder de decisión en ningún nivel.

Otra de las actividades de participación política de estas mujeres son las protestas en la calle. Las mujeres de Bajada San José participan de acciones de protesta y reclamo como los “cortes de ruta”, que procuran respuestas del Estado frente a algún derecho vulnerado, como el inaccessión a alguna institución o servicio público. Estas acciones consisten en organizar la ocupación del espacio público urbano, cortar las avenidas principales o simplemente las calles del barrio, a fin de obtener visibilidad pública y poner en locución demandas al Estado. En este sentido, apelan a hechos públicos que tengan la mayor visibilidad posible, llamen la atención de los medios de comunicación y funcionarios políticos.

De este modo, se ponen en juego estrategias de visibilidad pública, modos de hacerse ver y escuchar, en un claro ejercicio de la comunicación ciudadana frente al avasallamiento de sus derechos. No obstante, las acciones vinculadas a los modos de reclamo y visibilidad en el espacio público urbano, se viven con cierta ambivalencia por parte de las mujeres. Si bien son una fuente de reconocimiento del poder personal y colectivo cuando estas acciones obtienen resultados, también pueden transmutarse en motivo de frustración y de estigma ante la condena social por parte de una cultura dominante que considera estas acciones como “disfuncionales”.

Las mujeres que “lideran” este tipo de acciones son quienes ocupan una posición de Referentes, ya que deben contar con familias “que las sigan” en los cortes, organizaciones que “apoyen su lucha” y contactos con el afuera comunitario que les permitan obtener algún grado de visibilidad pública. Así, quienes son Referentes, acceden y ejercen en mayor grado sus derechos de comunicación y cultura, dada sus mayores oportunidades de exponer necesidades, intereses y de gestionar recursos, porque son ellas quienes en definitiva “representan” los intereses de las otras mujeres y de la comunidad. Por otro lado, gracias al ejercicio de sus derechos comunicacionales y culturales, la comunidad accede a derechos como la educación cuando lograron reabrir una escuela, a servicios como transporte público cuando reclamaban porque llegara un corredor de colectivo a la zona, etc.

Otro tipo de práctica de participación de las mujeres de Bajada de San José se da en el ámbito de los círculos de la iglesia evangelista. A participar en grupos de la iglesia evangelistas se llega a través de la invitación de algún/a familiar o vecina, en momentos donde las mujeres atraviesan crisis personales y familiares que les resultan “intolerables”, como la sensación de no encontrarle sentido al transcurrir de los días, sentirse abrumada por los problemas familiares o frente a la necesidad de encontrar contención emocional.



Las expectativas de las mujeres son que las situaciones de crisis pueden mejorar a través de la contención de “los hermanos” y “la fe en Dios”. En ese sentido, los problemas sociales como la desocupación, la violencia de género en la pareja, las enfermedades, son consideradas por ellas como problemas originados en sus conductas y en sus familias (des) adaptadas. Por eso, participar en la iglesia les “enseña” a ser “mejores personas”, a abandonar “la esquina” del barrio, “la joda” del baile y “la droga”. Las mujeres piensan que van allí a “reeducarse”, encuentran grupos de contención emocional donde se dialoga, se intentan estrategias colectivas de asistencia, como ayudar con alimentos en situaciones familiares de crisis. También cuentan con grupos de contención para alcohólicos o consumidores de drogas y grupos de oración los domingos. Allí, se apela a una “cultura de la solidaridad” en la que el otro/a se transforma en “un hermano” a quien “comprender y ayudar” siempre que reproduzca los valores, costumbres y creencias de la iglesia (lo cual te convierte “en una hermana”).

Al igual que cuando se organizan en grupos que ofrecen los movimientos sociales y partidos políticos, las mujeres que concurren a la iglesia evangelista, son parte de reuniones de formación, organización y discusión, protagonizan acciones de campaña (solidaria o partidaria) y coordinan a su vez otros espacios de participación. Estos ejercicios de los derechos a la comunicación y a la cultura como son expresarse, opinar, ocupar el espacio público, dialogar, debatir asuntos de interés público, son condición para acceder a otros derechos como la participación política, la alimentación, el acceso a instituciones de salud (como las que ofrece la iglesia), entre otros.

Finalmente, las mujeres participan también en acciones vinculadas a la atención de la niñez. Organizar acciones comunitarias para atender las necesidades de los/as niños y niñas de la zona es un modo de participación fundamental e indiscutible en su importancia tanto para las mujeres como para el resto de las familias de la comunidad. En ese sentido, las mujeres se organizan colectivamente y año tras año en festejos del día del/la niño/a, movilizaciones que involucran reclamos por los derechos del niño/a, se ocupan del funcionamiento de los apoyos escolares, gestionan recursos ante necesidades puntuales y se juntan para acompañar a sus hijos/as y a otros/a niños/as a viajes como salidas de camping.

Todas estas acciones implican tareas de articulación con organizaciones externas, difusión de las propuestas a través de carteles y cartillas, del “boca en boca” entre vecinos/as y del trabajo en red entre las mujeres. Esa red se ocupa por ejemplo, de garantizar “la seguridad” en los apoyos escolares para que nadie ingrese a robar cuando se está estudiando, buscan y acompañan a la parada del colectivo a los/as “voluntarios/as” que dictan clases, se ocupan de “la llave” de los espacios colectivos donde funcionan las aulas, entre otras cuestiones. A su vez, son un nexo clave para que se genere diálogo entre las organizaciones y los/as vecinos de la comunidad, tareas de comunicación comunitaria insustituible para que estos espacios funcionen.

Por otro lado, los espacios que las organizaciones ofrecen para los/as niños/as son también aprovechados por las mujeres Participantes -muchas de ellas madres- como “trampolines” para generar sus propios espacios de participación, salidas y días de



descanso. Incluso, para muchas de ellas, fueron las primeras experiencias de participación.

Por otro lado, los festejos comunitarios del día del/la niño/a, los días de la madre, las ferias comunitarias donde se exponen productos realizados por las mujeres, etc. son expresiones culturales de tradición en esta comunidad al igual que los corsos de San Vicente que desfilan a principio de marzo durante el carnaval. En este evento, no sólo son protagonistas los/as jóvenes que bailan o los/las niños/as, sino también las mujeres quienes confeccionan disfraces, llevan a sus hijos a ensayar o tocan algún instrumento. Por ende, estos eventos son importantes para la comunidad porque —a diferencia de la manera en que son siempre retratados por los medios de comunicación, como responsables de robos, delitos y asesinatos o habitantes de “zonas peligrosas”— aquí expresan parte de la historia y de la cultura popular de la zona, especialmente de las mujeres que son quienes impulsan su realización.

En último término, nos referiremos a las prácticas discursivas de las mujeres que participan en la comunidad. Entendemos al discurso como práctica y como proceso de construcción del sí mismo/a en tanto incluye las razones que los/as sujetos dan de sus propias prácticas. Trabajamos en la construcción del “enunciador”, el yo de la enunciación, que nos sirve para poner en relación el discurso (en especial, al enunciador que se construye) con lo social (el agente que produce ese discurso, que construye esa figura de sí mismo). A su vez, consideramos la construcción de un discurso como un proceso de gestión de las propiedades y recursos que se poseen, que consiste en su presentación, defensa, inversión u ocultamiento en base al aprendizaje no necesariamente consciente que el sujeto hizo de lo que es estratégico en cada situación. El discurso es parte de la gestión de las competencias, resultado de opciones realizadas en un espacio de posibles discursivos desde el espacio de posibles no discursivo definido por el lugar social del agente que lo produce (Costa & Mozejko, 2001).

El afecto, la amistad, el cariño por quienes organizan o impulsan las actividades comunitarias, para sentirse útiles y respetadas o por lealtad a una Referente, son las razones que las mujeres dan para explicar por qué deciden organizarse. Mientras para las Referentes los motivos principales son sentirse útil y reconocidas, demostrar que todo lo hacen “de corazón” y para “ayudar”, la posibilidad de ser positivamente valoradas por los demás; para las Participantes, su participación se encuentra motorizada por el compromiso con Referentes de organizaciones políticas a quienes “siguen” desde hace años, por la oportunidad de salir de sus casas, para despejarse de los problemas y escapar al encierro en el hogar y de la rutina del trabajo doméstico. También, hacen hincapié en los procesos de aprendizaje y en la oportunidad de ampliarse con “el afuera comunitario”. Asimismo, señalan los espacios de participación como lugares de contención emocional, aprendizaje y sociabilización. Además, participar otorga márgenes de autonomía porque permite contar con recursos que, aunque mínimos, resultan fundamentales como las relaciones con agentes externos, instituciones, un poco de dinero para gastos puntuales, información, etc.



La mayoría de las mujeres se definen como “luchadoras” porque, a pesar de haber sufrido situaciones problemáticas a lo largo de sus vidas, continúan adelante (“luchando”) criando a sus hijos, enfrentando problemas y soportando la difícil situación económica en la que se encuentran. En ese sentido, luchar es sortear las “tragedias” y, pese a las dificultades, cumplir con los mandatos de género de ser “buena madre, buena hija y buena esposa”. Esta cuestión es constitutiva de las relaciones de género dominantes, donde la mujer es quien “soporta” la carga de la familia, quien cuida de sus hijos y acompaña al marido pese a todo. Ser una “compañera luchadora”, es un valor instituido en las relaciones de pareja y significa para las mujeres, soportar las pobreza y salir adelante con los hijos/as, no “tirarse a la vagancia” ni esperar “que te coman los piojos” (como dicen habitualmente las mujeres). Esto guarda relación, a su vez, con el valor del esfuerzo y del progreso individual.

Sin embargo, “ser luchadoras” también expresa la confrontación del mito del “hombre proveedor y fuerte” que todo lo puede. Al participar de la economía familiar con los recursos que obtienen de la participación, gestionar relaciones con agentes externos que proveen información, y al hacerse cargo junto a sus parejas de las necesidades cotidianas, las mujeres se posicionan en un lugar social diferente al instituido por las relaciones patriarcales. En ese sentido, aunque es una heroína individual, la representación de la “luchadora” puede tener una potencia emancipadora, en tanto cuestiona las posiciones de subordinación que las mujeres ocupan según el sistema dominante de género. Por lo tanto, comunicar una imagen de luchadora, desafía condicionamientos de género y coloca en debate el lugar social de las mujeres en la comunidad. Contrarresta pautas culturales sexistas como la supuesta debilidad de las mujeres o su absoluta dependencia del varón.

Por otro lado, la elaboración de un discurso público como puede ser construirse a sí mismas como “luchadoras”, “mujeres que ayudan”, “gente de buen corazón”, entre otros enunciados, implica expresar y producir una nueva presencia en el espacio público masculinizado: mujeres como sujetos políticos de demanda y de producción, que concentran poder para mejorar sus condiciones de vida y poder para producir desplazamientos en la culturas patriarcales dominantes.

Las prácticas de participación y los derechos a la comunicación y la cultura

Las mujeres de Bajada San José no cuentan con medios de comunicación institucionalizados como diarios, radios comunitarias o redes más organizadas de comunicación y expresión. Tampoco acceden con facilidad a nuevas tecnologías como el Facebook o el correo electrónico. Ellas disponen de la organización de las actividades y de la comunicación de las mismas a partir del “boca en boca”, el corte de calle o la difusión de volantes al interior de su comunidad. A su vez, entre las mujeres que componen el sistema de la participación comunitaria, hay desigualdades en el uso de la palabra, en las posibilidades



de expresarse y demandar, de acuerdo a las desiguales capacidades de gestión de relaciones sociales estratégicas y recursos que así lo habiliten.

Las diferencias en las oportunidades de hacer conocer sus necesidades, implica que el impacto y el alcance de las demandas es diferente. Mientras las Referentes tienen mayores posibilidades de hacerse escuchar y reclamar por sus derechos, las Participantes deben redoblar esfuerzos en términos de unirse a una Referente, ayudar en la movilización de personas o generar espacios de visibilización junto a actores claves que intervengan en la comunidad, sólo para alcanzar una difusión similar. Aunque las mujeres que son Referentes enfrentan el trabajo extra de legitimar sus posiciones de “representación” de las necesidades de la comunidad y deben recurrir a prácticas políticas, de comunicación y cultura que superen las fronteras materiales y simbólicas que separan su comunidad del resto de la sociedad “incluida”. Sólo así demuestran una capacidad mayor de gestión de recursos que las otras y aseguran su posición o “la cara”.

En ese sentido, no sólo es importante el acceso a información pública, el alcance territorial de los conflictos y el impacto social que puede producir la difusión de las problemáticas de estas comunidades, sino también la atención que el Estado presta a estos reclamos. Las Referentes deben demostrar que sus reclamos no quedan confinados al espacio público comunitario y a la atención de las organizaciones que allí trabajan, como sucede con las Participantes.

Por otro lado, las diferentes “cargas familiares” hacen que existan desigualdades en el uso del tiempo que pueden hacer las Referentes y las Participantes. Las primeras desarrollan mayores capacidades para gestionar nuevos espacios de posibles.

A pesar de sus diferencias y de las desigualdades señaladas, todas las mujeres realizan una tarea comunicacional, cultural y de politización de necesidades que son consideradas de orden privado. Al llevarlas al espacio público comunitario, discuten con otros/as sujetos y colocan en la agenda de los agentes externos a la comunidad (otras organizaciones, funcionarios del Estado, ONG, etc.) reclamos e interpretaciones sobre necesidades que se constituyen en demandas y que otorgan el status de temas políticos legítimos a temas hasta entonces considerados de menor orden (Fraser, 1991).

Así, en el juego de tensiones en que las sujetos se organizan y que podemos denominar como la dialéctica entre urgencia por necesidades y capacidad de proyectar estrategias a largo plazo, se van consolidando estrategias de organización y gestión de recursos varios. A su vez, a partir de estas prácticas, se producen nuevos significados con los cuales comunicarse y relacionarse tanto al interior de la comunidad como hacia afuera. Se comparten y construyen nuevas pertenencias e identificaciones que ya no son sólo la de habitar una misma porción de territorio periférico que se presenta como enfrentado a un “otro” integrado, o ser nombradas, estigmatizadas por “los otros” como marginales, sino que desestabilizan esa identidad que parece reificada y construyen nuevas identidades colectivas como “el grupo de mujeres” o individuales como “las luchadoras”. En ese sentido, se generan procesos culturales de identificación entre sujetos que no necesariamente tienen una historia cultural común, pero que gestan culturas comunitarias de participación propia de “esas mujeres” a través de las cuales obtienen mayor reconocimiento por parte “de los otros”.



Finalmente, a partir de la participación, las posiciones sociales de todas las mujeres se modifican tanto al interior de sus familias como en la comunidad, porque gestionan nuevos grados de poder relativo y se constituyen como agentes claves no sólo para la supervivencia de sus hijos/as o familias sino de la vida cultural y social de la comunidad. De este modo, son quienes re-construyen los lazos comunitarios deteriorados por las condiciones de vida y reactivan la posibilidad de que efectivamente exista “comunidad”.

Reflexiones Finales

Lo expuesto muestra cómo las mujeres cumplen una función de mediación, interpretación y representación de sus vecinos/as frente a agentes externos. Realizan tareas de mantenimiento y consolidación de relaciones con agente claves, hacen circular y socializan en sus comunidades diferentes recursos e informaciones. Todas estas acciones comunicacionales se despliegan con escasos recursos materiales y simbólicos, para acceder a derechos que no se encuentran garantizados (salud, alimentación, recreación, igualdad de género, etc.).

El modo de organizar las prácticas de participación comunitaria se ha modificado al ritmo de las condiciones sociales, económicas y políticas del país, las nuevas generaciones y los agentes externos que van interviniendo. Ya no encontramos procesos de organización colectiva que comprometan la participación de numerosas familias, sino pequeños grupos de mujeres que se organizan en relación a diferentes temáticas o actividades como las Participantes o para la gestión de recursos y servicios como las Referentes.

En ese sentido, dadas las condiciones actuales de producción y el lugar subalterno que ocupan en la estructura social, los modos de acción que impulsan las mujeres responden a los recursos y relaciones que poseen y a sus capacidades de gestionar sus competencias. Estas estrategias comunicacionales y culturales en contadas ocasiones alcanzan a interpelar a la sociedad más allá del propio público comunitario, pero aún así mejoran los lugares sociales de las mujeres y también el de sus vecinos/as.

Estas micro-políticas se dirigen a crear nuevas redes sociales de cooperación con “el afuera comunitario”, a la atención de demandas tanto personales, familiares como comunitarias, a concretar espacios de esparcimiento, ocio y de encuentro entre pares, donde lo personal, las relaciones familiares, las situaciones de violencia y las estrategias familiares de supervivencia, devienen públicas y políticas.

En ese orden, la producción de prácticas de las mujeres dirime poder: poder de representación del resto de la comunidad ante agentes externos, poder de interpretación de las necesidades como legítimas y de los modos de satisfacerlas y poder al experimentar la potencia de lo colectivo. Ese poder es ejercido de diferentes modos y grados según el lugar social de las mujeres y de quienes se encuentran implicados. Supone relaciones asimétricas, ya sea por la diferencia de concentración de recursos y trayectorias de las Referentes frente a las Participantes, de los agentes externos frente a estas



últimas y a la comunidad toda. De ese modo, se desatan luchas internas de poder entre las propias mujeres por los recursos escasos, por la aceptabilidad de sus prácticas y por la legitimidad de su posición en la comunidad.

De allí que las prácticas comunitarias de las mujeres -que implican, entre otras cuestiones, salir del ámbito privado-doméstico y ocupar el espacio público, aprender a expresarse y demandar en relación a sus necesidades- suponen cambios culturales fundamentales para la vida cotidiana de cada una de ellas. Ellas ocupan el espacio comunitario, cortan las calles para reclamar, se reúnen en grupo, construyen cartillas de difusión de actividades, concretan prácticas de comunicación directa con la intención de volver públicas demandas que precisan ser atendidas. Estas tareas también culturales colaboran con la construcción de tejido y capital social, la movilización de la ciudadanía, y el atravesamiento de fronteras simbólicas importantes como aquella que delimita los “negros de adentro del barrio” y los “de afuera que hablan bien”.

Sin estos ejercicios de comunicación, sin cierta cultura comunitaria en común, sería imposible para las mujeres organizarse, reclamar y procurar mejores condiciones de vida. Las prácticas comunitarias se constituyen así, en un factor de cohesión que consigue mitigar lazos fragmentados, las tensiones de la convivencia en condiciones de vulneración, así como expresa las desigualdades de poder, las diferencias culturales y las capacidades diferenciales para la gestión de capitales simbólicos y materiales, que tienen un papel medular en la vida política de las mujeres y de la comunidad Bajada San José.

En ese sentido, las mujeres deben recurrir a prácticas de comunicación y cultura para acceder a otros derechos civiles, sociales y políticos. Sin organización, presión pública, gestión de relaciones con agentes externos, obtención de recursos para la reproducción cotidiana, prácticas políticas de gestión de comedores y festejos del día del niño/a, no hay posibilidades de crear nuevos espacios de posibles y acceder a otros derechos.



Referencias bibliográficas

- **Acevedo, P., Aquin, N. & otras** (2004). Desde la comunidad hacia el espacio poblacional: revisando la historia, acudiendo términos que dan cuenta de lo urbano hoy. Lo urbano en el pensamiento social. En Encuentro de investigadores en temáticas urbanas. Gino Germani: Buenos Aires.
- **Bard Wigdor, G.** (2013) PONER LA CARA POR TOD@S. Prácticas de participación comunitaria de MUJERES de Bajada San José, tesis de la Maestría en Trabajo Social con mención en Intervención Social, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Escuela de Trabajo Social, Córdoba.
- **Butler, J.** (2002) Vida precaria: el poder de la violencia y el duelo. Paidós: Buenos Aires.
- **Costa, L. R. & Mozejko, D. T.** (2009) Gestión de las prácticas: opciones discursivas. Homo Sapiens Ediciones: Rosario.
- **Costa, L. R. & Mozejko, D. T.** (2001) El discurso como práctica. Lugares desde dónde se escribe la historia. Homo Sapiens: Rosario.
- **Fraser, N.** (1991) La lucha por las necesidades. En Debate feminista, Vol. 3.
- **Goffman, E.** (1956) Ritual de la interacción. Tiempo Contemporáneo: Buenos Aires.
- **Mata, M. C.** (enero/abril 2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. En Fronteiras. Estudos Midiáticos, Vol. 8, Nº 1, Unisinos, Porto Alegre, 5-15.
- **Pateman, C.** (1995) El contrato sexual. Amateurs: Buenos Aires.
- **Peralta, M. I** (2009) Estrategias del clientelismo social. Editorial Espacio: Córdoba.
- **Segovia, O.** (2003) Espacio público, participación y ciudadanía. Ediciones SUR: Santiago de Chile.
- **Uranga, W.** (2012) Comunicación para la transformación social. Un itinerario para la acción. Recuperado de: http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/com_2012.pdf
- **Uranga, W.** (2011) Comunicación popular y derecho a la comunicación. Otros escenarios, nuevos desafíos. Recuperado de http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/comp_2011.pdf
- **Williams, R.** (2003) Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad. Nueva Visión: Buenos Aires.



Movimientos que utilizan las TIC en espacios urbanos y mediáticos

El Frente de Mujeres K

- Cecilia Lorena Rodoni
- Ana Silvina Maldonado

¿Han surgido nuevos movimientos que han encontrado espacios de participación gracias a las nuevas tecnologías? En esos casos, ¿cuál es el contexto y cómo se relacionan con otros agentes sociales? ¿Pretenden democratizar de algún modo las comunicaciones en Argentina? Para dar respuesta a estos interrogantes, analizamos las prácticas comunicacionales de un grupo de mujeres que adscriben a una ideología política y que desarrollan nuevas estrategias para lograr visibilidad en el campo social, para finalmente pensar sus contribuciones a la democratización de las comunicaciones¹.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, el ámbito público se extendió más allá de las calles o de los medios de comunicación de masas y encontró en las redes sociales, blogs, foros o sitios web el espacio donde, de manera masiva e inmediata, es posible hacer visibles temas y miradas de sujetos que no tenían acceso a las grandes empresas de comunicación para socializar sus pensamientos. En la necesidad de comunicar es que surgen nuevas organizaciones que, a través de sus discursos, intentan democratizar las comunicaciones. En particular, analizamos las prácticas de un movimiento constituido por mujeres que, al sentirse sin voz autorizada para expresarse en los grandes medios, encuentran en lo alternativo el lugar donde no sólo tienen voz sino que crean su propia agenda: el Frente de Mujeres K (FMK).

Presentamos los rasgos generales de esta organización y relacionamos sus prácticas comunicacionales con los interrogantes iniciales. Para ello, hemos analizado la plataforma elegida por el movimiento -un blog- a fin de pensar si sus prácticas propician o no la democratización de las comunicaciones. Caracterizamos las prácticas del movimiento, la posición de poder de los agentes sociales que lo integran y la relación con otros situados en un contexto socio-histórico. Finalmente, analizamos el nivel de radicalidad de la propuesta del colectivo en términos de su pretensión de democratizar la comunicación en nuestro país y la relación entre comunicación y poder.

• Diseñadora gráfica y estudiante avanzada de la Licenciatura en Comunicación Social. Docente investigadora de la carrera de Comunicación Social y Periodismo, e integrante del PROICO "Comunicación y Ciudadanía: actores, prácticas y sentidos" de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina. Correo electrónico: crodoni@unsl.edu.ar

•• Locutora Nacional, Licenciada en Comunicación Social y Especialista en Tecnologías Multimedia para Desarrollos Educativos. Docente investigadora de la carrera de Comunicación Social y Periodismo, e integrante del PROICO "Comunicación y Ciudadanía: actores, prácticas y sentidos" de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis. Correo electrónico: amaldonado@unsl.edu.ar

1- La metodología para dicho análisis se basa en una observación del contenido público que se encuentra en el blog <http://frentedemujeresk.blogspot.com.ar> y en el sitio web www.mujeresk.com.ar. No hay valoraciones personales sobre el actuar y/o sentir político del colectivo sino una mirada analítica a partir de un marco teórico que nos permite pensar la democratización de las comunicaciones en este contexto: el universo digital.



El contexto

Los procesos de producción y de recepción de toda práctica discursiva no se dan en un vacío, sino que se realizan en determinadas condiciones histórico-sociales, y es a partir de estas dimensiones donde los comportamientos sociales se visibilizan y posibilitan la construcción de las diferentes formas del decir. Por eso es necesario reconstruir algunos hitos del proceso socio-histórico que da lugar a las condiciones en las cuales se conforma el FMK y produce sus medios alternativos.

Desde el advenimiento a la democracia en 1983, los gobiernos argentinos impulsaron reformas de las regulaciones de radiodifusión y las políticas de comunicación.

Desde 1990, durante las presidencias de Carlos Menem, se propició una alta concentración de los medios en el ámbito privado. Considerando que se ejercía la profesión periodística en empresas muy poderosas, se puso en duda la existencia del periodismo independiente. María Cristina Mata sostiene que “los medios son reconocidos como instituciones vinculadas a los poderes económicos y políticos, funcionales a ellos y controladas por ellos” y agrega que “su importancia estriba en la capacidad que tienen para construir opiniones y para entretener o distraer a las personas de los temas verdaderamente importantes” (Mata, 2006: 11). Por lo tanto, se cuestionó el papel de los medios, el manejo de la información que hacían, la invisibilidad de ciertos temas y actores, la distancia entre la oferta que realizaban y las demandas informativas de la sociedad (Rey, 2003).

En 2009, la presidenta Cristina Fernández presentó la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta norma establece:

La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del respeto al Estado de Derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución Nacional. (Ley 26.522, art. 3, inc. a)²

José Natanson sostiene que “la ley de medios apunta a desmonopolizar el panorama mediático” y agrega que “como los medios argentinos se encuentran bastante concentrados, la ley obligará a las grandes empresas a darse estrategias de desinversión” (Natanson, 2010: 19). De allí el enfrentamiento existente entre el gobierno y algunos medios de comunicación, entre los que se destaca el Grupo Clarín que se convirtió en uno de los grandes opositores al Gobierno Nacional. Esto pone en evidencia que el objeto de la disputa en el espacio público es el poder relativo de cada agente en ese 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, su capacidad de incidencia en el espacio público (Segura, 2010: 13).

2- El art. 3 se refiere a los objetivos de la Ley 26.522.



Además, desde 2003, durante las presidencias de Néstor Kirchner y Cristina Fernández, se habían comenzado a vislumbrar cambios que generaron amplias transformaciones socio-políticas en el país. Este período se caracterizó por la recomposición institucional del Estado. Argentina, como toda América Latina, venía con regímenes que propiciaban una sociedad desigual con grandes problemas de inclusión al sistema económico y educativo, que repercutían en las oportunidades laborales a las que no todos podían acceder, aumentando las dificultades de inserción de algunos sectores que hasta el momento seguían siendo vulnerables (mujeres, personas mayores y discapacitados), que se caracterizaban por la indiferencia del Estado y de algunos sectores de la comunidad. A partir de 2003, se crearon puestos de trabajos de calidad que redujeron la precariedad laboral y el trabajo no registrado y permitieron que muchas personas pudieran ingresar al sistema. En esta etapa también se actualizaron las jubilaciones mínimas que por mucho tiempo se habían mantenido paralizadas. Con respecto a las comunicaciones, las reglas del juego se fueron modificando a fin de gestar un modelo que se basara en los derechos humanos, en el bien social y destinado al servicio público.

El gobierno, desde la presidencia de Néstor Kirchner en adelante, apela a los valores de la inclusión, la participación y el trabajo que favorecerían la construcción de un modelo de país “nacional, popular y democrático”³. Así lo manifiesta Marcelo Valente al decir que en este período “Argentina tiene la posibilidad histórica de romper con el maleficio de los ciclos que signaron la decadencia y generar una base de desarrollo estable y duradero a partir de una política capaz de colocar en el centro la producción, la inclusión y el trabajo” (Valente, 2011: 11). Consideramos que al hablar de maleficio hace referencia a los gobiernos de facto (1955-1976) y a los democráticos (1983-2003) durante los cuales un sector del pueblo se encontraba en un contexto de pobreza, desempleo y analfabetismo, que produjo incertidumbre sobre el futuro próximo y la imposibilidad de tomar decisiones a corto plazo que permitieran proyectarse más allá del hoy. Frente a ello, se propuso un modelo de política con amplias reformas vinculadas a la inclusión, a la defensa de los derechos sociales, al empleo y sobre todo a la igualdad, que permitiría la gestación de un panorama esperanzador para el ejercicio de la ciudadanía⁴.

El Frente de Mujeres K y sus prácticas

En este contexto, un grupo de mujeres que apoyan la propuesta del gobierno de Cristina Fernández conforman el Frente de Mujeres K y producen un blog como su medio de comunicación y encuentro. A partir de los escritos de ese blog se puede inferir cómo se constituyen como movimiento y qué experiencias han servido de motor para hacerse visibles y reconocidas en la sociedad.

Es un Frente constituido por mujeres adultas provenientes, en su mayoría, de la Ciudad de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense. La condición de mujer es una de las propiedades que identifica al colectivo de mujeres K. En esta época, se trata de una propiedad que adquiere creciente valor social si consideramos, por ejemplo, las legisla-

3- Lema que identifica al modelo político del kirchnerismo.

4- Retomamos el concepto de Isidoro Cheresky: “Son ciudadanos aquellos que manifiestan interés efectivo de los asuntos públicos, que traducen una condición potencial en alguna forma de actividad, aunque sea tan sólo la de construir opiniones publicitadas” (citado en Mata, 2006: 9).



ciones e instituciones surgidas para garantizar derechos de las mujeres que propician su aceptación y fortalecimiento como colectivo social. La posesión de propiedades que les dan una identidad las ubica en un lugar dentro de la sociedad y en relación a otros agentes sociales⁵.

Si bien no todas las integrantes del FMK han participado activamente de espacios políticos, se presentan como conocedoras del contexto en el cual sus representantes se mueven y de la lucha que ellos llevan a cabo para mejorar. En cuanto a su actividad laboral, se desempeñan como amas de casa, trabajadoras y profesionales, aunque en su discurso se definen sólo como “trabajadoras y militantes”. Son mujeres adultas con un nivel de escolaridad de medio a avanzado. Esto se infiere del análisis de sus publicaciones en las que hacen uso de estrategias discursivas tendientes a persuadir al lector y expresan sus posturas de manera clara y precisa, de acuerdo a los cánones dominantes del uso de la lengua.

Este movimiento, que se ha gestado bajo una bandera política definida, realiza prácticas (entendidas como el hacer que implica un sentido) a través de las cuales logran visibilidad social. Participan de manifestaciones, encuentros o actos en apoyo a la gestión de la presidenta Cristina Fernández, realizan encuentros y plenarios de mujeres en diferentes puntos del país con el objetivo de organizar y discutir los pasos a seguir en el proceso de apoyo al modelo político actual, y llevan a cabo el programa “Remolinos. Tiempo de mujeres” en la radio comunitaria Gráfica FM 89.3 impulsada por los trabajadores de la Cooperativa Gráfica Patricios en barrios del sur de la Ciudad de Buenos Aires. Estas actividades se han enmarcado en tres grandes categorías: actos y marchas; asuntos jurídicos y derechos humanos; prensa, difusión y redes sociales. En palabras del colectivo: “realizamos actividades de formación política, acciones en la calle, participaciones en marchas y actos, difusión de programas de gobierno. Hemos militado las campañas electorales en la calle y nos hicimos cargo de escuelas para la fiscalización de las dos últimas elecciones nacionales”⁶.

Cada una de estas prácticas se traslada a nuevos espacios de interacción social mediados por las nuevas tecnologías como son el blog o bitácora, el sitio web y las redes sociales (en este caso Facebook). Cada uno de ellos se piensa como un espacio ubicado en el universo digital que permite no sólo difundir y expresar ideas, sino también interactuar con otros sujetos sociales sin barrera de tiempo y espacio. En estos sitios se hacen visibles las prácticas de la “nueva comunicación” que implica “nuevos discursos, nuevas herramientas de producción simbólica, nuevos dispositivos, nuevas ideas en acción, nuevos sujetos sociales y puntos de vista, nuevas estéticas y nuevos medios en un contexto de plataformas tecnológicas y lenguajes cambiantes” (Lazzaro, 2011: 18-19).

Quienes participan en el Frente han ampliado sus espacios de participación y comenzaron a intervenir en otros nuevos⁷: blogs, redes sociales, foros, etcétera. A diferencia de los espacios convencionales o tradicionales (calle, mural, cartel), estos les permiten experimentar con nuevos lenguajes -multimedial e hipertextual- para producir mensajes⁸. El objetivo no es modificar lo que los medios tradicionales presentan, sino coexistir como el espacio alternativo al que cualquier ciudadano puede acceder. Estas prácticas

5- Navegando el blog del Frente podemos dar ejemplos de lo expresado. La Representación Especial para Temas de la Mujer en el Ámbito Internacional (REMUI), dependencia de la Cancillería responsable en la esfera internacional del seguimiento de los temas vinculados a la mujer, la problemática de género y la igualdad de oportunidades. El informe “Mujer, Paz y Seguridad” que recoge las conclusiones del Primer Taller Regional para el desarrollo de la política de género en el marco de las operaciones de paz y ayuda humanitaria y detalla las actividades que se vienen desarrollando para incorporar la perspectiva de género desde hace varios años en el Ministerio de Defensa y de Seguridad de la Nación. La Ley 26.485 de Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. La creación la Oficina de Violencia Doméstica dependiente de la Corte Suprema de Justicia. La solicitud de una ley que proteja al personal de casas particulares.

6- Recuperado del blog en noviembre 2013. Artículo: “3 años de Militancia y Compromiso”.

7- Su participación en talleres y/o discusiones sobre leyes tales como “La nueva ley de medios”, en manifestaciones y actos públicos de su agrupación política, entre otros.

8- Se utilizan todos los elementos (texto, imagen, audio, video) y enlaces para construir su posición militante, hacer aceptables sus tomas de posición y contribuir a la militancia virtual, expresar el punto de vista del grupo, promover la participación, hacer visibles las vivencias de la militancia, asumirse como “constructoras de la patria grande”.



aportan al proceso de democratización de las comunicaciones, ya que “trabajan para ensanchar las posibilidades de acceso a consumo de productos comunicacionales y/o a su producción, las formas de participación social en el sistema comunicacional, el derecho universal a la comunicación (...), principios tradicionales de las políticas de comunicación en Latinoamérica” (Segura, 2010: 2⁹).

Si bien el blog es un medio, al que no todos tienen acceso (no todos tienen Internet o una computadora, por ejemplo), es un recurso gratuito, fácil de usar. Para participar, no basta con que los miembros del movimiento tengan acceso a las tecnologías, sino que deben tener también las herramientas, las condiciones técnicas y el conocimiento para su uso. Teniendo en cuenta algunas de las características de Internet (el bajo costo, la instantaneidad del medio, la participación ilimitada, el acceso global), podemos aseverar que estas nuevas tecnologías brindan un lugar de encuentro más allá de los medios masivos.

El Frente de Mujeres K está incluido dentro del grupo Bloggers en Acción. Entre todos somos uno, que está formado por ciudadanos que en su afán de opinar no han encontrado un lugar tradicional en los medios de comunicación de masas (radio, televisión y prensa gráfica) local, regional y/o nacional para hacer públicos sus pensamientos y fueron ocupando de a poco un nicho virtual.

Al saber hacer y decir se le suma el saber usar la tecnología. Este movimiento de mujeres que trasladaron sus prácticas comunicacionales al mundo virtual poniendo en valor los recursos que el nuevo momento propicia, forman parte de la “tecno-cultura” de una sociedad donde, tal como explica Mata (1999), se mediatizan las experiencias. El colectivo social identificó algunas de las características nodales de las tecnologías como las nociones de tiempo, espacio y accesibilidad, y las supo trabajar a su favor. En este ciberespacio presentan sus experiencias y debates¹⁰ sobre hechos que acaecen en nuestro país desde una mirada y estética diferente a la que los medios tradicionales nos muestran. Es por esto que se puede pensar como un lugar virtual democrático en donde la voz está a cargo de las mujeres del Frente y de aquellos/as que tal vez no forman parte de él pero, a partir de la participación con comentarios en el blog, lo acompañan desde el pensamiento político.

Al construir un medio alternativo, estos agentes colectivos poseen menor poder en relación a los grandes medios de circulación nacional (Clarín, La Nación, entre otros, que poseen diversos tipos de publicación: impresa, digital, radial y televisivo) que tienen mejores condiciones y posibilidades de funcionamiento, integrantes y actualización continua. No obstante, el Frente de Mujeres K, los que forman parte de Bloggeros K y las páginas de apoyo kirchnerista que se encuentran en las redes sociales, han creado sus propias reglas de juego en estos medios. Estas reglas de juego incluyen desde lo netamente técnico como los requisitos para que un blog forme parte de la página Bloggeros K¹¹ hasta la participación en esos espacios. Cada colectivo debe socializar sus acciones, sus pensamientos y toda actividad que promueva y apoye el modelo político K.

Las prácticas impulsadas por el FMK más el uso de las herramientas digitales han permitido que sus discursos se hagan visibles a nivel social tanto en el espacio urbano

9- Ver en este libro el capítulo “Sociedad civil y democratización de las comunicaciones” de María Soledad Segura.

10- Testimonios de militantes políticos en relación a la última dictadura en nuestro país (1976-1983) y a los Juicios a las Juntas Militares; puntos de vista sobre derechos humanos (por ejemplo, sobre la Ley de Matrimonio Igualitario); comentarios de charlas-debates organizadas por el Frente sobre democracia, medios, el modelo político que apoyan, entre otras.

11- Ver en: <http://bloggersenaccion.blogspot.com.ar/>



como en el massmediático, y esto implica una mejora en su posición de poder. Cabe aclarar que el FMK no tiene como fin cambiar las reglas del juego del sistema comunicacional sino que sus integrantes se hagan visibles como ciudadanas.

Su discurso

Entendemos las prácticas discursivas como el “proceso de producción de opciones y estrategias realizadas por un agente social; estas se hacen visibles a través de marcas que identificamos en el enunciado y se hacen comprensibles habida cuenta del lugar desde donde son producidas” (Costa & Mozejko, 2002: 27). Por otro lado, hablamos de prácticas comunicativas que “se recrean por los hábitos propios de la cultura (...), por el desarrollo de técnicas y tecnologías de comunicación y por la interacción de ambos campos en la vida cotidiana de las personas”. En relación a Internet, consideramos que “crea nuevos hábitos comunicacionales y desarrolla otras habilidades (...). Por este camino las prácticas comunicativas promueven necesidades sociales” (Uranga, 2007: 5-6).

Las mujeres que integran FMK se expresan y socializan por medio del blog. Esta bitácora está constituida por experiencias relatadas en primera persona por integrantes del movimiento y en cada uno de sus enunciados podemos identificar marcas que nos permiten configurar el lugar que se construyen como enunciadoras, así como la relación que entablan con otros enunciadores con los cuales comparten el pensamiento ideológico o con los que mantienen relaciones de disputa.

En el blog sostienen que se involucran en un proyecto “inclusivo” que desde la bandera del “amor, la memoria colectiva, la búsqueda de la verdad, la libertad y el respeto por los derechos humanos”¹². El FMK se define a sí mismo como un colectivo conformado por mujeres que se han comprometido en el trabajo con el gobierno kirchnerista, específicamente con los dos periodos de gobierno de Cristina Fernández. Se identifican bajo la bandera de la militancia política y sostienen que trabajan por el futuro de nuestro país bajo la figura de la actual presidenta a través de la participación en las calles y en los eventos que impulsan de alguna manera el sentir ideológico de ese grupo. Se presentan como parte del proyecto nacional y popular que se inició en 2003, se hacen visibles en la sociedad no como individuos aislados sino como un conjunto de mujeres que tienen como principio rector construir en forma democrática, escuchando y respetando las diferencias y aceptando las decisiones. En su presentación en el blog manifiestan: “Desde 2003 podemos ser protagonistas de un proyecto inclusivo y audaz que nos contiene valorando la diversidad y el respeto. Por eso apostamos a la construcción desde el amor, la memoria colectiva, la búsqueda de la verdad, la libertad y el respeto por los derechos humanos”. La dimensión histórico-social en la cual se presentan y realizan sus prácticas favorece la construcción de la identidad de este colectivo, es decir, formar parte de un gobierno a cargo de una mujer que reivindica la importancia de las mujeres en cada esfera social y el reconocimiento y respeto de sus derechos¹³.

12- Recuperado del blog en febrero 2014.

13- Como muestra, cabe señalar el apoyo a la Ley 26.842 sobre Trata de Personas y a la Ley 26.485 sobre Violencia de Género.



En los diferentes relatos expresados por este colectivo de mujeres en su bitácora (blog) y sitio web, la mirada se centra en todo momento en los valores que pregona el gobierno de turno. Por lo tanto, la participación dentro del blog es por medio de un “yo testigo”¹⁴ de los hechos, posicionamiento que permite respaldar todos los acontecimientos plasmados en los enunciados y que refleja actitudes muy comprometidas ante el contexto en el que se inscriben, mostrando cómo ellas ven la realidad desde sus propias prácticas. A su vez, se presentan como conocedoras de los lineamientos y objetivos políticos, a los que consideran como la fuerza orientadora que llevaría a la sociedad a una situación deseada. Esta posición de testigos vivenciales de los acontecimientos les permite hacer una operación de selección, interpretación y resignificación de los sucesos políticos, para determinar cuáles son importantes y cuáles no para reproducir en el blog.

Debemos tener en cuenta que “la figura del enunciador se construye también por oposición con otros sujetos de enunciación, frente a los cuales necesita dar cuenta de una competencia y una legitimidad mayores, que hagan posible el mantenimiento del poder de palabra” (Charaudeau citado en Costa & Mozejko, 2002: 30). Este poder¹⁵ se disputa entre quienes luchan por legitimar su versión de los hechos. Los enunciadores difieren de acuerdo a la construcción de su cercanía o no con el modelo político del momento. Así podemos distinguir como otros enunciadores¹⁶ a la oposición política y las principales empresas de medios de comunicación (por ejemplo el Grupo Clarín) que elaboran representaciones sociales (Raiter, 2001) diferentes en relación a su toma de posición con respecto al Gobierno Nacional.

En este marco, la intencionalidad de este colectivo de mujeres está orientada a difundir la obra que realiza el Gobierno Nacional no sólo a aquellas personas que comparten el apoyo a la presidenta, sino que posee un intencionalidad mayor: la de persuadir a otros grupos para que modifiquen su visión y reconozcan y acepten como ciertos los hechos fundados en el relato de un gobierno cuya presidencia está a cargo de una mujer Cristina Fernández (quien se constituye como el actor principal del enunciado), que posee como tarea principal la de trabajar por el bienestar del pueblo, por medio de una política centrada en los valores antes mencionados y adoptados por este grupo para realizar su militancia política, a fin de “construir un sujeto social comprometido con el proceso de cambio, a favor del interés nacional y popular” (Valente, 2011: 12).

Consideraciones finales

En los medios alternativos del FMK, estos actores invisibilizados se presentan en público, expresan su posicionamiento ideológico y proponen un cambio que implique la participación de nuevos sujetos en la política. Además, este movimiento de mujeres propone nuevos puntos de vista sobre los temas que ya están en los medios tradicionales e incluir tópicos que no forman parte de la agenda pública. Por estas razones, entendemos que el FMK aporta a la democratización de las comunicaciones en nues-

14- Costa & Mozejko (2002) sostienen que el enunciador ocupa un lugar dentro del enunciado y que por lo tanto es posible caracterizarlo como el yo que construye un objeto desde una posición particular, que define el ángulo desde el cual se presentan los acontecimientos.

15- Según Sterling, “el poder reside en la atención que se consiga obtener del público” (en Muniz Sodré, 1998: 61).

16- En el blog podemos leer, por ejemplo: “El Frente de Mujeres Nacional y Popular repudia la tapa con que la Revista Noticias ilustra y titula su último número. Nuestra presidenta viene siendo objeto desde hace ya largo tiempo de todo tipo de descalificaciones por parte de las corporaciones mediáticas” (11 de septiembre de 2012).



tro país ya que convocan a nuevas voces, a nuevos agentes sociales a consumir y producir contenidos, a debatir y a ejercer el derecho de expresión y acceso a la información. El FMK ha logrado que, de manera gratuita, se hagan visibles e incontrolables los comentarios de cientos de ciudadanos que cuestionan y hacen uso de la palabra sin restricciones.

Al analizar el nivel de radicalidad de los medios alternativos del FMK en términos de su “pretensión de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional global” (Segura: 2011: 9-10), consideramos que estas prácticas implicaron la “producción de la reglas de juego al interior del propio medio sin que ello implique una modificación en el sistema comunicacional global”. El agente colectivo analizado implementa sus propias reglas de juego en los medios alternativos que genera, determinando qué temas se van a plantear, cómo se los va a tratar y quién o quiénes serán sus posibles interlocutores. Estas mujeres organizadas hicieron uso de la estrategia de poner en práctica medios alternativos y redes alternativas digitales (blog y red social Facebook del Frente) para ampliar el espacio público, proponer nuevos discursos y nuevas temáticas. La voz la tienen las ciudadanas que apoyan al gobierno actual y configuran enunciadores oponentes como algunos partidos políticos y ciertas empresas mediáticas (PRO y Clarín, por ejemplo) u otros ciudadanos que se encuentran en el blog para interactuar desde una mirada política en particular. El colectivo hace uso del espacio virtual y del espacio público (asambleas, jornadas, movilizaciones).

Nos parece interesante finalizar con una frase que, desde nuestro punto de vista, explica el surgimiento de colectivos como el que ha sido analizado:

Las organizaciones sociales (...) plantean la necesidad de pelear por la democratización del sistema comunicacional (...), se organizan para controlar el respeto a los derechos a la comunicación y lanzan sus propios medios y redes alternativos. (...) En este nuevo siglo, la información y la expresión comienzan a pensarse, ya no como instrumentos de limitación del poder estatal para preservar las libertades individuales, sino como esenciales para la política y para la democracia. Por lo tanto, ya no se consideran exclusividad de sus profesionales ni de las empresas mediáticas, sino de todos los ciudadanos. De allí es que se hace necesario romper el ‘cerco informativo’ y luchar por imponer nuevas reglas de juego en el sistema de medios del país.” (Segura, 2010: 8).

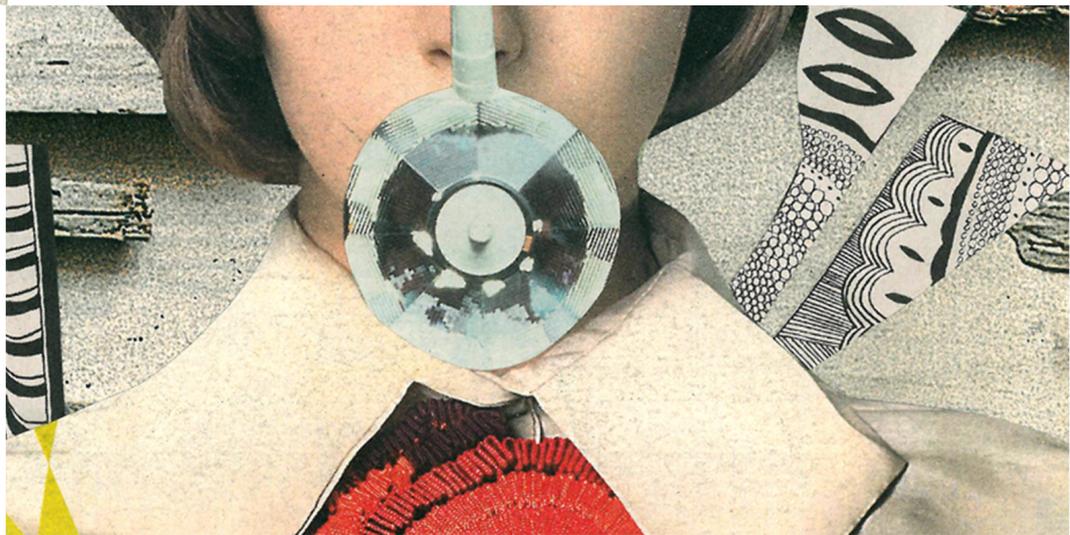
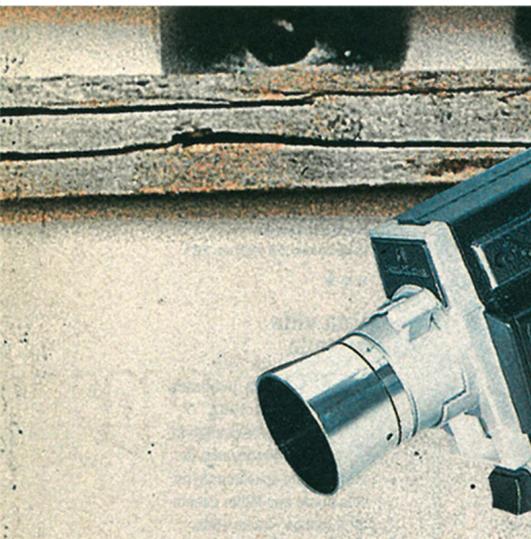


Referencias bibliográficas

- **Costa, R. L. & Mozejko, D. T.** (2002) Producción discursiva: diversidad de sujetos. En Costa, R. L. & Mozejko, D. T. (comps.) Lugares del decir. Competencia social y estrategias discursivas, 13 - 42. Homo Sapiens: Rosario.
- **Lazzaro, L.** (2011) Hacia la soberanía de la palabra. En COPLA (ed.) Militancia y Comunicación. COPLA: Buenos Aires.
- **Mata, M. C.** (enero/abril 2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. En Fronteiras. Estudos Midiáticos, Vol. 8, N° 1, Unisinos, Porto Alegre, 5-15.
- (1999) De la cultura masiva a la cultura mediática. En Diálogos de la comunicación, N° 56, FELAFACS, Lima, 80-91
- (2010) Democratizar las comunicaciones en Argentina: las estrategias de las organizaciones sociales (2001-2010). En Revista Argentina de Comunicación, Especial del Bicentenario, Año 4, N° 4-5, Año 2009-2010, FADECCOS/Prometeo Libros: Buenos Aires, 119-140.
- (2010) La reforma del sistema comunicacional: una cuestión ciudadana. En Fronteiras. Estudos Midiáticos, Vol. XII, N° 3, Unisinos, Sao Leopoldo.
- **Muniz Sodr e** (1998) Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos. Gedisa: Barcelona.
- **Natanson, J.** (2010) Medios y Nueva Izquierda: algunos apuntes impresionistas. En Rincón, O. (ed.)  Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina. FES: Bogotá.
- **Raiter, A.** (2001) Representaciones sociales. En Raiter, A. (comp.) Representaciones Sociales. EUDEBA: Buenos Aires.
- **Rey, G.** (2003) Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina. En Rey, G. & otros (comps.) Veedurías y Observatorios. Participación social en los medios de comunicación, 12-21. Colectivo La Tribu: Buenos Aires.
- **Segura, M. S.** (2011) La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en 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.
- **Uranga, W.** (2007) Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Buenos Aires. Recuperado de: http://catedras.fsoc.uba.ar/uranga/uranga_mirar_desde_la_comunicacion.pdf
- **Valente, M.** (2011) Institucionalizar el Cambio. En COPLA (ed.) Militancia y Comunicación. COPLA: Buenos Aires.

4
Parte

Medios del sector social





“Odeia a mídia? Seja a mídia!” Problematizações sobre o Centro de Mídia Independente do Brasil

• Anderson David Gomes dos Santos

• Jornalista e mestre em Ciências da Comunicação. Investigador do Grupo Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Brasil. Correo electrónico: anderson.santos@gmail.com

Criado em 2001, na esteira de protestos antiglobalização no mundo, responsáveis pelo nascimento da rede Indymedia¹, o Centro de Mídia Independente do Brasil (CMI-Brasil) se propõe a produzir informação alternativa e crítica de qualidade, oferecendo liberdade de publicação para aqueles que não teriam espaço nos grandes grupos de comunicação.

Utiliza-se aqui da base teórico-metodológica da Economia Política da Comunicação e dos estudos sobre produção alternativa de comunicação para analisar a forma de produção de conteúdo e a estrutura organizativa do portal colaborativo CMI-Brasil.

Esta análise leva em consideração o contexto de neoliberalismo e de Fase da Multiplicidade da Oferta, no caso brasileiro a partir da Lei do Cabo (1995) e de um início de maior difusão da Internet a partir de meados da década de 1990, para verificar como esta mídia alternativa utiliza-se de brechas para publicar seus conteúdos.

As observações relatadas a seguir partem de um acompanhamento do objeto empírico realizado na última semana de outubro de 2011. Por conta disso, procurou-se visualizar novamente o site em outubro de 2013 para verificar possíveis alterações tanto nas referências textuais que caracterizam o CMI-Brasil quanto no que se refere às páginas comentadas e copiadas na versão anterior do trabalho. Assim, quando parecer necessário, haverá uma discussão sobre as alterações visibilizadas neste período.

Este trabalho desenvolve como movimentos de explicitação de análise: a situação da comunicação no Brasil, verificando os espaços que são ou não abertos para produções alternativas; um debate sobre a importância e possíveis restrições de observatórios e sites com iniciativa de mobilização social; a constituição do Centro de Mídia Independente do Brasil com suas características estruturais e de conteúdo; e a apresentação de problemas relatados sobre o site mostrando os limites deste instrumento.

1- Veja-se neste livro o capítulo “Los movimientos territoriales y la implementación de la Ley Audiovisual. El Frente Popular Darío Santillán” de Joaquín Urioste, onde se mencionam outras práticas de comunicação alternativa produzidas pelo coletivo Indymedia-Córdoba, Argentina.



Uma introdução à situação da comunicação no Brasil

O contexto histórico de transformações no modo de produção capitalista apresentou uma nova realidade com a abertura dos mercados, em que após uma Era Dourada logo depois da Segunda Guerra Mundial, com a consolidação de direitos trabalhistas, há o neoliberalismo no campo econômico e as teorias pós-modernas no campo científico/cultural.

No campo da comunicação, isso ocorreu de forma exemplar nos países europeus, que tinham até então a produção e a distribuição dos meios de comunicação de massa restritos a mídias públicas. O fim do monopólio levou a um aumento da preocupação com a concorrência, com os níveis de audiência superando o interesse público como prioridade. O desenvolvimento das telecomunicações, com várias ferramentas comunicacionais possibilitadas pela internet, aumentou a concentração e remodelou a constituição dos mercados, agora centrados nas mãos de grupos internacionais e detentores das mais diversas formas de propriedade.

O caso brasileiro apresenta diferença a partir de sua origem. Tanto o rádio quanto a televisão, principais meios de comunicação massivos do país, surgem através de iniciativas particulares, com atuação mínima do Estado mesmo enquanto um potencial concorrente, ficando a seu cargo a distribuição das concessões e a regulação (mínima) dos canais utilizados.

Os grandes grupos comunicacionais brasileiros exploram o histórico de cerceamento de liberdades durante a ditadura militar (1964 a 1985) para classificar qualquer proposta de discussão sobre a área como tentativa de censura, trazendo à tona o conceito de liberdade de expressão garantida no art. 220 da Constituição -cujo capítulo V Da Comunicação Social (Brasil, 2011: 58), em que está presente, só teve um dos cinco artigos regulamentados-. Acaba-se por engendrar uma confusão em torno de vários termos associados às liberdades garantidas em sistemas políticos de corte liberal que, na verdade, expõe a permissividade de as empresas atuarem como quiserem.

Ainda assim, há algumas mudanças no mercado a partir de 1995 com a aprovação da Lei do Cabo (8.977/1995) que, no aspecto da comunicação pública, abriu um canal para difusão comunitária. Britto (2010) define o período ali iniciado como Fase da Multiplicidade da Oferta, em que se tem mais personagens atuando no mercado e novas possibilidades tecnológicas de se comunicar, acrescidas pelo maior desenvolvimento da internet. Ainda assim, com pequenas alterações quanto à produção e à difusão efetivamente públicas.

Movimento iniciado na década de 1970, as rádios comunitárias têm sua criação oficializada através da Lei n. 9.612/1998, que define o serviço como meio de divulgação de determinada comunidade, de relatar seus problemas e ser produzido por quem é de determinado espaço geográfico. Ainda assim, 15 anos após a lei, o burocrático processo de se conseguir um canal, as condições criadas (como o limite de potência) e os problemas de apropriação de políticos e igrejas em rádios assim existentes –assim como é o caso das rádios educativas, que não precisam passar por processo de licitação desde



1997 e das TVs comunitárias para serviço de acesso condicionado— mostram que há muito que se melhorar na radiodifusão.

A estrutura de pressão dos grandes conglomerados de mídia acaba se sobrepondo aos interesses de novos discursos a serem expostos mesmo que em níveis regionais. A liberdade de expressão requerida por estes grupos quando se acena com uma discussão sobre uma nova regulamentação para o setor —já que a vigente para a transmissão gratuita de rádio e TV foi criada em 1962— recebe a pecha de censura, ao mesmo tempo em que se denuncia a existência de rádios livres e algumas rádios comunitárias.

Ao observar o caso do mercado brasileiro, Bolaño expõe da maneira a seguir a situação da Indústria Cultural local:

Não tenho conhecimento de nenhum caso no mundo desenvolvido onde se pratique, na Indústria Cultural, capitalismo tão selvagem. Nem sequer uma legislação anticoncentracionista como a norte-americana existe no Brasil e o pouco que acabou sendo incorporado ao nosso sistema legal (como a proibição da propriedade de duas emissoras numa mesma localidade ou de cinco no país) são sistematicamente burladas ou contornadas por artifícios legais. Nenhuma legislação contra a concentração multimídia, nenhum acesso do setor público às verbas publicitárias, nenhuma competitividade à televisão pública, nenhum freio ao monopólio da informação, nenhum limite objetivo ao poder das grandes empresas oligopolistas que dominam o setor de cultura. (2000: 75)

O desenvolvimento da internet e de ferramentas como blogs e mídias sociais (casos de Facebook e Twitter) permitiu maior abertura para a difusão de conteúdos alternativos àqueles postos pelos grandes conglomerados de comunicação, ainda que estes, em suas versões virtuais, também possuam grande audiência.

O caso das manifestações de junho de 2013 no Brasil, com a articulação dos movimentos pelas mídias sociais e o protagonismo do coletivo Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação (Mídia NINJA) na cobertura dos protestos, com imagens e método de transmissão sendo utilizados por TVs abertas e fechadas de maior potencial financeiro, demonstra a importância destas novas ferramentas tecnológicas para a difusão de outro tipo de conteúdo.

Ainda que seja preciso entender várias questões e problematizações relativas ao acesso às novas tecnologias e às novas versões destas —o que alguns autores denominam como “brecha digital”— e que a maior recepção ainda está concentrada nos grandes grupos de comunicação, faz-se necessário analisar os casos que procuram desenvolver novos modelos de comunicar, especialmente a partir de uma visão diferente sobre movimentos sociais, com os participantes destes produzindo conteúdo.

Por isso, busca-se aqui fazer a análise do Centro de Mídia Independente do Brasil, coletivo com alguns anos de atividade e participante de uma rede mundial, sob



uma perspectiva de fissuras encontradas no sistema, não entendendo a Internet como meio “revolucionário”.

O CMI-Brasil e a produção de conteúdo alternativo

Perante as transformações sociais de um processo de neoliberalização econômica foram abertos ainda mais espaços para a atuação de empresas no setor de comunicação, em detrimento da diminuição da possibilidade de se ter espaços nos meios de comunicação de difusão massiva para propostas efetivamente públicas.

Aqui, destaca-se o público como forma de os setores sociais populares serem responsáveis pela gestão, funcionamento, produção e distribuição de um conteúdo alternativo contra-hegemônico, que deve ser caracterizado por uma estrutura horizontalizada de criação e gerência e pela produção de conteúdos que não passariam na mídia tradicional, ou sob outro olhar, atendendo às reais necessidades dos setores oprimidos.

A alternativa, não necessariamente contra-hegemônica, que surgiu nas últimas décadas foi aberta pela Internet. Uma das possibilidades geradas por setores sociais como sindicatos, entidades estudantis, grupos de pesquisa universitários e demais movimentos sociais com preocupação sobre a comunicação foi a criação de observatórios para o monitoramento e a crítica às práticas dos grupos de comunicação; e as veedurias, que representam uma iniciativa da sociedade civil para a participação em melhoria de serviços de comunicação considerados serviços públicos, sendo uma forma de incidência nas políticas do setor (Segura, 2009).

Segura (2009) aponta que os observatórios e as veedurias surgem após a aplicação do neoliberalismo na América Latina. O desafio colocado era o de romper as condições de quebra de confiança nas organizações tradicionais, servindo como uma alternativa às práticas políticas anteriormente estabelecidas, retomando a perspectiva da participação coletiva na construção do bem comum.

Rey explica da maneira a seguir estas duas possibilidades de produção de informação:

Los observatorios y veedurías de medios no son solo manifestaciones de la política comunicativa sino lugares de la construcción de ciudadanía. Esta constatación está sostenida en los propósitos con que aparecen todas las experiencias. Aunque respondan [...] a objetivos estratégicos y parciales, su mayor interés es lograr articularse a proyectos sociales y políticos más amplios. Si bien todos los observatorios convergen en la comunicación y específicamente en los medios, todos se reconocen como experiencias comunitarias y ciudadanas. Las razones son abundantes y conocidas: la comunicación es un lugar central de la vida social y la imaginación de las prácticas políticas contemporáneas. Y a la vez es un campo especialmente tensionado de intereses, un ámbito en que se producen colisiones semejantes a las que se



viven en otras áreas de la sociedad (en la economía o en la circulación de conocimientos) entre la diversidad y la concentración, la democratización o el predominio hegemónico, lo local y lo global, la exclusión o la participación. (2003: 2)

Há ainda uma terceira possibilidade que, em nosso entender, representa o ideal do Centro de Mídia Independente. Como destacado no lema do site no Brasil, “Odeia a mídia? Seja a mídia!”, mais que intervenções em serviços de comunicação em específico ou a crítica à produção dos meios de comunicação, preocupa-se em produzir conteúdos de caráter mobilizador, estimulando a participação e a difusão a partir de quem manifesta e/ou é oprimido.

Com esta perspectiva, a proposta aqui analisada surge no berço do capitalismo, os Estados Unidos, antes das reuniões da Organização Mundial do Comércio na cidade de Seattle em 1999. Alguns grupos de ativistas reuniram doações e montaram uma sala de redação para produzirem o próprio conteúdo em texto, áudio e vídeo sobre as manifestações que fariam, levando em conta que a mídia deveria falar contra eles.

Quando as reuniões começaram, o site Indymedia (<http://www.indymedia.org>) –Independent Media Center–, estava funcionando e, inclusive, chegou a ser utilizado como fonte por muitos órgãos de imprensa, tendo milhares de acesso durante o período (Silva, 2008).

Após a mobilização de Seattle, o Indymedia tornou-se um grande portal em oito línguas, com a formação de uma rede de ativistas e filiais sob a sigla do Centro de Mídia Independente (CMI) em mais de 50 países ao redor do mundo, tendo os mais variados tipos de conteúdo, críticas midiáticas e apoio a diferentes mobilizações.

O Centro de Mídia Independente do Brasil (<http://www.midiaindependente.org.br>) surgiu em janeiro de 2001. A ideia começou a ser discutida no protesto contra o Fundo Monetário Internacional (FMI) ocorrido em meio à reunião da entidade no dia 26 de setembro de 2000 em Praga.

Na página do CMI-Brasil, no setor de “Política Editorial”, há a seguinte definição sobre o coletivo:

O Centro de Mídia Independente (CMI) Brasil é uma rede anticapitalista de produtores/as de mídia autônomos/as e voluntários/as. Com o objetivo de construir uma sociedade livre, igualitária e mais justa e solidária; o CMI garante espaço para que qualquer pessoa, grupo (de afinidade política, de ação direta, de ativismo) e movimento social - que estejam em sintonia com esses objetivos - possam publicar sua própria versão dos fatos. (CMI-Brasil, 2013)

No trabalho realizado em outubro de 2011, a diferença na política editorial está no objetivo da rede, em que houve a substituição da construção de, dentre outras coisas, uma sociedade “que respeite o meio ambiente” (CMI-Brasil, 2011a) para



uma “mais justa e solidária” (CMI-Brasil, 2013). Isso mostra a mudança da visibilidade dos movimentos em prol do meio ambiente, que há dois anos tinham grande destaque, tendo em vista também a apropriação empresarial da “responsabilidade socioambiental”, num período em que as lutas das ruas acabaram cada vez mais a se voltar a temas econômicos, ainda que sob outro viés de denúncia e protesto.

Fora esta mudança, dentro desta definição, poderíamos tratar de alguns aspectos. O primeiro é o conceito de “rede anticapitalista”, mas como este tema surgiu como crítica num dos artigos sobre o CMI, opta-se por deixar esta discussão para o tópico seguinte.

O segundo ponto de análise é o destaque em definir a autonomia e o voluntariado na produção (CMI-Brasil, 2011a), o que o diferencia na estrutura das grandes empresas –todos “trabalham” pela causa, não por remuneração– e de grupos políticos tradicionais em que se paga um militante para se dedicar integralmente a uma tarefa.

Outra preocupação que cresceu nesse período é a livre circulação de ideias na Internet. A utilização e a defesa do software livre, que pode ser usado de forma gratuita e com a possibilidade de melhorias no programa por qualquer um, e a disponibilização de todo o conteúdo sob a licença de copyleft, que permite livre difusão do conteúdo desde que se cite a fonte, são defendidas pelo portal (CMI-Brasil, 2011a).

Percebe-se também que o destaque maior é para que os grupos possam contar sua versão dos fatos, mais que promover manifestações e protestos. Como bem descreve Rigitano:

O propósito do CMI é se constituir como uma fonte alternativa de informações às organizações de mídia corporativa. Sendo assim, sua razão de ser baseia-se na categoria de conscientização/apoio, que engloba difusão de informações (por parte de indivíduos e organizações independentes) sobre questões não abordadas, relatadas insuficientemente, ou de maneira imprópria pelos meios de comunicação de massa. (2003: 6)

Quando trata-se disso, não significa que não haja informações sobre manifestações a acontecer ou relatos das que ocorreram (ver “Calendário de Movimentos Sociais” na Figura 1.). O propósito do CMI-Brasil nos parece ser mais o de uma mobilização para a produção de conteúdos alternativos. Não é a toa que dentre os princípios e objetivos da rede há como característica aglutinadora a produção de relatos sobre o cotidiano de oprimidos/as, denúncias contra o Estado, as corporações e a mídia. Além de análises sobre movimentos sociais e suas formas de organização. A questão de transformar a realidade só aparece no último deles, que é a abertura de espaço para produções audiovisuais que visem “a transformação da sociedade ou que retrate as realidades dos/as oprimidos/as ou as lutas dos novos movimentos” (CMI-Brasil, 2011a).



Apresentada a forma de publicação e os objetivos do Centro de Mídia Independente do Brasil, faz-se necessário tratar da organização em si. Afinal, entendemos que um meio alternativo contra-hegemônico precisa ir além da produção de conteúdos diferentes da grande mídia, deve também evitar a estrutura hierárquica estabelecida pelas empresas.

Estruturação e possíveis problemas do CMI-Brasil

O Centro de Mídia Independente possui no Brasil coletivos em doze cidades do país: Brasília-DF, Campinas-SP, Caxias do Sul-RS, Curitiba-PR, Florianópolis-SC, Fortaleza-CE, Goiânia-GO, Joinville-SC, Porto Alegre-RS, Rio de Janeiro-RJ, Salvador-BA e São Paulo-SP. Além deles, há formação de novos coletivos em outros locais, considerados “Pré-CMIs”: ABC (SP), Aracaju-SE, Balneário Camboriú e Itajaí (SC), Belo Horizonte-MG, Blumenau-SC, Caxias do Sul-RS, Cuiabá-MT, Juiz de Fora-MG, Manaus-AM, Ourinhos-SP, Pan-Amazônico, São José dos Campos-SP, São Luís-MA e Vitória-ES.

Devido às distâncias, as reuniões do CMI-Brasil se dão pela internet, através de fóruns, chats e listas de e-mails –nem todas funcionando se acessadas pelo site da rede–, seja em caráter regional ou nacional, o que não impede que alguns coletivos promovam reuniões presenciais.

No caso da rede mundial CMI, a maioria das decisões é tomada a partir da internet. É desta forma que os “membros do coletivo selecionam o material que será exposto na página e discutem outros assuntos pertinentes à atuação da organização” (Rigitano, 2003: 8), casos da política editorial, propostas de melhoria na estrutura do website e produções de vídeos, áudios e boletins impressos.

A primeira questão problematizadora que colocamos é quanto a estas escolhas do que vai para a coluna central do site. Sabe-se que há debate em listas de discussão e em reuniões nos coletivos, porém, só as pessoas envolvidas nestes espaços é que podem publicar e decidir o que será publicado na página central da página. Visualizando o site, o setor dedicado às postagens de quem é de fora dos coletivos, a coluna direita, não é tão perceptível, ainda mais pela quantidade de informações presentes (ver Figura 3.).

Além disso, apesar de se portar como um espaço aberto a publicações, há uma lista de assuntos que não podem ser tratados, pois vão de encontro ao que é estabelecido na política editorial. Na lista estão artigos: de cunho discriminatório; com ofensas a pessoas ou grupos específicos; visem à promoção pessoal, de candidato/a ou partido político; informações falsas para desarticular mobilizações ou mentiras comprovadas (CMI-Brasil, 2011a). Ainda assim, os arquivos excluídos ficam disponíveis no link “Artigos Escondidos”.



Figura 3. Na direita, “Publique aqui a sua matéria”

Prudencio, Silva e Sartori (2008) apresentam bastantes críticas ao CMI-Brasil. Dentre algumas coisas, ao processo de escolha das matérias principais e de exclusão das que não correspondem ao descrito na política editorial. Quando tentaram entrar em contato com os coletivos locais, através das listas de discussão, só receberam duas respostas e, ainda assim, nenhuma sobre como se dava esse processo de escolha. Assim, segundo eles:

Diante da recusa das respostas dos integrantes contatados, caiu o pressuposto de que o CMI é integralmente transparente e aberto aos que se interessam por seus assuntos, uma vez que questões como o financiamento dos portais, os métodos de seleção de textos e as pessoas envolvidas na triagem das mensagens não estão explícitos no website e tampouco são fornecidas pelos participantes. (Prudencio & outros, 2008: 9)

Quanto ao conteúdo, Prudencio e outros (2008) reclamam de a maioria dos textos por eles analisados serem outras versões do que era produzido pela grande mídia. Não haveria um foco sobre movimentos que não são tratados pela Indústria Cultural, mas uma versão oposta ao que ela produzia. O que, no entender dos autores, poderia inviabilizar o caráter alternativo da produção.

Outra crítica desses autores é que o modelo de notícia é o mesmo da grande mídia, com a publicação da informação principal no primeiro parágrafo, decrescendo a importância ao longo do texto. O material analisado foram sete boletins do CMI, publicados de agosto de 2007 a janeiro de 2008 (Prudencio & outros, 2008).

Concordamos sobre a necessidade de se produzir um formato descolado da busca incessante por lucro, como se dá nas empresas jornalísticas. Mas, se o intuito é fazer



com que qualquer pessoa leia e produza conteúdo, não se pode de uma hora para outra exigir que isso se dê sob outra forma, estilisticamente falando, a qual as pessoas nunca tiveram nenhum contato. Produzir conteúdo pelo qual não se terá interesse em ler, por conta do costume em ver textos com os formatos clássicos, também não parece ser viável de maneira instantânea.

Esse problema abre a necessidade de oficinas de produção, o que nem sempre é possível de ocorrer por conta das distâncias ou das dificuldades em montar um coletivo em determinada região e realizar reuniões e eventos presenciais. É um processo bem mais amplo do que se possa imaginar, pois refere-se a costumes e práticas já desenvolvidas.

Sobre o assunto, Segura relata a experiência dos sites argentinos Indymedia e Sosperiodista:

Quienes participaban, lo hacían de acuerdo con lo que habían aprendido en su larga experiencia cultural como públicos de los medios masivos de comunicación: en lugar de producir, se asumían como fuentes de información de los periodistas profesionales; participaban del único modo en que los medios masivos les permiten la participación, a través de una carta de lectores en los diarios de papel o de un comentario en los medios digitales; cuando cronicaban una historia, lo hacían imitando el estilo de los medios masivos [...] y de acuerdo a sus criterios de lo noticioso que asocia “noticia” a “primicia” y a tópicos relativos al poder económico y político, en perjuicio de los temas comunitarios cotidianos. (2014: 18-19)

Ser alternativo ou não parece para nós uma questão bastante ampla, porque, primeiro, significa ser alternativo a algo ou alguém. Por exemplo, a Rede Record poderia ser considerada uma alternativa à Rede Globo no mercado audiovisual brasileiro, mesmo não sendo contra-hegemônica em termos ideológicos e repetindo o padrão tecno-estético da líder. Além disso, pode-se ter produções alternativas só quanto à forma, mas que mantém o caráter político-ideológico das elites; da mesma maneira que ter conteúdo alternativo, mas não um modelo administrativo diferenciado, horizontalizado.

Observando as matérias encontradas na página principal do portal no dia 25 de outubro de 2011, podemos ver assuntos que não são relatados pela mídia, casos da divulgação da 2ª Feira de livros anarquistas em Porto Alegre; do desalojamento do Museu do Índio por conta das obras da Copa do Mundo FIFA no Rio de Janeiro –assunto que seguiu com participação militante até meados de 2013 com cobertura de meios privados de comunicação-; e um processo jurídico sobre o reconhecimento ou não de um santuário de povos originários em Brasília, o Santuário Sagrado dos Pajés.

Mais que a preocupação quanto ao caráter alternativo, o mais importante é verificar se há uma busca contra-hegemônica, algo que leve em conta a totalidade social. Não só a relevância de se ter meios de comunicação que sejam produzidos por movimentos sociais, mas que se tenha uma proposta real de mobilização, como a que criou a rede Indymedia, com perspectiva de transformação social.



Segura aponta um problema central para estes tipos de mídia:

Estas observaciones son colectivas, pero no representativas. Antes que instancias de representación, los observatorios y veedurías se proponen como lugares de participación. Por eso, también necesitan construir otro tipo de legitimidad. Esta legitimidad suele provenir también de su pertenencia institucional a organizaciones sociales, académicas y gremiales relativamente autónomas frente a los poderes político y mediático. (2009: 5)

Carraro e Sampaio afirmam que apesar de os textos serem claramente contrários às consequências do sistema capitalista, o coletivo CMI não se constituía como um movimento contrário ao modo de produção em si. De acordo com as autoras, estaria restrito a reportar “a necessidade de globalizar a proteção ao meio ambiente e um padrão de vida digno para todos” (2009: 10).

Elas destacam ainda a necessidade de formas de engajamento que se preocupem com uma efetiva transformação social, única forma de superação da estrutura vigente e de suas determinações nas dimensões histórica, política e social. Propõe-se que qualquer luta sem esta perspectiva estaria fadada ao fracasso, por evitar a mobilização em torno da essência dos problemas:

Nesse sentido, sem perder o horizonte da crítica à racionalidade econômica vigente, considera-se que muito embora a utilização tecnológica pelo Centro de Mídia Independente cumpra seu objetivo com relação a ser mídia crítica, alternativa e conectada as causas dos movimentos sociais é negligenciada na luta a dimensão da transformação societária, à medida que o coletivo não é contra o modo capitalista de produção. (Carraro & Sampaio, 2009: 10)

Esta crítica nos parece válida também pelo conceito de “anticapitalismo” encontrado no site, em que se destaca a preocupação em “designar o esforço de convergência das diversas vertentes do movimento social”. Os voluntários do CMI se identificariam com o anticapitalismo na acepção tradicional, de oposição ao sistema em si (propriedade privada, exploração do trabalho, etc.) e sob a perspectiva supracitada, para convergência de movimentos – que não creem necessariamente que os problemas são causados pelo capitalismo enquanto sistema econômico (CMI-Brasil, 2011b). Parece que incluído numa preocupação maior para evitar os pró-capitalistas que numa definição político-ideológica mais clara.

Considerações finais

Hoje, mesmo que se viva num processo de constante aprimoramento tecnológico, a estrutura do mercado oligopólico, com forte controle privado dos meios de comuni-



cação, demora a se alterar. Ao contrário disso, vive-se um momento de cada vez maior concentração. A internet diminuiu a quantidade de pessoas que assistem TV, mas não gerou a troca de tipos de conteúdos vistos, assim como, mantém a concentração em poucos grupos.

O caso aqui em análise, o CMI-Brasil, mostra a importância em se aproveitar os poucos espaços disponibilizados, mas também a necessidade de ir além da produção alternativa contra-hegemônica como uma forma de disponibilização da fala de quem protesta. Porém, dados os problemas de acesso à web e o costume em se ver e produzir de acordo com a formação dada pelos grandes grupos de comunicação, precisa-se avançar nos objetivos. Algo que passados dois anos da primeira versão deste artigo parece ter ocorrido, ainda que longe da versão ideal, como mostram os protestos no Brasil e as manifestações em outras partes do mundo.

Dadas as condições materiais, de forte concentração midiática, e com o processo liberalizante de junções econômicas e controle de commodities, dentre as quais a própria comunicação, faz-se necessário continuar a lutar por uma efetiva regulação midiática, voltada ao interesse público.

Na mídia recaem pressões políticas, dos grupos econômicos e, ainda que em menor grau, da sociedade. Em todos os processos de regulamentação os grupos organizados da sociedade, que não estão em disputa no mercado, acabam relegados ao segundo plano, com participação mais por insistência que para ocupar um espaço oferecido.

Deve-se pensar num marco regulamentar que se dê de maneira amplamente debatida, planejada e construída, com a coerência de se atender os interesses da população, seguindo um percurso para que o direito à comunicação seja tornado efetivo, com a redefinição das regras do jogo, até então dominadas pelos meios massivos privados.

Enquanto isso não ocorre, é necessário aprimorar as maneiras de produção de conteúdo alternativo contra-hegemônico. Utilizando por base o lema do CMI-Brasil, “Odeia a mídia? Seja a mídia!”, destaca-se a importância de produção de informação pelos movimentos sociais para além de respostas aos grandes conglomerados de comunicação, cujos interesses são claros.

Desta forma, como afirmam Carraro e Sampaio (2009: 1), percebe-se, e defende-se aqui, a necessidade de que a propalada “revolução tecnológica” possa significar muita mais que “inovações sobre os métodos de produção e consumo”; que a luta organizada pela emancipação humana possa romper a fronteira virtual e se materialize na dimensão política.



Referências bibliográficas

- **Bolaño, C. R. S.** (2000) Indústria Cultural, Informação e Capitalismo. Hucitec/Polis: São Paulo.
- **Brasil, Constituição** (1988) Constituição da República Federativa do Brasil (2011). 34º ed. Edições Câmara: Brasília.
- **Brittos, V. C.** (2010) Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. En _____ (Ed.), Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Brasil e Moçambique, 17-30. Annablume: São Paulo.
- **Carraro, D., & Sampaio, S. S.** (2009) A arte da resistência: mídia independente e luta anticapitalista. NEPE: Florianópolis. Recuperado de <http://www.nepe.ufsc.br/controle/artigos/artigo92.pdf>.
- **Centro de Mídia Independente do Brasil.** (2013) Política Editorial do CMI Brasil. Recuperado de <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/policy.shtml>.
- **Centro de Mídia Independente do Brasil** (2011b) Anticapitalismo. Recuperado de <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/anticapitalismo.shtml>.
- **Centro de Mídia Independente do Brasil** (2011a) Política Editorial do CMI Brasil. Recuperado de <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/policy.shtml>.
- **Prudencio, K., Silva, C. M. da, & Sartori, L.** (2008) Ativismo e Política no Jornalismo nos Centros de Mídia Independente do Brasil. En Encontro nacional de história da mídia, 6, Niterói-RJ. Anais. Rede Alcar: Porto Alegre.
- **Rey, G.** (2003) Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación. La Tribu: Buenos Aires.
- **Rigitano, M. E. C.** (2003) Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. Labcom: Covilhã. Recuperado de <http://bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>.
- **Segura, M. S.** (janeiro/dezembro 2014) Desintermediación y participación. Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos. En La Trama de la Comunicación, N° 18. UNR: Rosario. Recuperado de <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/issue/current>
- **Segura, M. S.** (2009) Observatorios y Veedurías de Medios: Nuevos fundamentos y prácticas para la democratización de las comunicaciones. En Textos y Contextos. Revista de la Facultad de Comunicación Social, "Investigación de la Comunicación", N° 9, 105-122.
- **Silva, D. M. de L.** (janeiro-junho 2008) Globalização, comunicação e democracia: dos conglomerados ao ativismo de mídia. En Logos 28, Vol. 15, N° 1, 124-131.

Una cooperativa de TV merlina en el Programa Polos Audiovisuales

• *Mariela Quiroga Gil*

• *Licenciada en Comunicación Social y magister en Economía y Administración. Docente investigadora de la carrera de Periodismo e integrante del PROICO "Comunicación y Ciudadanía: actores, prácticas y sentidos" de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina. Correo electrónico: mquirogagil@unsl.edu.ar*



La única asociación civil sin fines de lucro de televisión de la provincia de San Luis que integra el Programa Polos Audiovisuales Nodo San Luis es la Cooperativa Telefónica, de Obras y Servicios Públicos (OSP) y de Crédito Merlo Limitada, ubicada en el noreste provincial en Merlo en el valle del Conlara. Si bien el Nodo San Luis cuenta con tres cooperativas en su conformación, las otras dos son una cooperativa de trabajo conformada por periodistas y una cooperativa de producción de contenidos. A diferencia de estas últimas que se conformaron luego de la entrada en vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2010 durante las primeras reuniones del Nodo San Luis, sólo la Cooperativa Merlo es más antigua y data de 1969.

Analizamos aquí las principales características de Canal 2 Merlo TV de la Cooperativa Telefónica, OSP y de Crédito Merlo Limitada, su trayectoria, sus prácticas y su rol dentro del Nodo San Luis.

Washington Uranga (2007) propone que las prácticas sociales son, desde lo comunicacional, "prácticas de enunciación" que se van construyendo a través de las narraciones y mediante el desarrollo de habilidades y técnicas expresivas, un discurso que es entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de una comunidad. Complementariamente, las prácticas sociales son también los no dicho, las estrategias de silencio, las resistencias. Todas ellas, las enunciadas y las que no lo son, se dan en un marco de condiciones de posibilidad que le dan encuadres y marcos de referencia. En tanto, Jesús Martín Barbero (1987: 79) sostiene que "en la redefinición de la cultura es clave la comprensión de su naturaleza comunicativa, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por tanto en el que el receptor no es un mero decodificador (...) sino un productor también".



Las nuevas políticas de comunicación

En abril de 2010 Argentina implementó el Sistema Brasileño de Televisión Digital Terrestre (SBTVD-TB) a través del Decreto 1148/09. Esta norma garantiza la aplicación de la nueva tecnología televisiva en todo el territorio nacional, además de permitir la recepción portátil y móvil de la señal transmitida. Al respecto, el Gobierno Nacional entiende que el acceso a las nuevas tecnologías, a la información y a las comunicaciones es un derecho universal¹. Por ello, establece que la TV Digital Abierta (TDA) es una política pública de inclusión que se propone garantizar el acceso universal a la televisión de aire de modo gratuito. Hoy ya funcionan más de 68 Estaciones Digitales de Transmisión en el territorio nacional. La TV Digital Satelital (TDS) tiene como objetivo alcanzar aquellas zonas de todo el territorio nacional que, por sus condiciones geográficas y/o de baja densidad poblacional, se encuentran fuera del área de cobertura de la TV Digital Terrestre (TDT). El plan incluye la instalación de antenas satelitales en escuelas rurales, semi-rurales, de frontera y parajes rurales de todo el país, permitiendo a todos los ciudadanos el acceso igualitario a la TDA, la información y las nuevas tecnologías, logrando así fortalecer la democratización del acceso a las comunicaciones.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) 26.522, sancionada el 9 de octubre de 2009, reemplazó a la Ley de Radiodifusión 22.285 de 1980, dictada durante el autodenominado Proceso de Reorganización Nacional. Esa Ley de Radiodifusión se encontraba desactualizada en muchos aspectos, como por ejemplo en los avances tecnológicos y la libertad de expresión que se encontraba limitada por “necesidades de seguridad nacional” aducidas por la dictadura militar. En tanto, la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual establece

la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. (Ley 26.522, art. 1)

A partir de la sanción de la Ley 26.522, se conforman los Nodos Audiovisuales Tecnológicos (NAT). Estos Nodos se encuentran dentro de una organización que los nuclea denominada Polos Audiovisuales Tecnológicos (PAT), supervisados y regulados por el Subprograma para el Desarrollo de los Polos Tecnológicos del Consejo Asesor de la TV Digital. El Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos forma parte integral de una de las líneas llevadas a cabo por el Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Abierta, dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversiones Públicas y Servicios. Mientras que la aplicación de la ley está en la órbita de la Autoridad Federal Servicio de Comunicación Audiovisual (AFSCA), organismo descentralizado del Ejecutivo Nacional.

El accionar del Programa Polos está estrechamente ligado al Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), un espacio federal de intercambio audio-

1- Recuperado de: http://www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.html



visual, que busca, organiza, digitaliza y socializa los contenidos audiovisuales que reflejan la diversidad cultural, democratizando el acceso a los contenidos de todo el país. Los miembros del Programa Polos -productores independientes de todas las provincias, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales, culturales y señales que cuenten con producciones propias- pueden ceder sus contenidos de manera gratuita al BACUA para ser distribuidos a los canales de televisión de todo el país. El Programa Polos, entre sus objetivos, busca

fortalecer las capacidades para la producción nacional de contenidos para la TV Digital, promoviendo la igualdad de oportunidades y la disminución de asimetrías entre provincias y regiones". A partir de esta declaración de objetivos de trabajo, intenta dar respuesta a la necesidad de crear nuevos conglomerados productivos para la promoción y defensa de la industria audiovisual nacional. (Ley 26.522, art. 153)

El esquema de trabajo del Programa Polos se establece en nueve regiones del país denominadas Polos. Estos Polos constituyen un sistema federal en red a partir de las universidades nacionales, donde se nuclean a los actores del sector audiovisual televisivo de cada comunidad para conformar Nodos. Los Nodos Audiovisuales son sistemas productivos locales integrados por cooperativas, organizaciones sociales afines al sector audiovisual, pyme, productores independientes, televisoras y organismos públicos locales. En los Nodos, tanto las universidades nacionales y los actores audiovisuales del medio local trabajan juntos para desarrollar y consolidar la producción televisiva de las distintas regiones de Argentina.

Los Polos tienen como misión crear condiciones para la producción de contenidos audiovisuales, a través de cuatro ejes de trabajo: equipamiento, capacitación, investigación y desarrollo y plan piloto de testeo. Cada Polo está conformado en el país con el siguiente agrupamiento geográfico:



POLOS	PROVINCIAS QUE LO INTEGRAN	UNIVERSIDAD CABECERA
CENTRO	Córdoba, San Luis y La Pampa	Universidad Nacional de Villa María.
CUYO	San Juan, Mendoza y La Rioja	Universidad Nacional de Cuyo
LITORAL	Entre Ríos y Santa Fe	Universidad Nacional de Entre Ríos
NEA	Misiones, Formosa, Chaco y Corrientes	Universidad Nacional de Misiones
NOA	Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca	Universidades Nacionales de Jujuy y Tucumán.
METROPOLITANO	Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense	IUNA y la Universidad Nacional de Tres de Febrero.
PATAGONIA NORTE	Neuquén y Río Negro	Universidades Nacionales de Río Negro y Comahue.
PATAGONIA SUR	Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego	Universidades Nacionales Patagonia Austral y San Juan Bosco.
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	Localidades de la Provincia de Buenos Aires	Universidad Nacional del Centro

Cuadro Nº 1: Los Polos Tecnológicos en el País (elaboración propia).



La Universidad Nacional de San Luis (UNSL) integra el Nodo Centro junto a las universidades nacionales de Córdoba, La Pampa y Villa María. Todas las acciones que lleva adelante el Polo Centro están enmarcadas en el Reglamento General del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales del SATVD-T (Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre).

El Reglamento indica que propiciará a los Nodos para que “se instituyan como unidades productivas tendiendo a conseguir su autosustentabilidad en el mercado de trabajo y servicios audiovisuales, actuando con el objeto de democratizar los medios de producción y poniendo en valor los recursos humanos y materiales locales”. Establece también que una universidad nacional local será “responsable de la coordinación administrativa de cada Nodo, en el que participarán distintos actores del ámbito audiovisual, tales como institutos especializados, instituciones públicas, asociaciones civiles sin fines de lucro y pyme audiovisuales” (Capítulo I, ítem 5.5 del Reglamento). Estos actores sociales comienzan a participar del NODO a partir de la suscripción del Acuerdo de Adhesión y si cumplen el Reglamento de funcionamiento del Programa Polos.

El Nodo San Luis está integrado por:

Nombre de la Organización	Actividad
Q Productora	Productora de contenidos Villa Mercedes
GE Comunicación Integrada y Contenidos	Productora de contenidos Villa Mercedes
Fundación La Macacha Güemes	Fundación social
Cooperativa 7 de junio	Cooperativa periodistas
Asociación Guionistas Nuevas Líneas	Producción de guiones de tv y cine
No- FX	Productora de contenidos
Colegio N° 9	Producción de contenidos. Multimedia. Estudio tv
Asociación Cinematográfica San Luis	Producción de contenidos
Asociación De Turismo y Recreación	Productos turísticos



Cooperativa Vertiente Creativa	Producción de contenidos
UNSL Carrera Ing. Electrónica	Investigación
UNSL Carrera Lic. En Cs. de la Computación	Investigación
UNSL Carrera Telecomunicaciones	Investigación
UNSL Carrera Redes de Computadoras	Investigación
UNSL Carrera Lic. en Com. Social	Producción
UNSL Carrera Lic. en Producción TV	Producción
UNSL Carrera Lic. en Periodismo	Producción
UNSL Carrera Locutor Nacional	Producción
UNSL Carrera Periodista Universitario	Producción
UNSL Carrera Producción Musical	Producción de música original
UNSL Carrera Fotografía	Fotografía.
De todo un poco	Productora de contenidos - Tilisarao
Antorcha Grupo Creativo	Productora de contenidos
Canal 2 Merlo TV	Cooperativa- Merlo

Cuadro Nº 2: Integrantes del Nodo San Luis (elaboración propia).



La Cooperativa Merlo y Canal 2 Merlo TV

En la actualidad, Argentina posee más de 20 mil cooperativas de diferentes tipos: agropecuarias, de vivienda, de consumo, de crédito, de provisión, de servicios públicos, de trabajo, etc. La Ley Nacional N° 20.337/1973 rige el funcionamiento de las cooperativas a través de organismo estatal de control el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES).

En la provincia de San Luis existen 78 cooperativas, de las cuales sólo una provee servicio de televisión. En el departamento de Junín, al Noreste de la provincia, en las localidades de Concarán y Santa Rosa del Conlara, desarrollan su actividad otras cuatro cooperativas de agua, telefonía, obras y otros servicios públicos además de la Cooperativa de Telefonía, Obras y Servicios Públicos de Merlo que brinda el servicio de televisión.

“Las cooperativas de servicios públicos funcionan en los mismos mercados en que operan las otras empresas y enfrentan las mismas presiones competitivas, al menos por comparación”, indica Mario Elgue de la Fundación CIESCO -Centro de Investigaciones de Economía Social-. Por lo tanto, tienen que ser tan eficientes y rentables como las demás empresas privadas convencionales. Sin embargo, aunque haya algunas metodologías y técnicas gerenciales comunes a todo tipo de empresas,

la diferencia radica en los valores y propósitos hacia los que se dirigen esas metodologías Tienen una forma diferente de organización y de toma de decisiones y una forma particular de distribución de los resultados. Es decir, exponen diferencias significativas en su gestión, en la forma de relacionarse con sus miembros y en la función de servicios que maximiza. (Elgue, 2006: 46).

En la Argentina, las cooperativas de obras y servicios públicas se han caracterizado por su multi-actividad. Por sumar a su actividad principal -la telefonía, la electricidad, el agua- otras iniciativas, generalmente denominadas “servicios sociales” -sepelios, ambulancia, viviendas, provisión de insumos varios, etcétera-. Algunas pocas, además, han incorporado el servicio de televisión como es el caso de la Cooperativa de Telefonía, Obras y Servicios Públicos.

La historia de la Cooperativa de Telefonía, Obras y Servicios Públicos se remonta al 20 de junio de 1969, cuando los vecinos de la localidad de Merlo lograron la instalación de la primera línea telefónica. Ese paso se logró gracias al impulso de un movimiento social constituido a partir de la necesidad de comunicarse telefónicamente con otras localidades, ciudades y provincias. La prestación del servicio básico telefónico era una imperiosa necesidad para los pobladores de la Villa de Merlo y sus alrededores, dado que la empresa estatal (ENTEL) no daba las respuestas que esperaban.

El 7 de julio de 1969 quedó constituido el Primer Consejo de Administración, integrado por los asociados Dalmiro Agüero, Arístides Bratti, Rvdo. Padre Sebastián Kirsch, Ricardo Ledesma, Dr. Luis González Volonté, Juan Carlos Ortega, Luis P. Neri, Julio Fal-



co, Natalio Davicino, Juan Piantanida, Hugo Alaníz, Alejandro Almena, Julio Fernández, Rvdo. Padre Pablo Gwosc y Arrigo Polidori. Actualmente, la cooperativa cuenta con 7 mil líneas telefónicas y brinda siete servicios diferentes: telefonía alámbrica e inalámbrica, Internet banda ancha y WiFi, televisión por cable analógica y, próximamente, digital (SD y HD), sepelio, gas envasado, GNC y turismo.

Además, la cooperativa fomenta la integración, promueve la educación y capacitación, despliega la difusión cooperativa y trabaja por la defensa y el desarrollo no sólo de todos los ciudadanos de Merlo sino de todos los vecinos de las zonas aledañas.

No menos importante ha sido a lo largo de estos años la función social que la Cooperativa ha cumplido con instituciones como el Centro de Educación Especial MIRLO, Alas de vida, Juvennat, la Guardería Materno-infantil Municipal, Centro Polivalente de Arte, Sala Palmira Scrossopi y otras más, a las cuales, no solamente se les brinda ayuda económica mensual para solventar los gastos, sino que en varias oportunidades se han efectuado donaciones. (Mauro E, 2013²)

En ese marco, Canal 2 Merlo TV se fundó originariamente en 1998 bajo otro nombre. Por ese entonces la señal local casi no existía, funcionaba con escasas producciones de terceros. El dueño de la licencia entregó la administración y el usufructo de la señal a otro. Pero esta tercerización duró poco y el canal estuvo cerrado y sin emitir durante dos años por problemas organizativos. Después, el canal fue refundado bajo el nombre de Crear TV el 2 de julio de 2004 por iniciativa de la Cooperativa. En 2005, la cooperativa decidió reiniciar las transmisiones contratando a doce personas (entre técnicos y periodistas) para que llevaran adelante el proyecto de re-impulsar la señal. El 9 de junio de 2011, a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se oficializa el traspaso de esta licencia privada a la cooperativa y así surge Canal 2 Merlo TV.

En la actualidad, Canal 2 Merlo TV cuenta con seis trabajadores y un presupuesto mensual de unos 70 mil pesos. Tiene una programación de 6 horas diarias, con producciones locales propias, locales de terceros y provinciales. También posee cinco producciones propias, de las cuales tres son en vivo y dos enlatadas. Cuenta con cuatro mil abonados y abarca -a través cable coaxial y fibra óptica- a Merlo y Carpintería. Estas localidades tienen aproximadamente una población total de 30 mil habitantes. Además, Merlo Cable Color posee 49 señales, dos de ellas locales: Canal 2 Merlo TV y Canal 46 de clasificados que es uno de los 7 servicios que posee la cooperativa.

Merlo TV es el único canal de cable de la región del valle del Conlara, en el departamento Junín. Su principal competencia periodística e informativa es por share con radios y páginas web. De acuerdo a relevamientos propios de la cooperativa, compite por la información con la web en un 74 por ciento, con radios en un 10,8 por ciento, con la TV en 10,6 por ciento y con los medios gráficos en un 4,6 por ciento.

La comunidad de Merlo, a partir de la LSCA, cuenta con cuatro alternativas para el consumo televisivo: Canal 13 San Luis de televisión abierta que es el medio oficial de la provincia³, el Canal 2 de Merlo de cable, Direct TV y Televisión Digital Abierta. Pero

2- Entrevista realizada a María Inés Mauro, gerente de Canal 2 Merlo TV, en 2013 por la autora para este trabajo.

3- Canal 13 San Luis es una transmisión abierta que llega a los distintos puntos del territorio sanluiseño, a través de una red de repetidoras, con programación propia en las cuales predominan noticias vinculadas a la ciudad capitalina.



sólo el Canal 2 ofrece programación periodística y de ficción de producción local, lo cual constituye su principal ventaja competitiva entre sus pares y para los 20 mil habitantes merlinos.

Merlo TV posee la licencia otorgada por el AFSCA, organismo estatal que tiene la función de aplicar y controlar el cumplimiento de la ley. También es marca registrada en RNMS (Road Network Management System) en 2010 con logo y nombre propio. Por otro lado, tiene un registro de las producciones artísticas, del pitching y los convenios de emisión, y están diseñando un Manual de Estilo.

Tiene una grilla de 12 programas que son informativos, deportivos, culturales, turísticos, documentales, infantiles y de entrevistas. La emisión es de lunes a viernes de 11 a 15 y de 20 a 23:30. Ninguna de las producciones paga el espacio, pero se tiene en cuenta la calidad. La inclusión en la grilla se realiza mediante convenio anual con la productora más *pitching* y *demo*⁴. En el *pitching* se desarrolla la idea o el contenido del programa en base a la ficha técnica que contiene: el título del programa, la descripción y el formato, el público al que va destinado, la producción general, el guión e idea original, la duración y los medios de contacto.

El convenio de emisión está basado en antecedentes de España y EEUU. Detalla los datos legales y generales de las partes, las características de la producción (duración, bloques etc.), el tiempo destinado a la publicidad (según LSCA), las prohibiciones (alcohol, drogas, violencia infantil o de género, protección al menor) y los créditos, derechos, utilización de imágenes, etc.

Producciones, trabajo y gestión

El Consejo de Administración de la Cooperativa nunca definió formalmente el proyecto institucional y de contenidos para la señal. Nunca hubo de parte de ese Consejo -que renueva la totalidad de sus miembros en asamblea una vez al año- una concepción concreta del canal como medio de comunicación. Se lo veía más como una oficina inserta en la estructura general de la cooperativa.

Esto es afirmado por María Inés Mauro (E, 2013), quien representa a la organización en el Nodo San Luis. No obstante, según ella:

Pretendemos desarrollar una pantalla inclusiva con fuerte presencia de hechos sociales y culturales, y con una cobertura total, es decir, con todos los hechos y todos los protagonistas. Fomentamos la libertad de expresión y la responsabilidad social. Por eso promocionamos y difundimos valores cooperativos como la solidaridad o la equidad.

Los trabajadores de este canal de cable hacen esto en consonancia con la concepción de una cooperativa como una asociación autónoma de personas que se han unido

4- Demos o versiones demo son prototipos, versiones incompletas o de evaluación de un determinado programa con el fin de mostrar la idea de funcionamiento y demostrar sus funcionalidades. Se utilizan para que los usuarios o potenciales clientes puedan probar el material audiovisual antes de comenzar a utilizarlo en un ambiente real.



voluntariamente para formar una organización democrática. Por eso, la gestión de una cooperativa debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios en el estatuto del consejo de la administración. Su intención es hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes de todos sus socios mediante esta empresa social.

Por eso, si bien los trabajadores del canal de cable realizaban producciones sin una clara idea del qué y cómo, no perdieron de vista que trabajaban para una empresa social. Los contenidos reflejaron ese concepto y siempre hubo de parte de los trabajadores la intención de reflejar en la pantalla el sentir de la comunidad, a sus personajes y realizadores.

Dentro de las producciones locales en vivo de Canal 2 Merlo TV se encuentra el noticiero Panorama Central, que tiene dos emisiones diarias más las repeticiones. También está Cita Directa que es un programa de entrevistas. Y, por último, el Sorteo Mensual de Bomberos. Dentro de los enlatados, cuenta con un micro informativo de la cooperativa y los especiales de Merlo TV.

La cooperativa como organización nunca definió el rol del medio ni tuvo la capacidad de contextualizar la importancia y peso que tiene en la comunidad. Es el único canal de cable de la zona, es el medio más visto y escuchado y en las últimas encuestas realizadas por las campañas políticas figura como el medio más creíble de la región. Sin embargo, estos pequeños logros han sido fruto, no de una planificación específica de la cooperativa, sino del esfuerzo colectivo de las seis personas que integramos el medio y lo hacemos funcionar a diario. Y dichos logros no han sido casualidad, son parte del contacto diario que tenemos con la gente que nos alienta y exige en igual proporción. El feedback con el público es permanente, estamos 'cerca y siempre' y por ello nos eligen.

No ha sido fácil coincidir en el rumbo que queremos imprimirle al canal. De hecho, se trabaja casi a diario con reuniones de producción donde la opinión de los seis cuenta al momento de tomar decisiones. Más allá de los productos locales que realizamos (informativo, micros institucionales, programas de entrevistas y políticos), el canal tiene una fuerte relación con muchas instituciones de la ciudad y provincia, lazos construidos con esfuerzo durante años. Instituciones que colaboran con el medio y con las que el medio colabora de forma permanente, difundiendo actividades de todo tipo, de manera gratuita. Estas son, por ejemplo, UNSL, bomberos voluntarios, hospital, policía, grupos de teatro, música, clubes deportivos, cultos e iglesias, agrupaciones gauchas, instituciones educativas, etc. (Mauro E, 2013).

En referencia al vínculo entre la organización y estas otras entidades sociales de la localidad, Mauro (E, 2013) indica:

La relación con cada una de las instituciones, organizaciones sociales locales nos fortalece y obliga a tener una mirada amplia y de inclusión permanente con cada



uno de los miembros de la comunidad, sean personas físicas o instituciones. Sin dudas a la cooperativa le favorece este posicionamiento del medio en la comunidad, ya que pertenecemos a ella; sin embargo, poco y nada hacen desde la cúpula para apoyar o fomentar estos vínculos. (...) Si debo ser honesta, es difícil mantener el rumbo de incluir a todos en la pantalla cuando desde el Consejo de Administración se hacen intentos permanentes -sobre todo en años políticos- por direccionar discursos y bajar línea. Sin embargo, esta fortaleza que conseguimos hacia el interior del grupo de trabajo y con las instituciones y personas del afuera, hace posible que podamos seguir adelante y que estas prácticas poco éticas de algunos consejeros no hagan mella en nuestra tarea diaria, aunque muchas veces sí en nuestros espíritus.

Como en cualquier organización, los empleados de las cooperativas deben estar satisfechos, bien capacitados y tener buenas condiciones de trabajo. Necesitan, además, ser una fuente constante de innovación, ideas y proyectos. “Sin dudas lo más valioso del medio es su personal, el recurso humano que tiene orígenes variados desde lo profesional, pero que logró una simbiosis importante al momento de trabajar. Nos auto exigimos”, asegura Mauro (E, 2013). Mauro (E, 2013) contó que “en 2009, todos los trabajadores del canal pasan a planta permanente lo que significó un salto en la estabilidad laboral (...) sin embargo, continuaron sin definir el rol y prácticas del medio”.

En la cooperativa de provisión de obras y servicios públicos no sólo “se debe servir al cliente” sino que es deseable reconocerlo en su integridad. El cliente debe ser considerado, al mismo tiempo, asociado, consumidor y ciudadano e, incluso, empleado y empresario. Mauro (E, 2013) indicó que prima en la cooperativa “mantener el carácter social del medio siempre, es nuestra premisa básica, entendiendo y asumiendo la responsabilidad que implica gerenciar un medio de comunicación. Traducido a la práctica es, más allá de cumplir lo exigido por la ley en todo su amplio sentido, darle pantalla a todos, dado que la pantalla es de los socios”.

Desde la Fundación CIESCO, Mario Elgue deja por sentado que “las técnicas de gestión no son neutras: responden a una ideología, a un objetivo, a una intención, casi siempre implícita” (2006: 46). Por lo que insta a encontrar otros instrumentos y procedimientos para atender a la particularidad cooperativa. En una cooperativa, conceptos como los de productividad, eficiencia, competitividad no deben abordarse solamente desde la medición de los resultados convencionales sino insertarlos en los valores y principios buscando el compromiso y la participación de todos los miembros.

Por lo expresado, es fundamental que el Consejo de Administración, como máximo órgano de conducción de la cooperativa, acuerde criterios para el funcionamiento del servicio de televisión acorde con consumidores globales que exigen estructuras transparentes, democráticas y equitativas, guiadas estratégicamente por valores y principios. Sabemos que la actividad del Consejo de Administración y la delegación instrumental, en los niveles gerenciales, abarca y resume todas las facultades de ejecución de la cooperativa.



El canal siempre fue visto, desde el Consejo de Administración, como una oficina-servicio que da pérdidas en los balances y, ante esta situación, no han sido pocas las intenciones de cerrarlo en los últimos cinco años. “Solo la lucha de quienes trabajamos en el medio, entendiéndolo como un servicio y sin perder de vista el hecho de que pertenece a todos los socios, ha hecho posible que sigamos en el aire”, expresa Mauro (E, 2013).

Ante la conformación del Nodo San Luis, Merlo TV, un canal sin fines de lucro de impronta cooperativista, decide integrar el Nodo y comienza a participar de las reuniones plenarias y de todas actividades programadas. Es intención del canal concretar efectivamente la difusión de todos los productos televisivos que generen los integrantes del Nodo, incluyendo estos programas en su grilla de programación. Asimismo, está abierto a la incorporación de otros contenidos del BACUA.

Para el Canal 2 Merlo TV, la participación a través del Nodo San Luis y de la inclusión dentro de su grilla de programación de productos audiovisuales generados en el mismo Nodo o bien de otros depositados en el BACUA, le permitirá continuar y mejorar el servicio audiovisual a los vecinos de Merlo y zona de influencia. A la vez, hará efectivo el objetivo planteado en estos Nodos: democratizar los medios de producción y poner en valor los recursos humanos y materiales locales.

Síntesis

Para la Cooperativa de Merlo, su integración al Nodo Audiovisual Tecnológico Centro constituye una oportunidad para incorporar nuevos contenidos de producciones locales en la grilla de programación. Este acceso a una oferta variada de manera gratuita, contribuirá al equilibrio financiero de la empresa cooperativa. De esta manera, podrá ofrecer nuevas alternativas en la programación a sus asociados sin incrementar los gastos.

A partir del otorgamiento de la licencia por parte del AFSCA, el Canal 2 de Merlo es el único de la provincia de San Luis que pertenece a una cooperativa, según el Mapa de Medios de la Provincia de San Luis, relevamiento realizado por nuestro equipo de investigación en 2011. Por lo tanto, también es el único canal de televisión cooperativa que integra el Nodo Audiovisual Tecnológico que coordina la Universidad Nacional de San Luis.

La posibilidad de regularizar la situación de la titularidad del Canal 2 por parte de la cooperativa ha propiciado la definición de nuevos criterios de programación, dando así respuesta a las demandas insatisfechas de sus miembros. Esta situación es clave para la cooperativa para demostrar a sus miembros hasta qué punto la cooperativa es eficaz y eficiente en actuar como agente de sus intereses. Sabido es que la relación con los asociados es diferente y más amplia que las que se establecen con inversores, debido a que los asociados son una fuente no sólo de capital y control, sino también de ventas y de uso de los servicios de la entidad.



Referencias Bibliográficas

- **Barbero, J. M.** (1987) De los medios a las mediaciones. Gustavo Gili: Barcelona.
- **Centeno, M., Quiroga Gil, M. & otros** (2011) Mapa de Medios de la provincia de San Luis. San Luis, Argentina.
- **Elgue, M.** (2006) Más allá de “lo económico” y “lo social”. Corregidor: Buenos Aires.
- **Quiroga Gil, M.** (2013) Agenda periodística televisiva en San Luis, San Luis.
- **Uranga, W.** (2007) Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de: <http://catedrab-dcv.wikispaces.com/file/view/mirar-desde-la-comunicacion.pdf>

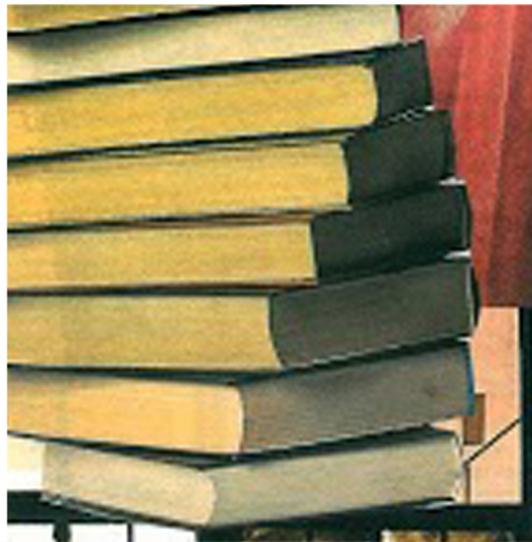
Documentos Consultados

- **Senado y Cámara de Diputados de la Nación** (octubre 2009). Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. Recuperado de: <http://www.afsca.gob.ar/web/ley26.522.pdf><http://www.afsca.gob.ar/web/ley26522.pdf>
- **Televisión Digital Abierta. Programa Polos.** Los Nodos: Funcionamiento y Objetivos. Recuperado de: http://www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.htmlhttp://www.tda.gob.ar/contenidos/programa_polos_audiovisuales.html
- **Poder Ejecutivo de la Nación Argentina** (agosto 2009) Decreto de Creación de la Televisión Digital Terrestre 1.148. Buenos Aires. Recuperado de: http://www.cnc.gov.ar/normativa/Dec1148_09.pdf



Medios públicos, acceso y participación

Parte





Projetos comunicacionais e democratização dos meios na América Latina A experiência do sistema multimidiático TeleSUR¹

• **Tabita Strassburger**

• Graduada em Comunicação Social–Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria e mestre em Ciências da Comunicação. Professora do curso de Comunicação Social–Jornalismo da Universidade Federal do Pampa e integrante do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais: epistemologia, midiáticação, mediações e recepção (PROCESSOCOM) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Brasil. Correio eletrônico: tabita.strassburger@gmail.com

Para refletir sobre a problemática da democratização é necessário considerar a importância das comunicações, de modo especial pelo contexto vivenciado atualmente com os meios assumindo papel central nas sociedades midiaticizadas. Importa enfatizar sua atuação como articuladores, pautando certas temáticas e colocando determinadas representações, contudo, não são os únicos responsáveis agindo nesses cenários. Os meios são instituições nucleares das lutas simbólicas, porém, não são determinantes, nesses processos em que participam também família, trabalho, escola, grupos de amigos, igreja, movimentos sociais, organizações de bairro, universidade, entre outros².

Com relação à democratização das comunicações, Segura (2010) elucida tratar-se de uma preocupação histórica nos estudos de comunicação e práticas na América Latina, e afirma que se deve pensá-la como um processo com diferentes níveis. Além disso, para Mastrini e de Charras, “la lucha sigue siendo política, se basa en una disputa en torno a recursos económicos y simbólicos, y es cada vez más necesario volver a plantear la necesidad de democratizar los recursos comunicacionales de la sociedad” (2005: 217).

Enquanto lugar de busca pelo poder, cabe refletir sobre os modos de produção dos discursos comunicativos e os agentes que participam dessas elaborações. Nesses espaços se travam disputas simbólicas (geralmente desiguais) pelo espaço de fala e manifestação e, ainda, pelo acesso às regras do jogo, um controle que possibilitaria determinadas mudanças em tais disposições ou mesmo a manutenção de normativas e práticas estabelecidas ao longo dos anos³. Também nesse âmbito os meios têm função importante, pois fazem circular determinados discursos e posturas acerca dos processos democratizantes.

De acordo com Rey, a comunicação seria

un campo especialmente tensionado de intereses, un ámbito en que se producen colisiones semejantes a las que se viven en otras áreas de la sociedad (en la eco-

1- O texto apresenta problematizações estabelecidas no período de elaboração da pesquisa e da dissertação “América Latina e Cidadania Comunicativa: as inter-relações entre sujeitos comunicantes e o portal TeleSUR” (Strassburger, 2012).

2- Tais perspectivas são teorizadas por autores como Huergo (1995), Rey (2003), Mata (2006) e Mata & outros (2009).

3- As reflexões podem ser encontradas e ampliadas com Garretón (1995), Huergo (1995) e Rey (2003).



nomía o en la circulación de conocimientos) entre la diversidad y la concentración, la democratización o el predominio hegemónico, lo local y lo global, la exclusión o la participación. (2003: 2)

Todavía, a sociedade civil tem assumido cada vez mais uma posição de destaque nesse espaço de tensões, através de instâncias como, por exemplo, os observatórios⁴ que monitoram as atividades dos meios, criticando e questionando suas tomadas de decisão. A maneira como ocorrem essas organizações assinala a imprescindibilidade de levar em conta os movimentos de contextualização para compreender as dinâmicas de produção e circulação informativa, bem como os contornos e nuances que se estabelecem nesse jogo simbólico, e os atores que o conformam e articulam.

Assinalando aspectos do cenário comunicativo nos últimos anos, pensando seus modos de organização, temas colocados, grupos que participam nas discussões, dinâmicas que concentram a propriedade dos meios e/ou dificultam o acesso coletivo, foram criadas determinadas iniciativas e movimentos⁵. Tais perspectivas assumem características próprias e apontam questões daquilo que seriam contextos ideais para a democratização das comunicações, como a vinculação da comunicação com os direitos humanos (incluindo direito à comunicação, acesso e divulgação), com a vida social e com a cultura; o acesso ao conhecimento; os projetos que articulem os atores da sociedade civil; a comunicação como democracia inclusiva e participativa; os marcos regulatórios; o direito de vigiar os meios; as redes públicas de comunicação; o apoio a meios comunitários; a ampliação da internet; a comunicação pública (mesmo que a propriedade seja diversa), entre outros⁶.

Experiências e contextos comunicativos na América Latina

Apesar de diversas semelhanças quanto às iniciativas de democratização das comunicações, cada país latino-americano tem suas particularidades, relacionadas aos distintos atores que participam nessas dinâmicas sociais e à distribuição do poder de modo geral. Para Rey (2003), haveria uma crise relacionada aos modelos de construção da informação, ao jornalismo e aos meios no continente. Ao mesmo tempo em que são propostas novas legislações e projetos legais, a realidade midiática se concentra e as demandas da sociedade sobre a informação se mostram acentuadas.

Nessa direção, instaura-se a importância de considerar os cenários em que são produzidos os projetos comunicativos e as informações que os mesmos divulgam. Para tanto, com base em Segura (2010), busca-se elucidar a realidade dos meios de comunicação na América Latina, delineando um breve resgate dessas problemáticas e refletindo sobre o sistema multimidiático TeleSUR como uma possível tentativa de comunicação alternativa.

4- Rey (2003) desenvolve a experiência dos observatórios e veedurias dos meios de comunicação, aprofundando os aspectos do contexto latino-americano, especificamente Argentina, Brasil, Colômbia, Uruguai, Venezuela, Peru, Equador e Chile.

5- Campanha pelos Direitos da Comunicação na Sociedade da Informação (CRIS, conforme sigla em inglês), no ano de 2001; Fórum Mundial sobre o Direito à Comunicação, em 2003; Carta Pública Redes Latinoamerica, em 2004; Declaração da Sociedade Civil na Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI), em 2005.

6- Segundo Garretón (1995, 2006), Rey (2003), Mata (2006), Monje (2007), Mata e outros (2005, 2009), Segura (2010).



A autora explicita que as disputas por democratizar as comunicações na região passam por movimentos de reconfiguração, por exemplo, passando das teorias desenvolvimentistas do Pós-guerra e Guerra Fria, para a ampliação das noções de público a partir da observação da complexidade de tais sujeitos nos anos 1980. Em seguida, também o desenvolvimento informático e digital interfere de modo intenso nas formas de comunicação, colocando o caráter mercantil dessas concepções para uma “sociedade da informação”⁷ durante a década de 1990.

Com a chegada dos anos 2000, começam a ser superados pensamentos de valorização extrema da técnica e ilusão de revolução através da tecnologia. Tem espaço o sujeito cidadão na figura da sociedade civil. Conforme explica Segura, nesse novo milênio, a luta dos movimentos sociais pela democratização das comunicações ocorre estrategicamente em dois planos, por meio de “alianza con otras organizaciones que proponen la democratización de las relaciones sociales en diversos ámbitos [y] frente a los Estados, las organizaciones supranacionales y las empresas” (2010: 6).

O novo século retomou questões de democratização apresentadas anteriormente e que vinculavam a comunicação à mudança social (como as que se referiam ao Direito à Comunicação colocadas nas décadas de 1960 e 1970, no âmbito da Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação –NOMIC– e das propostas de políticas nacionais de comunicação). Entretanto, colocou desafios de outras dimensões, propondo novas ações, molduras e sujeitos, bem como, trazendo concepções distintas acerca do que seria o social, a política e a democracia.

Somado a isso, as últimas décadas viram a emergência de governos populares, a nova esquerda latino-americana, impulsionar movimentos em favor da ampliação do acesso às comunicações e de informações diversificadas. Essas dinâmicas aliadas à participação de organizações da sociedade civil resultaram em reformas legais em direção a políticas de comunicação que democratizam os sistemas midiáticos⁸, como a criação de projetos públicos e estatais⁹, distintos e semelhantes a TeleSUR. Tomando o caso específico do sistema multimidiático analisado, cabe trazer que a organização apresenta características de uma rede de comunicação, principalmente pela estrutura descentrada e atuação articulada em diferentes espaços geográficos.

Rey coloca alguns aspectos desse debate, como

las comprensiones sobre la libertad de expresión (que no son ya tan monolíticas ni tan unilaterales), las formas de competencia y los monopolios comunicativos, las relaciones entre institucionalidad democrática e información, las modalidades de propiedad de los medios, las reglas de juego de las empresas mediáticas, los sistemas de regulación y de control del poder los medios, la responsabilidad social de estos, entre otros temas. (2003: 3)

O autor aponta algumas críticas que colocam os meios de comunicação no centro das discussões e assinalam a crise vivenciada, por exemplo, devido a um modelo informativo endógeno, alheio às expectativas e demandas da sociedade, interessado em ou-

7- As informações detalhadas sobre essa dinâmica podem ser encontradas em Segura (2010).

8- Nesse sentido, são exemplos: Lei de Radiodifusão Comunitária no Uruguai em 2007; Direito à Comunicação no Equador em 2008; Direito à Comunicação na Bolívia em 2009; Lei de serviços e comunicação audiovisual na Argentina também em 2009; Lei Geral de Telecomunicações, Tecnologias de Informação e Comunicação, na Bolívia em 2011; e lei da TV por assinatura no Brasil também em 2011. Além dessas, pode-se mencionar as leis de telecomunicações da Venezuela e do Equador, ambas apresentam características democratizantes, ao mesmo tempo em que são criticadas e acusadas de centralizar o poder e ir contra a liberdade de expressão.

9- Sobre a criação de projetos estaduais no Brasil, veja o capítulo deste livro “TV Brasil e NBR. O caso brasileiro no processo de democratização dos meios de comunicação na América Latina” de Rafael Foleto.



tros setores do poder e enfrentando problemas de credibilidade e qualidade jornalística. Com relação à América Latina, de modo especial, afirma que se questionam aspectos referentes à pouca diversidade e concentração dos meios, pluralismo, elaboração das agendas, operações de distorção na construção informativa, invisibilidade de determinadas temáticas e atores, o distanciamento entre sociedade e meios, preocupações com a censura e autocensura, e ainda fatores relativos a questões trabalhistas dos profissionais do jornalismo.

Partindo dessa perspectiva e buscando de certa maneira aproximar as dinâmicas entre a produção e seus públicos, como cenários específicos de experiências comunitárias e cidadãos aparecem os observatórios e veedurias dos meios que, conforme elucidada Rey, seriam “metáforas recientes de procesos sociales y comunicativos fuertemente relacionados con movimientos de democratización de la sociedad, afirmaciones emancipatorias y confrontaciones frente a las variaciones que también van adoptando las maneras diversas en que se expresa el poder” (2003: 1).

Nessa direção, pode-se trazer a inferência de Monje, para quem “el derecho a la comunicación supone la necesidad de proteger a las personas que se comunican, así como garantizar que el espacio público de la comunicación, donde actúan instituciones como los medios, está abierto realmente a todos las personas y grupos sociales” (2007: 6). Observa-se que tais tentativas (assumindo também o sistema multimidiático TeleSUR), guardadas as proporções e os níveis de participação e acesso, pretendem ocupar esse lugar de fala e escuta que é um direito comunicacional, divulgando uma voz própria e manifestando suas necessidades nos mais variados âmbitos sociais.

O caso do sistema multimidiático TeleSUR

A TeleSUR é parte de um projeto mais amplo que surgiu durante o governo do ex-presidente venezuelano Hugo Chávez e busca aproximar os povos latino-americanos através de uma comunicação diferenciada que enfatize as informações da América Latina e valorize suas culturas. Talvez em virtude dos objetivos que possui e por ser um espaço recente de informação, as falas dos profissionais ligados ao projeto, bem como os materiais disponibilizados no portal web e em panfletos impressos com os quais se teve contato, costumam apresentar forte teor emocional e sentimental. Costumam aparecer tons de defesa e encantamento buscando, de certa maneira, legitimar, solidificar e difundir os ideais.

O objetivo de dar visibilidade às lutas sociais, aos conhecimentos populares e aos movimentos de identidade latino-americana, integrando para além de contratos e acordos, por meio de uma comunicação ajustada com as características e os interesses dos povos da região, também aponta para discursos entusiastas. Quando surgiu, buscando romper com o domínio de redes de comunicação presentes na América Latina, Fidel Castro afirmou que estava nascendo a CNN dos humildes. Somado a isso, o projeto de integração traz feições anti-imperialistas, propondo uma espécie de libertação midiática das matrizes estadunidenses.



Assim, organizando-se como um espaço comunicacional voltado à América Latina, e com o lema “Nuestro Norte es el Sur”, em 24 de julho de 2005 (dia em que se comemorava o aniversário de 222 anos de nascimento do líder Simon Bolívar), foram realizadas em Caracas as primeiras transmissões da emissora de televisão que se afirma multies-tatal. Seguindo princípios da Revolução Bolivariana¹⁰, Venezuela, Argentina, Cuba e Uruguai se uniram na criação de um sistema midiático direcionado a conteúdos majori-tariamente informativos, e focado na integração econômica, política e social da região. Em 2007, também Equador, Bolívia e Nicarágua se inseriram no grupo.

Ponderando sobre as configurações do sistema comunicativo, importa ressaltar que os ideários que culminaram no desenvolvimento da TeleSUR, em boa medida, vêm da emergência dos governos de esquerda¹¹ que assumiram os países latino-americanos na última década. Como expressão dessa vertente, teve-se governos em Brasil, Argentina, Paraguai, Bolívia, Nicarágua, Equador, Uruguai, Chile e Venezuela.

Ainda, os acontecimentos que envolveram o governo de Hugo Chávez e a grande mídia daquele país foram decisivos para a aceleração dos processos de criação e invest-imento em meios de comunicação estatal. Nesse sentido, destaca-se como ponto din-amizador dessa nova organização comunicacional na Venezuela o golpe de Estado¹², apoiado pelos meios comerciais hegemônicos e que fracassou em 2002, e a decisão de não renovar a concessão da RCTV (Rádio Caracas de Televisión) no ano de 2007.

Além disso, cabe referir ao aspecto internacional desse sistema midiático, tanto por sua configuração envolver distintos países, quanto pelo caráter de abrangência e penetração latino-americana. Em um contexto comunicacional, formado principal-mente por emissoras comerciais hegemônicas, carente de informações sobre a Amé-rica Latina, governos com posturas semelhantes, organizados por objetivos comuns, estruturam um espaço para transmissão das culturas, vivências e experiências dos povos da região.

Pensando as metas executáveis do sistema comunicativo, pode-se afirmar que o número de correspondentes e colaboradores vem sendo alargado¹³, assim como o sinal via satélite está em processo de ampliação. Em geral, a produção e a retrans-missão do conteúdo televisivo ocorrem por meio de acordos e convênios comunicacio-nais com colaboradores, produtores independentes, organizações sociais, emissoras de televisão (comunitárias, estatais, universitárias) e cadeias de telecomunicações.

Nesse sentido, TeleSUR busca ir contra a dinâmica apontada por Becerra e Mas-trini, na qual

la complementación del acceso desigual con la alta concentración en pocas manos de los instrumentos de producción y distribución de contenidos informativos y de entretenimiento, es fruto de la acumulación de políticas que, por acción u omisión, conformaron la condiciones de posibilidad para que esa coexistencia se fuera consolidando en términos de estructura. A la vez, esta estructura plantea el desafío de su transformación a menos que la apuesta de la región sea la de profundizar la desigualdad y la concentración. (2009: 220)

10- O termo, apropriado pelo ex-presidente Hugo Chávez, faz referência às reformas sociais, políticas e econômicas realizadas em seu governo, baseando-se nos ideais do libertador Simon Bolívar e tendo por objetivo chegar a um socialismo (denominado por Chávez de Socialismo do Século XXI).

11- Natanson (2010) traz um panorama e as tendências da relação desses governos com os meios.

12- Ver documentário “A revolução não será televisionada”.

13- Tais profissionais estão em países como México, Estados Unidos, Bolívia, Venezuela, Nicarágua, Argentina, Colômbia, Equador, Brasil, Cuba e Peru.



Cinco anos antes da criação da TeleSUR, Fuenzalida (2000) desenvolvia esforços em pensar o destino das emissoras de televisão pública na América Latina. Tais reflexões eram assinaladas tanto pela presença de uma crise que, em referência à má administração, a dificuldades de sustentação econômica e à debilidade da programação para atrair as audiências, ameaçava a sobrevivência dessas estações, quanto pela chegada de uma tendência, um momento de bifurcação, remetendo a uma reforma modernizadora profunda ou à privatização.

O autor defende a busca por um modelo latino-americano de televisão pública (admitindo emissoras que possuem outros objetivos, que não o lucro como finalidade principal) e, pelo argumento utilizado, aproxima-se bastante de algumas finalidades afirmadas pela TeleSUR, como “responder a las expectativas subjetivas de esta audiencia peculiar y a las necesidades objetivas que emanan de los graves problemas sociales de la gente de esta región” (Fuenzalida, 2000: 8).

Desse modo, para o acesso dos públicos aos conteúdos e à programação, a página na internet (<www.telesurtv.net>) é outra plataforma oferecida. As opções de contato com os materiais produzidos são diversas, desde a transmissão ao vivo, até um acervo de texto, imagem, som, vídeos e programas exibidos há bastante tempo. Segundo observações e entrevistas realizadas durante a imersão na TeleSUR, o portal web é a principal fonte de interação com os usuários. Todavia, a investigação observou que a ferramenta não é tão eficaz na comunicação como se pretende – para elucidar os problemas técnicos que tal espaço digital apresenta, pode-se exemplificar com a dificuldade na visualização de vídeos, a presença de links corrompidos que impossibilitam o acesso a determinados conteúdos, o travamento das transmissões ao vivo, as falhas no sistema de busca, entre outros.

Além de informações variadas, filmes, esportes, programas de opinião, debates, entrevistas, documentários, musicais, o jornalismo figura como característica principal na “Televisão do Sul”, tanto em conteúdos televisivos quanto digitais. A emissora conta com telejornais de hora em hora e inserções durante toda a programação. A página é atualizada constantemente e traz notícias recentes acerca do que acontece pelo mundo.

Pensando um “modelo latino-americano de TV Pública”, Fuenzalida (2000: 41) propõe avançar com uma programação que se fundamente em

- *un acuerdo de política televisiva de Estado (base socio-política),*
- *las necesidades y expectativas de la audiencia televisiva (base en la audiencia),*
- *el ethos latinoamericano (base cultural),*
- *el carácter lúdico-afectivo del lenguaje televisivo (base semiótica)*

De acordo com o autor, assumindo essas condições, a programação deveria propor, como objetivos, uma educação para a vida cotidiana, pensando a formação da audiência familiar em consonância com as necessidades existenciais latino-americanas; o desenvolvimento de uma cultura com foco no protagonismo social para o desenvolvimento e a superação da pobreza; “reforzamiento de la identidad a través de la presencia de la



cultura lúdico-festiva de la entretención popular latino-americana, en lugar de privilegiar la presencia de la Alta Cultura en la TV” (Fuenzalida, 2000: 44); oportunizar espaços de informação e discussão dos problemas sociais, buscando avanços nas políticas nacionais para combater essas deficiências.

Outra questão muito enfatizada pelo autor diz respeito à importância de a televisão pública acolher várias vozes, principalmente as dos povos, em vez de centralizar as falas em fontes oficiais, institucionalizadas, políticas. E, também, à necessidade de não se constituir como ferramenta política, partidária, ideológica, governamental, propagandista, moldando-se em decorrência de determinada liderança e dos seus próprios interesses.

Cidadania comunicativa a partir de TeleSUR

A relação entre cidadania e o sistema comunicativo TeleSUR surgiu a partir da fala dos entrevistados¹⁴, em argumentos como os objetivos de integração dos povos latino-americanos, a organização de um novo modelo comunicacional, a elaboração plural dos conteúdos, notícias, informações, programação. Após considerar a utilização dos conceitos relativos a essa problemática, mostrou-se fundamental a tarefa de debruçar-se sobre tais perspectivas, enfatizando o olhar sobre as teorizações de Mata (2006) e Mata e outros (2005, 2009) que desenvolvem a complexa noção de cidadania comunicativa, relacionada à importância do conceito de público e advinda de uma necessidade de diferenciar o público do cidadão.

Nos últimos anos, o termo cidadania voltou a figurar nas pesquisas pelos distintos campos do conhecimento, sendo que a América Latina aparece como importante espaço de teorizações acerca dessa noção, de suas redefinições e desdobramentos junto à pesquisa em comunicação. Pela conjectura de lutas e elaborações no transcorrer de distintos momentos políticos, sociais, econômicos, culturais, convém assinalar a imprescindibilidade dos contextos para o desenvolvimento do conceito¹⁵, que foi sendo cunhado segundo necessidades específicas de cada época, necessidades a que estava relacionado em determinadas circunstâncias.

A redefinição do conceito passa pela ideia de direitos, elaborada por Dagnino (2003) e cuja referência inicial aponta uma concepção do direito a ter direitos. Porém, não se limitando a provisões legais, a direitos definidos e formais, mas sim, ampliando para uma invenção/criação de novos direitos, relacionados a lutas específicas e práticas concretas de sujeitos sociais ativos que possuem o direito de escolher e se mobilizam por suas demandas.

Nesse sentido, a partir do que foi pesquisado, colocam-se algumas pistas que conjecturam e incentivam espaços de exercício da cidadania pelas particularidades da TeleSUR. Pensando os movimentos da investigação, tais manifestações foram percebidas tanto com relação às propostas da emissora quanto –e principalmen-

14- Durante o primeiro semestre de 2010, foi desenvolvida uma primeira pesquisa exploratória para compreender aspectos da investigação e definir os próximos passos da pesquisa. Na oportunidade, além de contato digital com sujeitos que acessavam conteúdos de TeleSUR, foi possível realizar entrevistas presenciais com uma telespectadora de Caxias do Sul (Rio Grande do Sul, Brasil) e com o jornalista e então membro da Junta Diretiva, Beto Almeida

15- Um debate aprofundado das questões referentes à noção de cidadania, com destaque para a realidade latino-americana, pode ser encontrado em autores como Garretón (1995, 2006), Dagnino (2006), Huergo (2005), Vermeren (2001).



te— pelas ações visualizadas na concretude dos programas e conteúdos que são veiculados.

O mote da democracia é um dos focos que importa trazer, nesse momento, em virtude da importância junto à noção de cidadania, bem como pela situação de similaridade dos países da América Latina em seus processos históricos, especialmente no que se refere às ditaduras e, na contemporaneidade, às experiências de governos populares, conforme mencionado anteriormente. Guardando diferenças, proporções, intensidades e características de cada local, todos os povos da região passaram pela repressão e queda ditatorial, seguidas da experiência das promessas não cumpridas pela democracia. Dentro desse novo cenário de contestação do que se esperava diferente e renovador, é que a cidadania adquire a configuração atual.

Somado a isso, outro aspecto importante de ser mencionado diz respeito à configuração comunicacional dos países da região, apresentando forte influência de matrizes estadunidenses e conjunturas de fusão de grupos em conglomerados comunicativos. Ainda, conforme apontam Becerra e Mastrini

Los indicativos provistos por el presente estudio deben abalizarse, pues, a la luz de la identificación del carácter conglomeral, multimedia y de 'multiformidad' de la concentración de sector en pocos grupos infocomunicacionales que suelen tener predominantemente no ya en una sola actividad (por ejemplo prensa escrita), sino en el cruce de sus propiedades en varias actividades (industrias) en simultaneo. (2009: 222)

Apenas nas últimas décadas proliferaram possibilidades de acesso e produção diferenciada, por meio de articulações midiáticas comunitárias, alternativas, públicas, organizações e movimentos sociais, entre outros exemplos de comunicação.

Passando à cidadania comunicativa, tem-se na perspectiva a noção de direitos voltados aos âmbitos comunicacional e midiático, como, por exemplo, o acesso à internet que deveria ser possível a todas as camadas do estrato social. Ainda, compreende-se que por meio de direitos como o mencionado, os sujeitos podem alcançar muitos outros, como a educação, a informação, a participação, etc.. De acordo com Mata e outros (2005), a cidadania comunicativa pode ser entendida como o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demanda, no âmbito da comunicação pública, e no exercício desse direito. Refere-se também a direitos civis garantidos juridicamente, como liberdade de expressão e direito à informação, para ilustrar. Implica o desenvolvimento de práticas que contribuam na garantia dos direitos junto ao campo da comunicação.

Um ponto do conceito que remeteu à TeleSUR diz respeito a aspectos mais subjetivos dos indivíduos, pois “la ciudadanía comunicativa se entrelaza con las referencias identitarias y los reclamos más generales de igualdad ya no sólo en relación al Estado sino en relación con la acción del mercado y todo tipo de dispositivos que promueven la desigualdad” (Mata, 2006: 13). Dessa maneira, a percepção que se tem da emissora



é de participação na apresentação das identidades latino-americanas, de certa forma, suprimindo certas necessidades de visibilidade dos povos não preenchidas por outros meios de comunicação.

O exercício de uma cidadania comunicativa, segundo Mata e outros (2005), precisa ser postulado na dupla condição de consciência e prática, sendo que não existe um único estado de consciência, nem um único tipo de prática. Assim, é necessária a existência de diferentes níveis, que a autora coloca como cidadania comunicativa formal (direitos jurídicos no âmbito comunicacional), reconhecida (conhecer tais direitos como inerentes a sua condição), exercida (desenvolvimento de práticas sociais reivindicatórias desses direitos, por sua vigência e ampliação) e ideal (colocada como utópica ou meta alcançável vinculada com processos de democratização da sociedade).

Além disso, existem condições objetivas e subjetivas para que a cidadania comunicativa se configure como tal (Mata & outros, 2005). O primeiro ponto se refere às regulamentações políticas e comunicativas vigentes na sociedade, às lógicas informativas e comunicacionais hegemônicas, e às práticas e movimentos sociais, políticos e culturais direcionados ao fortalecimento dos direitos. A segunda, por sua vez, diz respeito às representações hegemônicas e contra-hegemônicas sobre o direito à comunicação, às motivações e fundamentos presentes nas experiências e práticas próprias de indivíduos e coletivos, e às expectativas expressadas por indivíduos e coletivos sociais em torno do direito à comunicação.

Nesse sentido, instaura-se a imprescindibilidade de se pensar os elementos de contexto, tanto em um sentido amplo quanto nas especificidades de cada investigação. Quando se desenvolve a problemática da cidadania comunicativa é fundamental pensar todos os processos que circundam e atravessam seus modos de exercício, nas condições objetivas e também nas subjetivas.

Retomando as pistas que foram colocadas pela entrada em campo e que, durante a pesquisa (Strassburger, 2013), apontaram a aproximação entre cidadania e TeleSUR, pode-se refletir sobre a contribuição desse sistema comunicativo para a constituição cidadã, através do direito a uma comunicação diferente da apresentada pelos meios comerciais hegemônicos. Observa-se a necessidade de assinalar pontos que remetem à cobertura, voltada ao pluralismo cultural, privilegiando a multiplicidade de vozes e informações presentes na América Latina, e a possibilidade de uma postura diferenciada de trabalhar a cidadania, priorizando os direitos dos povos do “Sul” em particular.

Pensando o cenário brasileiro em que a pesquisa estava inserida, outras questões se voltam ao contato dos públicos com o sistema comunicativo, tendo em vista a limitação do acesso, a TeleSUR ainda não se configuraria como um exemplo cidadão. Isso em virtude tanto da restrição do sinal quanto da ausência de programas traduzidos para o português, o que possibilitaria a compreensão de mais telespectadores – apesar de algumas produções circularem nesse idioma, são poucas as iniciativas, diante da importância que teria essa configuração junto a essa audiência.

A importância de trazer tais questões se instaura no fato de elas terem assumido espaço a partir da pesquisa exploratória. Um conceito que não havia sido pensado antes



da entrada em campo, mas passou a ser central para a investigação, figurando nos objetivos principais do esforço teórico e metodológico de pensar o objeto de referência, a pesquisa e suas processualidades.

Considerações finais e de continuidade

Nesse momento de fechamento do texto, torna-se importante encaminhar certas reflexões que serviram para a continuidade da pesquisa que foi desenvolvida, de maneira especial, no sentido do objeto empírico investigado.

No que diz respeito à compreensão do papel de TeleSUR no processo de democratização das comunicações e seguindo uma tendência à cidadania comunicativa, observa-se uma contribuição a partir da alternativa informativa que é propiciada, por meio do direito a uma comunicação diferente da apresentada pelos conglomerados midiáticos. A cobertura se volta ao pluralismo cultural, privilegiando a multiplicidade de vozes presentes na América Latina. Tais iniciativas, em certa medida, favorecem a dissolução do nível de concentração e de controle das empresas de comunicação e informação, permitindo o contato dos públicos com uma visão distinta daquela apresentada pelos espaços tradicionais e hegemônicos.

Há concordância com algumas das afirmações institucionais com as quais se teve contato durante as entrevistas; por exemplo: a investigação compreende que o sistema midiático representa uma alternativa às falas recorrentes das empresas de comunicação comerciais e hegemônicas. Os conteúdos elaborados e apresentados no portal e demais espaços da TeleSUR buscam contemplar as diversidades e pluralidades existentes na América Latina, primando pela abrangência e profundidade das informações e, ainda, pretendem viabilizar a difusão de produções relacionadas às distintas culturas, identidades, tradições e idiosincrasias dos países da região.

A priorização por discursos referentes a aspectos sociais, culturais, às vivências, experiências, ao cotidiano dos povos, remete aos objetivos do projeto, afirmados em entrevistas durante a entrada na sede em Caracas e inscrito em um dos panfletos de divulgação, no ano da criação de TeleSUR. “Vernos es conocernos, reconocernos es respetarnos, respetarnos es aprender a querernos, querernos es el primer paso para integrarnos”. O texto delinea passos considerados necessários para efetivar a integração, como o conhecimento e respeito mútuo entre os países latino-americanos.

Obviamente, a experiência em questão também possui seus interesses e lógicas de produção, voltados a finalidades específicas. Contudo, mantém uma cobertura diversificada dos assuntos e uma abordagem peculiar das informações, com foco na integração dos países do “Sul”. Assim, assume uma postura diferenciada de trabalhar a cidadania, priorizando os direitos dos povos dessa região em particular e apresentando demandas que em outros espaços não teriam vez.

O período de imersão no sistema apontou que ainda há muito por fazer pelo projeto TeleSUR e que são necessárias mudanças em diversos aspectos (observou-se, por



exemplo, impasses em especificidades do âmbito editorial, por exemplo, em definições de pautas para reportagens jornalísticas). Apesar dos esforços por construir uma comunicação que vá além da mercantilização, ainda se percebem certas características comerciais¹⁶, mesmo em sistemas como o que foi analisado, que não possui a lucratividade em seus objetivos. Contudo, tais fatores e obstáculos não diminuem a importância e a urgência de iniciativas como essa.

Somado a isso, a experiência mostrou que há um movimento de ampliação dos acessos e de melhorias por parte do sistema que, na época da pesquisa, passou por um processo geral de reformulação, buscando tanto atualização informativa e estética, quanto acessibilidade e maior participação por parte dos públicos. Acredita-se que esses movimentos de autoanálise, questionamento e mudanças em fatores que se mostrem necessários, sendo realizados constantemente pelos meios, também é um dos pontos importantes para se chegar à democratização das comunicações.

16- Conforme as observações e inclusive algumas falas nas entrevistas, os profissionais seguem um modelo de jornalismo estabelecido, e que é problemático, insuficiente e frágil, entre outras razões, pela superficialidade com que aborda as temáticas. Nesse sentido, importa enfatizar a compreensão de que as mudanças para outros cenários de construção informativa não são abruptas, os formatos apresentam certas limitações, condicionadas pelos contextos (tanto no âmbito das empresas, quanto em referência aos profissionais e à produção, para exemplificar). Porém, entende-se que experiências como a do sistema TeleSUR auxiliam nessas modificações, nas reflexões e possibilidades concretas desses novos modos de fazer jornalismo.



Referências bibliográficas

- **Becerra M. & Mastrini G.** (2009) Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América del Siglo XXI. Prometeo Libros: Buenos Aires.
- **Dagnino, E.** (2003) Confluência perversa, deslocamentos de sentido, crise discursiva. Trabalho apresentado à reunião do Grupo de Trabalho Cultura e Poder do CLACSO. Buenos Aires.
- **Fuenzalida, V.** (2000) La televisión pública en América Latina: reforma o privatización. Fondo de Cultura Económica: México.
- **Garretón, M. A.** (1995) Democracia, ciudadanía y medios de comunicación: un marco general. En Alfaro, M. R. (comp.) Los medios: nuevas plazas para la democracia. Calandria: Lima.
----- (2006) Sociedad civil y ciudadanía en la problemática latinoamericana actual. En Cheresky, I. (comp.) Ciudadanía, sociedad civil y participación política, 45-60. Miño y Dávila: Buenos Aires.
- **Huergo, J.** (2005) Reflexiones sobre la formación ciudadana en la “sociedad de la información”. En Democracia y ciudadanía en la “sociedad de la información”: desafíos y articulaciones regionales. ECI-UNC: Córdoba.
- **Mastrini, G. & de Charras, D.** (2005) 20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI o el mismo amor, la misma lluvia. En Anuario Ininco, Vol. 17, Nº 1, 217-240.
- **Mata, M. C.** (enero/abril 2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. En Fronteiras. Estudos Midiáticos, Vol. 8, Nº 1, Unisinos, Porto Alegre, 5-15.
- **Mata, M. C. & otros** (2009) Ciudadanía comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. En Padilla, A. & Maldonado, A. (orgs). Metodologías transformadoras: “Tejiendo la Red em Comunicación, Educación e Integración en América Latina”. Fondo Editorial CEPAP- UNESR: Caracas.
----- (2005) Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina: Córdoba.
- **Monje, D. I.** (septiembre 2007) Notas sobre radiodifusión en procesos de integración regional. Propuestas para comparación entre los países. En 1º Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação.
- **Natanson, J.** (2010) Medios y Nueva Izquierda: algunos apuntes impresionistas. En Rincón, O. (ed.) ¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina. FES: Bogotá.
- **Rey, G.** (2003) Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina. En Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación. Colectivo La Tribu: Buenos Aires.
- **Segura, M. S.** (septiembre 2010). Democratizando las comunicaciones globales: nuevos sujetos y nuevas prácticas. En Rastros, 55-68.
- **Vermeren, P.** (2001) El ciudadano como personaje filosófico. En Quiroga, H.; Villavicencio, S. & Vermeren, P. (comps.) Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia, 19-32. Homo Sapiens: Rosario.



TV Brasil e NBR. O caso brasileiro no processo de democratização dos meios de comunicação na América Latina

• **Rafael Foletto**

• *Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS), Linha de Pesquisa Cultura, Cidadania e Tecnologias da Comunicação. Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Membro do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais: epistemologia, mediação e recepção (PROCESSOCOM) da UNISINOS, Brasil. Correio eletrônico: rafaletto@gmail.com*

“Em alguns países da América Latina a imprensa muitas vezes age com se fosse um partido político, só não tem coragem de dizer que é”.

Lula, ex-presidente do Brasil,

no Primeiro Fórum de Responsabilidade Social da Argentina, 15 de outubro 2013

Parte-se da problematização do atual contexto comunicacional, político, social e cultural da América Latina para compreender as características dos novos sistemas comunicativos públicos e estatais do Brasil¹, no caso, os canais TV Brasil e NBR, ambos pertencentes à Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), criada pelo governo Lula e aprovada pelo Congresso brasileiro em dezembro de 2007.

Nesse sentido, realiza-se como um movimento inicial, a apresentação de considerações e sobre as recentes mudanças políticas, sociais e comunicacionais que vem acontecendo na América Latina, principalmente através do surgimento dos governos progressistas, no final dos anos 1990. Para tanto, dialoga-se com questões teóricas relevantes, como as noções de cidadania comunicativa (Mata, 2006) e de democratização dos meios de comunicação (Segura, 2010), pertinentes para compreender as mídias públicas criadas recentemente em diversos países latino-americanos.

Compreende-se a noção de cidadania comunicativa, enquanto abordagem teórica e metodológica que articula as dimensões políticas e comunicativas inerentes ao processo de democratização dos meios de comunicação, tornando possível identificar, caracterizar e compreender práticas e estruturas midiáticas que busquem ampliar a participação e a consciência cidadã no campo da comunicação na América Latina, contribuindo para a construção de conhecimentos qualificados, ampliados e produtivos sobre a questão. Ainda, permitindo dimensionar e explicar as disputas pela definição das políticas de comunicação de modo a transpor um plano estritamente normativo, ao recuperar elementos do processo socio-histórico e político contemporâneo do espaço latino-americano. Sobretudo, considerando a emergência dos novos governos progressistas na região, os avanços nas reformas constitucionais, legais e normativas relativas ao direito a comuni-

1- Sobre a criação do sistema multimidiático interestadual TeleSUR, veja-se neste livro o capítulo “Projetos comunicacionais e democratização dos meios na América Latina. A experiência do sistema multimidiático TeleSUR” de Tabita Strassburger.



cação, os antecedentes das organizações sociais que lutaram pela democratização da comunicação. Ainda, com relação à democratização das comunicações, Segura (2010) elucida tratar-se de uma preocupação histórica nos estudos de comunicação e práticas na América Latina, afirmando que se deve pensá-la como um processo com diferentes níveis.

Observa-se que as novas televisões públicas e estatais brasileiras apresentam concernência com as propostas e práticas de democratização dos meios de comunicação, sobretudo através do modo como incidem em um processo de construção de estruturas de produção simbólica que favorecem a expressão da cultura, dos valores, do cotidiano dos cidadãos da região, enfim, dos seus desejos, pensamentos, sonhos, anseios, conhecimentos, realidades.

Consta-se uma escassa produção acadêmica de pesquisas dentro do campo das Ciências da Comunicação, no Brasil, sobre os canais públicos do país, os antecedentes e movimentos de debate e de criação dessas mídias, restringindo-se a poucos artigos científicos publicados em anais de congressos, como o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e o Encontro da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) ainda, em revistas acadêmicas da área, a exemplo da Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación (EPTIC).

Desse modo, torna-se necessário a aproximação de enfoques teóricos e metodológicos pertinentes para a compreensão do atual contexto socioistórico, político e midiático latino-americano, bem como das condições de produção dos meios de comunicação públicos e estatais da região.

Novos governos, novas possibilidades: a comunicação como uma questão de cidadania

Observa-se que no início do século XXI, a América Latina por meio das mudanças políticas, sociais, culturais, econômicas e comunicacionais promovidas por governos de centro-esquerda e esquerda, conseguiu atenuar as consequências causadas pelas políticas neoliberais da década de 1990, que provocaram profundas crises nas formações sociais e econômicas da região e levaram a maioria dos países do subcontinente a um panorama de “marginalização, economia informal e involução” (Ford, 1999: 18), sobretudo, proveniente da adoção dos pressupostos e das práticas do neoliberalismo. Esse processo, ocorrido em diversos países da região, colocou as empresas públicas sob o controle do capital externo, através das políticas de desnacionalização e de privatização.

O fracasso das políticas econômicas desenvolvidas por governos civis autoritários e neoliberais em diversos países da América Latina², aliado ao surgimento e ascensão de fortes movimentos sociais e políticos³, possibilitou, nos três primeiros anos do presente milênio a construção de um cenário de transformações no panorama político la-

2- A exemplo do governo de Fernando Collor, no Brasil; Carlos Menem, na Argentina e Alberto Fujimori, no Peru.

3- Como o Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) no Brasil; Movimento Zapatista no México; as Forças Armadas Revolucionárias na Colômbia (FARC), o Movimento Cocalero, na Bolívia e o Movimento Indígena (CONAIE), no Equador.



tino-americano (Petras, 2008). Surgindo, assim uma série de governos, que guardada as devidas singularidades e diferenças nas características de cada processo, chegaram ao poder com significativo apoio popular e se mostraram dispostos a mudanças no aparelhamento e redefinição do papel do Estado na instância socioeconômica, política, cultural e comunicacional. São exemplos atuais deste tipo de mudança no horizonte das transformações políticas da região, países como Venezuela, Argentina, Brasil, Uruguai, Bolívia, Equador e Peru. De forma geral, a partir do surgimento dessas novas lideranças políticas, tem-se um novo quadro sociopolítico na América Latina.

Na ótica de Sader (2010), dois pontos comuns unificam esses novos governos latino-americanos: a opção pelos processos de integração regional em detrimento dos Tratados de Livre Comércio e, a priorização de políticas sociais. Para tanto, foram criadas estruturas de cooperação e inter-relação entre os países latino-americanos⁴, a exemplo da UNASUR (União das Nações Sul-Americanas) e da CELAC (Comunidade dos Estados Latino-Americanos e Caribenhos), contribuindo para valorizar e fortalecer a democracia, a cidadania e a autonomia política da região, de forma a construir estratégias unitárias para enfrentar os problemas da América Latina. Marcando, no panorama da região, uma trilha “de passagem de uma situação de subserviência neocolonial para uma fase de estruturação de instituições multinacionais latino-americanas, que formulam suas principais estratégias de vida democrática e de reconstrução de mercados” (Maldonado, 2012: 10). Igualmente, compreende-se que as mudanças vivenciadas durante as últimas décadas pelos países latino-americanos apontam para uma maior atuação dos sujeitos como participantes da sociedade civil, e governos que buscam manter a força do Estado e a crença no bem público.

Ainda, essas novas lideranças políticas da América Latina, apresentam uma estrutura e uma organização mais transparente, marcada pela abertura ao diálogo com os diversos movimentos sociais e políticos. Destacando-se o incentivo à formação de fóruns e conselhos de diferentes tipos, em vários países da região. Trazendo, na primeira década do presente século, o retorno dos atores sociais as ações coletivas que se propagaram na maioria dos países latino-americanos (Gohn, 2011). Da mesma forma, ocorre o ressurgimento de movimentos populares urbanos de bairros, sobretudo em países como Argentina, México e Venezuela.

Isidoro Cheresky, ao atentar para as bases sociais e políticos do contexto democrático latinoamericano, observa uma mudança em curso no cenário dos países da região, marcada pelo aumento do interesse da população nos assuntos públicos. Assim:

desde el retiro o caída de los regímenes autoritarios que habían proliferado en la región en los años setenta, se había producido una suerte de revolución cultural, que en grados diversos según los países y sectores comportó el inicio o el avance en un cambio en los principios que rigen la vida colectiva y, en alguna medida, en las constumbres. (Cheresky, 2006: 72)

4- Sem deixar de mencionar outros espaços de cooperação como a o Banco do Sul e a TeleSUR.



No sentido de compreender aspectos do contexto recente das sociedades contemporâneas da América Latina, a noção de cidadania comunicativa se mostra como uma dimensão enriquecedora para alargar o entendimento das dinâmicas e práticas dessas sociedades. Pois, na contemporaneidade a cidadania aparece como uma prática que produz sentidos e gera pertencimento, devendo-se atentar para o fato de que se trata de uma noção construída historicamente e, que foi acentuada e potencializada com os processos de globalização e mídiatização das sociedades.

Dessa forma, a noção de cidadania se insere no bojo desses processos históricos, sociais, políticos, econômicos, culturais que permeiam a constituição e a organização das sociedades contemporâneas, ligando-se a essas processualidades, sendo igualmente uma construção, cujo sentido é transformado, configurado com o passar dos tempos.

Mata e outros (2009) observa diferentes dimensões sobre a problemática da cidadania, destacando as seguintes:

La dimensión constitutiva de la comunicación en las prácticas políticas –entendidas como prácticas colectivas y conflictivas de producción de lo común, lo hegemónico y lo subalterno– y en la condición ciudadana – en tanto aparición activa de individuos y grupos en el espacio público.

La dimensión de los medios masivos de comunicación como espacios centrales en la constitución del espacio público en nuestras sociedades. (Mata & outros, 2009: 181)

Ainda, Mata e outros (2009) procura entender a articulação entre comunicação e cidadania, observando essa dinâmica, inerente às práticas midiáticas contemporâneas, para além das interpretações jurídicas, como o exercício do direito a ter direitos, enfim, como um processo pelo qual os sujeitos sociais buscam se constituírem enquanto sujeitos de comunicação, no espaço público, reivindicando e propondo direitos. Assim, compreende a noção de cidadania comunicativa “como el reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de ese derecho” (Mata & outros, 2009: 187-188). Para tanto, a autora desenvolveu uma construção conceitual que:

buscaba comprender la significación que tuvo para nuestras sociedades la constitución de los individuos como públicos, es decir, como integrantes de un particular agrupamiento social que se produce a partir de la interacción individual con un conjunto de interpelaciones mediáticas y que confiere rasgos identitarios según el modo en que ellas se experimentan. (Mata & outros, 2009: 184)

Compreende-se que a noção de cidadania comunicativa se mostra instigante, enquanto dimensão teórica e política, para problematizar a centralidade das mídias nas relações contemporâneas. Pondo em perspectiva o modo como os meios de comu-



nicação apresentam a realidade social e a maneira como essa construção incide nas demandas e necessidades dos sujeitos sociais. Possibilitando dimensionar e compreender configurações midiáticas que constroem os seus produtos em diálogo com as visões de mundo e relações sociais dos indivíduos, observa-os como participantes do contexto sociopolítico e midiático e permite o diálogo com a ideia de “reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de ese derecho” (Mata, 2006: 13). Ainda, traz a compreensão que ademais da dimensão racional dos públicos, existe uma dimensão sensitiva e emotiva que apresentam lógicas diversificadas.

Da mesma forma, a noção de cidadania comunicativa torna possível identificar, caracterizar e compreender estruturas midiáticas que priorizem a vinculação de uma visão de integração regional latino-americana, focada em ações afirmativas e inclusivas, contribuindo para a construção de conhecimentos qualificados, ampliados e produtivos sobre a questão. De modo a contribuir para o fortalecimento de saberes sistemáticos e profundos sobre a realidade sociocultural e política da América Latina.

Nesses termos, a TV pública seria uma via significativa para dar voz aos processos recentes de mudanças das sociedades latino-americanas, bem como valorizando a diversidade emergente das formações indentitárias presentes nos países da região (Rincón, 2002).

Para tanto, os novos governos contemporâneos da América Latina, buscam estabelecer marcos regulatórios democráticos, no sentido de dotar os países de mecanismos legais capazes de “frear a concentração monopólica e a mercantilização, bem como atualizar normas para a concessão e a fiscalização das outorgas de rádio e televisão” (Moraes, 2009: 141). Ainda, realizam outro movimento visando:

prevaler as demandas públicas sobre as ambições privadas; respeitar a diversidade informativa e cultural, reservando parte ponderável das programações à abordagem de acontecimentos e temáticas geralmente subestimados pela mídia comercial; estimular pluralidade no telejornalismo; e divulgar manifestações artísticas que não seguem parâmetros mercadológicos. (Moraes, 2009: 141)

Trata-se de um movimento que busca construir políticas de comunicação que visam garantir aos cidadãos acesso, participação, direito universal a comunicação, diversidade de conteúdos, equivalências na circulação de informação. Assim, no final da primeira década do século XXI, surgem, reformas legais que constroem as bases para políticas de comunicação que democratizam os sistemas midiáticos na América Latina, sobretudo, através da demanda e da mobilização de organizações e movimentos sociais (Segura, 2010).

Mais do que isso, travam-se batalhas de disputar pelo poder e pelas regras do jogo (regulamentação dos sistemas midiáticos) entre os novos governos latino-americanos e os donos dos meios de comunicação hegemônicos que muitas



vezes assumem o papel de principal opositor das políticas, projetos e propostas desses governos (Rincón, 2010). Igualmente,

Las disputas en torno a la formulación de políticas de comunicación son inescindibles de los procesos políticos de la región. En estas disputas, se ponen en juego las visiones sobre la acción social –sobre los sujetos y las condiciones objetivas del cambio- y las perspectivas de cambio –la noción de desarrollo y democracia en juego- de cada perspectiva. De estas luchas participan fundamentalmente, gobiernos, organismos multilaterales, organizaciones sociales, universidades y centros de investigación, y corporaciones empresarias. (Segura, 2008: 96)

No Brasil, em 2007, o governo de Lula cria EBC com o objetivo de oferecer meios de comunicação de caráter nacional, público e independente, que busquem a ampliação de conteúdos e fomentem a cidadania, aspectos os quais refletiremos na sequência, no âmbito das discussões referentes aos processos de democratização dos meios de comunicação na América Latina.

Problematizando o caso brasileiro: TV Brasil e NBR

Parte-se da compreensão dos processos de democratização da comunicação na América Latina, para problematizar as características, os antecedentes e movimentos de debate e de criação dos meios de comunicação público do Brasil, a saber, os canais de televisão TV Brasil e NBR.

Compreende-se que a principal proposta do governo Lula na criação da EBC foi a de ampliar as possibilidades de participação dos cidadãos nos processos de construção de políticas de comunicação. Embora a TV Brasil tenha ido ao ar pela primeira vez em 2 de dezembro de 2008, desde meados de 2003 estava sendo discutida e planejada. Inclusive, uma das propostas da campanha de Lula para a presidência, era justamente a criação de um canal público de televisão. Compreende-se que a TV pública surge como uma maneira do Estado devolver aos cidadãos uma parte dos tributos pagos, por meio de um serviço de comunicação independente, voltado para os cidadãos.

Um exemplo de debate sobre políticas públicas no cenário brasileiro foi o 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, promovido pelo Ministério da Cultura e realizado no período de 8 a 11 de maio de 2007 em Brasília (Bolaños & Brittos, 2008). Trata-se de um evento interessante, pois demonstra a abertura ao diálogo com a sociedade civil para debater propostas referentes a comunicação pública, uma vez que ao fim do Fórum, foram formalizados os preceitos da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), concebida como uma organização de economia mista, ligada ao governo federal, desenvolvida para implementar e gerenciar as emissoras de rádio e televisão públicas federais.

A EBC, aprovada pelo congresso em 2007, possui a responsabilidade de gerir a TV Brasil, a NBR, a Agência Brasil, a Radioagência Nacional, a TV Brasil Internacio-



nal, a Rádios MEC AM e FM, além das Rádios Nacional do Rio de Janeiro, AM e FM de Brasília, da Amazônia e do Alto Solimões⁵. A EBC está vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e é comandada por uma diretoria executiva composta de um Diretor-Presidente e um Diretor-Geral ambos nomeados pelo Presidente da República. Atualmente o cargo de Diretor-Presidente pertence a jornalista Tereza Cruvinel, com longa experiência em diversos meios de comunicação brasileiros, inclusive na Rede Globo, onde atuou principalmente na área do jornalismo político. As ações da diretoria da EBC são supervisionadas por um Conselho Curador, composto por 20 integrantes, sendo 15 representantes da sociedade civil e 4 do Governo (indicados pelos Ministérios da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Comunicação Social) e 1 funcionário da empresa (Bolaños & Brittos, 2008). Ainda, a EBC é uma sociedade anônima de capital fechado, a União detém 51% das ações, “os outros 49% são constituídos por participações de órgãos da administração indireta, estaduais ou municipais, mediante a incorporação de patrimônio das TVs educativas” (Moraes, 2009: 124).

Cabe a EBC a responsabilidade de gerir além da TV Brasil, a NBR, a Agência Brasil, a Radioagência Nacional, a TV Brasil Internacional, a Rádios MEC AM e FM, além das Rádios Nacional do Rio de Janeiro, AM e FM de Brasília, da Amazônia e do Alto Solimões⁶. A EBC está vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e é comandada por uma diretoria executiva composta de um Diretor-Presidente e um Diretor-Geral ambos nomeados pelo Presidente da República. As ações da diretoria da EBC são supervisionadas por um Conselho Curado, composto por vinte integrantes, sendo quinze representantes da sociedade civil e quatro do Governo (indicados pelos Ministérios da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Comunicação Social) e um funcionário da empresa (Bolaños & Brittos, 2008).

Simultaneamente com o lançamento da TV Digital em 2007, ocorreu a inauguração da TV Brasil, com o slogan “você escolhe, você programa, você assiste” abrindo caminho para a possibilidade de criação de outros canais similares. Embora a TV Brasil tenha ido ao ar pela primeira vez em 2 de dezembro de 2008, desde 2003 estava sendo discutida e planejada. Inclusive, uma das propostas da campanha de Lula para a presidência, era justamente a criação de um canal de televisão público. Assim, o surgimento da TV Brasil, “foi marcado por fortes discussões tanto no âmbito dos governos federal e estaduais, quanto no meio empresarial e dos movimentos sociais” (Faxina, 2012: 161), pois sua existência é perpassada de expectativas, sobretudo, de mudança no panorama comunicacional do país, através da elaboração e do desenvolvimento de outra forma de abordagem jornalística, bem como de vinculação de produtos midiáticos distintos daqueles ofertados pela mídia hegemônica.

A NBR, formalmente chamada de TV Nacional do Brasil, entrou no ar, ainda no governo de Fernando Henrique Cardoso, em 16 de junho de 1997. Com a criação da EBC, a NBR passou a integra-la e se constituiu como uma das principais parceiras da TV Brasil, intercambiando conteúdos e produtos.

Em relação ao sinal, os canais TV Brasil e NBR estão disponíveis para todo o país via satélite e em algumas cidades através de operadoras de tv a cabo, ainda podem ser

5- Conforme informações do site oficial da TV Brasil, disponível em: <<http://tvbrasil.org.br/sobreatv/>>.

6- Idem



assistidas ao vivo pela internet⁷. Além disso, alguns conteúdos da TV Brasil são retransmitidos por televisões educativas de diversos estados brasileiros, a exemplo da TVE-RS do Governo do Rio Grande do Sul. Já alguns programas NBR são vinculados por emissoras de sinal aberto em várias localidades, como o canal comercial Rede Brasil (RBTv) que abrange mais de 500 municípios brasileiros⁸.

No que tange aos conteúdos, a NBR oferece principalmente informações sobre as políticas, as ações e o dia a dia do Poder Executivo, através de telejornais (vinculado em três edições diárias), entrevistas abordando temas da atualidade com técnicos do Poder Executivo Federal e coberturas ao vivo das atividades do governo, enfim, sendo especializada em produções jornalísticas, produzindo mais de dez mil notas por ano (EBC, 2011). Já, a TV Brasil possui significativa variedade de produtos, focando no jornalismo, nas reportagens especiais, mas também vinculando programas de entretenimento e de esporte e ainda culturais, educativos e infantis.

O que nos chama atenção na programação de ambos os canais aqui tratados são os programas especiais com conteúdos voltados para questões de cidadania e integração regional. Nesse sentido, um dos produtos mais significativos diz respeito os projetos DOC-TV e DOC-TV Latinoamérica, desenvolvidos pelo Ministério da Cultura por intermédio da Secretaria do Audiovisual, realizado em parceria com as televisões públicas, regionais e comunitárias, envolvendo as televisões públicas, o Ministério e a comunidade de criadores audiovisuais. Ainda, conforme a TV Brasil, a emissora destina 20% de horas da sua programação para a exibição de produção audiovisual independente (EBC, 2011). Dentro desse projeto são vinculados diversos documentários e séries sobre o contexto contemporâneo da América Latina, produzidos, sobretudo, por realizadores e produtores independentes.

Buscou-se abordar os canais públicos e governamentais brasileiros TV Brasil e NBR não à luz dos enquadramentos e discussões sobre as noções de público, estatal e privado, pois se trata de uma distinção que transpõe o campo da Comunicação, abarcando também o educacional (Lima, 2011). Mas sim, como espaços valorizados e criados pelos atuais governos latino-americanos para fomentar a produção, veiculação e circulação de produtos midiáticos concernentes ao atual contexto da América Latina, marcado por um processo de transformações socioculturais significativas, bem como por reestruturações políticas na região. Ainda, por um esforço estratégico de fortalecer a democracia, a cidadania e a integração regional no espaço latino-americano. Em outros termos, trata-se de atentar para estruturas midiáticas e dispositivas comunicacionais que priorizem a vinculação de uma visão positiva e afirmativa das identidades culturais latino-americana. Igualmente, contribuindo para a reflexão e problematização dos diversos elementos que constituem e perpassam a realidade sociocultural e política contemporânea da região.

Dentro desses projetos de comunicação pública são vinculados diversos documentários e séries sobre o contexto contemporâneo da América Latina, entre eles o conjunto de documentários “Presidentes de Latinoamérica” que teve como objetivo compreender o cenário atual da América Latina a partir das entrevistas, declarações e falas dos che-

7- <<http://tvbrasil.org.br/webtv/>> e <<http://www.ebcservicos.ebc.com.br/veiculos/nbr/nbr-ao-vivo>>.

8- Conforme o site da Rede Brasil, disponível em: <<http://www.rbtv.com.br/sobre.htm>>.



fes de Estado da região, que apresentam as suas construções e visões sobre a época, as possibilidades de mudança e, inclusive, suas vidas privadas e trajetórias pessoais. Ainda, cada um dos documentários não se reduziu à entrevista com o presidente, as câmeras percorreram cenários da América Latina não muito conhecidos buscando mostrar cada um dos países de forma ampla, ressaltando nas suas mensagens aspectos de seus povos e da intimidade de seus líderes políticos.

O conjunto audiovisual, composto por quatorze episódios, com sessenta minutos cada, tem no seu centro o relato de doze presidentes da região⁹, foi exibido em televisões públicas e estatais da América Latina (a exemplo dos os canais Encuentro e Siete, Argentina; TV Brasil e NBR, Brasil e; EC-TV, Equador) e, no sistema comunicativo multiestatal TeleSUR. Ainda, encontra-se disponível na internet¹⁰.

A realização do conjunto de entrevistas implicou em mais de cem horas de filmagem, dez dias de estada e viagens e três equipes de realização em cada país, para produzir cada episódio, revelando assim interessantes questões a respeito dos seus protagonistas, seus povos e seus países. Além disso, somam-se às entrevistas, depoimentos de pessoas próximas aos mandatários e de homens e mulheres nas ruas, bem como imagens urbanas e naturais dos países e materiais históricos referentes à ascensão dos líderes políticos. Da mesma forma, antes e depois das entrevistas, as câmeras e os membros da equipe de produção acompanharam aos mandatários em suas diferentes atividades, viagens, percursos e reuniões, mostrando-os fora de seus despachos e descobrindo aspectos pessoais e matrizes sociais, políticas e culturais de cada um deles. Igualmente outros elementos do ciclo merecem destaque, como o argumento que entrelaça os diálogos cara a cara dos presidentes com outras vozes e o manejo das fotografias e imagens e do som.

Pensa-se que “Presidentes de Latinoamérica” se apresenta como relevante ao se debruçar na contextualização dos aspectos comunicacionais, sociais, históricos, culturais e políticos relevantes para compreender as configurações políticas e as distintas relações que fazem parte do panorama atual da América Latina. Oferecendo assim, interessantes ângulos para observarmos as recentes mudanças que vem acontecendo no continente, bem como a forma como essas transformações são apresentadas em produtos e processos midiáticos, engendrando distintas formas de mediação, circulação e interação pública.

Ainda, a reflexão aponta que o cenário contemporâneo da América Latina, caracterizado por transformações políticas, sociais, econômicas, culturais e comunicacionais –em boa parte, promovidas pelos atuais governos da região– propicia que produções como “Presidentes de Latinoamérica” circule nos espaços públicos e midiáticos, fomentando o debate não apenas sobre a realidade da região, os países em suas vivências e experiências; mas também, referente à constante necessidade de problematizar a comunicação como escopo fundamental para pensar e agir coletivamente em prol de uma cidadania latino-americana.

Compreende-se que o movimento de problematização das características dos canais públicos e governamentais brasileiros se mostra significativo também para com-

9- O presidentes entrevistados pela série foram: Álvaro Uribe Vélez, da Colômbia; Cristina Elisabet Fernández de Kirchner, da Argentina; Daniel Ortega, da Nicarágua; Evo Morales Ayma, da Bolívia; Fernando Armido Lugo Méndez, do Paraguai; Hugo Chávez Frías, da Venezuela; José Aberto “Pepe” Mujica Cordano, do Uruguai; Luiz Inácio Lula da Silva, do Brasil; Michelle Bachelet, do Chile; Óscar Rafael de Jesús Arias Sánchez, da Costa Rica; Rafael Vicente Correa Delgado, do Equador; e Tabaré Ramón Vázquez Rosas, do Uruguai.

10- Disponível em: <<http://www.presidentestv.com.ar/esp/sinopsis.htm>>.



preende o conteúdo dos produtos midiáticos que são planejados, produzidos e exibidos nesses espaços.

Reflexões finais

Acredita-se que somente pelo intermédio das mobilizações, pressões e ações das organizações e movimentos sociais, da sociedade civil como um todo e dos atuais governos progressistas da América Latina, produções alternativas podem circular nos espaços públicos e midiáticos fomentando o debate não apenas sobre o contexto contemporâneo da região, mas também, referente a constante necessidade de pensar a comunicação como escopo fundamental para pensar e agir coletivamente em prol de uma cidadania latino-americana. Pois, a riqueza e a diversidade cultural, bem como o compromisso ético dos movimentos sociais a políticos da região, contribuíram para o desenvolvimento de um conjunto de produções teóricas significativas que fundamentaram, legitimaram e posicionaram a comunicação em termos de processos múltiplos, como um direito humano básico (Maldonado, 2012). Enfim, constituem-se em processos comunicacionais inovadores inerentes às expressões culturais dos povos latino-americanos.

Igualmente, observa-se que esses canais de televisão podem potencializar o poder dos cidadãos enquanto atores sociais que exercem integralmente seus direitos garantidos pelo Estado não só a receber, como também a pesquisar e difundir informação e opinião por qualquer meio, assumindo ativamente suas responsabilidades na geração e reprodução de processos de formação de opinião e deliberação públicas, participação e controle sociais (Camacho, 2004).

Desse modo, percebe-se que a sociedade civil tem assumido cada vez mais uma posição nos espaços espaço de tensões e lutas pela democratização dos meios de comunicação, através de instâncias como, por exemplo, os observatórios¹¹ que monitoram as atividades dos meios, criticando e questionando suas tomadas de decisão. A maneira como ocorrem essas organizações assinala a imprescindibilidade de levar em conta os movimentos de contextualização para compreender as dinâmicas de produção e circulação informativa, bem como os contornos e nuances que se estabelecem nesse jogo simbólico, e os atores que o conformam e articulam.

Assinalando aspectos do cenário comunicativo nos últimos anos, pensando seus modos de organização, temas colocados, grupos que participam nas discussões, dinâmicas que concentram a propriedade dos meios e/ou dificultam o acesso coletivo, foram criadas determinadas iniciativas e movimentos¹². Tais perspectivas assumem características próprias e apontam questões daquilo que seriam contextos ideais para a democratização das comunicações, como a vinculação da comunicação com os direitos humanos (incluindo direito à comunicação, acesso e divulgação), a vida social e a cultura; acesso ao conhecimento; projetos que articulem os atores da sociedade civil; comunicação como democracia inclusiva e participativa; marcos regulatórios; direito de

11- Rey (2003) desenvolve a experiência dos observatórios e veedurias dos meios de comunicação, aprofundando os aspectos do contexto latino-americano, especificamente Argentina, Brasil, Colômbia, Uruguai, Venezuela, Peru, Equador e Chile.

12- Campanha pelos Direitos da Comunicação na Sociedade da Informação (CRIS conforme sigla em inglês), no ano de 2001; Fórum Mundial sobre o Direito à Comunicação, em 2003; Carta Pública Redes Latinoamerica, em 2004; Declaração da Sociedade Civil na Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI), em 2005.



vigiar os meios; redes públicas de comunicação; apoio a meios comunitários; ampliação da internet; comunicação pública (mesmo que a propriedade seja diversa), entre outros.

Buscou-se abordar as televisões públicas e governamentais brasileiras TV Brasil e NBR como espaços valorizados e criados pelos atuais governos latino-americanos para fomentar a produção, veiculação e circulação de produtos midiáticos concernentes ao atual contexto da América Latina, marcado por um processo de transformações socio-culturais significativas, bem como por reestruturações políticas na região, por um esforço estratégico de fortalecer a democracia, a cidadania e a integração regional no espaço latino-americano. Em outros termos, trata-se de atentar para estruturas midiáticas e dispositivas comunicacionais que priorizem a vinculação de uma visão positiva e afirmativa das identidades culturais latino-americana. Ainda, contribuindo para a reflexão e problematização dos diversos elementos que constituem e perpassam a realidade sociocultural e política contemporânea da região.

Ainda, compreende-se que a problematização, reflexão e articulação das questões referentes à cidadania comunicativa (Mata, 2006) e aos processos de democratização dos meios de comunicação (Segura, 2008) se apresentam como importantes no processo de construção da pesquisa de modo a possibilitar uma melhor compreensão dos detalhes, contextos e elementos que fazem parte da realidade investigada, oferecendo um olhar transversal para tratar o objeto, as perguntas de pesquisa, os objetivos da investigação, enfim, para permitir o avanço na construção do conhecimento enquanto prática social.



Referências bibliográficas

- **Bolaños, C. & Brittos, V.** (setembro/dezembro 2008) TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural. En Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol. X, Nº 3.
- **Camacho, C.** (2004) Democratización de la sociedad: entre el derecho a la información y el ejercicio de la ciudadanía comunicativa. En Sala de Prensa, Nº 71.
- **Cheresky, I. (comp.)** (2006) Ciudadanía, sociedad civil y participación política. Miño y Dávila: Buenos Aires.
- **Empresa Brasileira de Comunicação** (2011) Quatro anos de um ideal democrático. 2007 – 2011. EBC: Brasília.
- **Faxina, E.** (2012) Do mercado à cidadania: o desafio das transformações dos sujeitos discursivos, das institucionalidades e das narrativas jornalísticas na TV pública brasileira. 312 f. Tese (Doutorado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.
- **Ford, A.** (1999) Navegações: comunicação cultura e crise. UFRJ - Instituto de Filosofia e ciências sociais - Biblioteca Marina São Paulo de Vasconcellos: Ríó de Janeiro.
- **Gohn, M. G.** (maio/agosto 2011) Movimentos sociais na contemporaneidade. En Revista Brasileira de Educação, Vol. 16, Nº 47.
- **Lima, V. A.** (2011) Regulação das comunicações: história, poder e direitos. Paulus: São Paulo.
- **Maldonado, E.** (2012) América Latina, cidadania comunicativa e subjetividades em transformação: configurações transformadoras em uma época de passagem. En Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza. Anais... . Intercom: Fortaleza.
- **Mata, M. C.** (enero/abril 2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. En Fronteras. Estudos Midiáticos, Vol. 8, Nº 1, Unisinos, Porto Alegre, 5-15.
- **Mata, M. C. & outros** (2009) Ciudadanía comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. En Padilla, A. & Maldonado, A. (orgs.) Metodologías transformadoras: “Tejiendo la Red em Comunicación, Educación e Integración en América Latina”. Fondo Editorial CEPAP- UNESR: Caracas.
- **Moraes, D.** (2009) A Batalha da mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios. Pão e Rosas: Ríó de Janeiro
- **Petras, J.** (2008) América Latina: movimientos, cambios y gobiernos de centroizquierda. Monte Ávila: Caracas.
- **Rey, G.** (2003) Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina. En Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación. Colectivo La Tribu: Buenos Aires.
- **Rincón, O. (ed).** (2010) ¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina - Fundación Friedrich Ebert: Bogotá.
- (2002) Televisão pública: do consumidor ao cidadão. Fundação Friedrich Ebert-Stiftung: São Paulo.
- **Sader, E.** (2010) América Latina y el período histórico actual. En Revista de Ciencias Sociales Vol. 17, 265-271, Quilmes.
- **Segura, M. S.** (julio 2008) Procesos políticos y comunicacionales en Latinoamérica en los últimos 50 años. En Perspectivas de la Comunicación, Vol. 1, Nº 1, Maestría en Ciencias de la Comunicación, Universidad de la Frontera, Temuco. Recuperado de: http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/revista_1_2008/parte2_08.pdf
- (diciembre 2010) La reforma del sistema comunicacional: una cuestión ciudadana. En Fronteras. Estudos Midiáticos, Vol 12, Nº 3, Unisinos, São Leopoldo. Recuperado en: <http://www.fronteras.unisinos.br>



Facultad
de Ciencias
Humanas



Universidad
Nacional
de San Luis