

Autora: Mger. María Soledad Segura

Las disputas por democratizar las comunicaciones

Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009)

Tesis para optar al título de Doctora en Ciencias Sociales

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

Director: Dr. Ricardo Lionel Costa

Co-Director: Dr. Martín Alfredo Becerra

Córdoba

Marzo de 2011

Resumen

En esta tesis se analizan las características, recurrencias y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones de la sociedad civil en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en Córdoba entre diciembre de 2001 y marzo de 2009.

Se realiza un abordaje teórico-metodológico interdisciplinario que permite analizar las prácticas discursivas desde un enfoque socio-histórico. Analizar los discursos como prácticas lleva a preguntarse acerca de los agentes que las producen por una parte, y de las condiciones en que llevan a cabo el proceso de trabajo y producción de los discursos por otra. 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 mayor eficacia explicativa al relacionarlas con la posición relativa de poder que define a los agentes que producen las prácticas.

El problema se plantea entonces en tres niveles:

a) Nivel del discurso: ¿Qué características tienen los discursos producidos por los agentes colectivos (organizaciones) que tienden a la democratización de las comunicaciones en Córdoba en ese período? ¿Qué opciones, durante el proceso de producción, suponen las características identificadas? ¿De qué orden son las recurrencias y variaciones que se observan en el corpus?

b) Nivel de los sujetos que producen los discursos: ¿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 prácticas y mantenerlas, modificarlas o abandonarlas? ¿Cuáles son las posiciones de poder relativo de los agentes con los que mantienen relaciones de disputa?

c) 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 prácticas? ¿Cuáles son las condiciones que hacen posible la emergencia de estas experiencias y cuáles las que permiten o restringen los cambios en las tomas de posición?

Las principales conclusiones son: Las propuestas de democratización de las comunicaciones realizadas por organizaciones de la sociedad civil de Córdoba en el período diciembre de 2001/ marzo de 2009, así como las características de los discursos en que las formulan, encuentran su principio de comprensión/ explicación en cuanto opciones realizadas en el marco de condiciones sociales específicas dado el lugar de poder relativo que ocupan en relación con las corporaciones de medios masivos y el Estado. Dado su lugar de menor poder relativo, para aumentar la probabilidad de incidir en la definición las representaciones sobre el orden social común producidas y puestas a circular del modo específico en que lo hacen los medios de comunicación

de masas en sociedades mediatizadas, optan por la estrategia de impulsar cambios en las reglas de un juego en el que tienen restringida la posibilidad de la palabra.

Según los niveles identificados, se puntualiza lo siguiente:

a) Las prácticas analizadas implican pretensiones diferenciadas de radicalidad respecto de la reforma del sistema de la comunicación mediática, a saber:

1. Adaptación a las reglas de juego existentes (asesoramiento a organizaciones para hacerse visibles en los medios masivos por sus “brechas” o “fisuras”)
2. Producción (o modificación) de las propias reglas de juego en espacios alternativos (medios alternativos, cooperativas de trabajo y PYMES de medios)
3. Cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional en una variante defensiva y de control de violaciones de derechos a la comunicación (observatorios de medios, comisiones de seguimiento y denuncias de violaciones del derecho a la información o la libertad de expresión)
4. Cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional global en una variante ofensiva y propositiva (iniciativas ciudadanas para reformas legales, propuestas de reglamentación).

b) Estas propuestas constituyen estrategias que tienen como principio de comprensión/explicación la capacidad de incidencia de los agentes que las producen, con la siguiente precisión:

- Cuanto menor es el poder relativo del sector social (organizaciones de la sociedad civil) con respecto al sector privado (empresas de medios) y al estatal en el campo comunicacional, mayor es su pretensión de cambiar las reglas de un juego en el que carecen del control de la palabra.
- 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.
- Cuanto mayor es el poder relativo de los agentes individuales (dirigentes) en sus instituciones específicas (organizaciones), mayor es la pretensión de cambio de las reglas de juego.

c) A lo largo del período estudiado, estas estrategias presentan un creciente nivel de radicalidad en términos de su pretensión de reforma del sistema comunicacional global. Estas variaciones en las tomas de posición guardan relación con las variaciones en sus condiciones de producción:

- Durante la alta movilización social de 2001-2002, frente a un Estado debilitado y unas empresas mediáticas en crisis, predominan las propuestas alternativas.
- Entre 2003 y 2007, ante la relativa desmovilización social y la recomposición institucional, se registra una crisis de estrategias alternativas y surgen propuestas de reforma del sistema comunicacional que postulan la comunicación como derecho humano y servicio público.
- Finalmente, en 2008-2009, período caracterizado por la inclusión de la cuestión comunicacional en la agenda gubernamental, predominan las propuestas de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional global según un modelo público.

Abstract

The characteristics, recurrences and changes in the stances of civil society organizations in whose discourses it can be read a pretension to democratize the communications in Córdoba from December 2001 to March 2009 are discussed in this work.

An interdisciplinary theoretical and methodological approach is taken in order to analyze the discursive practices from a socio-historical approach. Analyzing discourses as practices leads to question, in one hand which agents produce them, and on the other which are the conditions within they carried out the work and production process of discourse. We do not deny the incidence of the values and beliefs on the discursive options that the agents put forward as reasons for their practices; however, we hypothesize that the options that characterize the discourses are more efficiently explained if we relate them to the relative position of power that defines the agents that produce the practices.

Then, the issue is raised on three levels:

a) Level of discourse: What specific characteristics do the discourses of collective actors (organizations) that promote the democratization of communication in Córdoba during this period have? What options, during the production process, do the characteristics identified assume? What are the kinds of recurrences and differences observed in the corpus?

b) Level of subjects that produce the discourse: From what relative power position do the social agents speak? In which properties do they base their differentiated relation capability that allows them to promote and maintain, modify or abandon their practices? What are the relative power positions of agents with who they maintain dispute relations?

c) Level of production conditions: Which is the social process that originated the system of relations where the agents' production fits? Under what conditions and relation systems do these practices arise? Which are the social conditions that make possible the emergence of these diverse experiences and which are the ones that allow or restrict the changes in the agents' stances?

The main conclusions are: The proposals for the democratization of communications produced by civil society organizations of Córdoba in the period from December 2001 to March 2009, and the characteristics of the discourses that they formulate, find its principle of understanding/explanation as choices made in the context of specific social conditions given the relative power place they hold in relation to media corporations and the State. Given their marginal position, in order to increase the likelihood of influence in the definition of the common social order representations produced and put into circulation on the specific way the mass media do in mediatized society, they opt for the strategy of promoting changes in the rules of a game where their possibility of speech is restricted.

According to the identified levels, we consider the following:

a) The analyzed practices involve claims of differentiated radical level of reform of media communication system, namely:

1. Adaptation to the rules of the game (advisory to organizations to become more visible taking advantage of the mass media "gaps" or "cracks").
2. Production (or modification) of the own rules of the game in alternative spaces (alternative media, cooperative in recovered media companies and SMEs media).
3. Changing the rules of global communication system in a defensive version that controls the communication rights violations (media observatories, committees that monitor the violations of the right to information or freedom of speech).
4. Changing the rules of global communication system in an offensive and proactive version (citizen initiatives for legal reform, regulatory proposals).

b) These proposals are strategies that have as a principle of understanding/explanation the influence capability of agents that produce them, with the following clarification:

- The smaller the relative power of the social sector (civil society organizations) with respect to the private sector (mass media companies) and the state in the communication field, the greater the pretension to change the rules of a game where they lack the control of speech.
- The greater the relative power of collective agents (organizations), the greater is the pretension to change the game rules of the communication system.
- The higher the relative power of individual agents (leaders) in their specific institutional spaces (universities, associations, organizations), the greater the claim to change the rules of communication system.

c) During the period under study, these strategies assume an increased level of radicalism in terms of its claims of reform of the global communication system. These variations in the stances are related to variations in the production conditions:

- During the high social mobilization period of 2001-2002, facing a weakened state and media companies in crisis, the alternative proposals predominate.
- Between 2003 and 2007, during the social demobilization and the institutional restructuring, there is a crisis of alternative strategies and an emergence of proposals to reform the communication system that postulate the communication as a human right and public service.
- Finally, in the period 2008-2009 characterized by the inclusion of the communication issue in the governments' agenda, the proposals to reform the communication system as a public model are the predominant.

Índice

Agradecimientos	11
Introducción	12
Delimitación del objeto, productores y corpus	15
Metodología	19
Problema, objetivos, hipótesis y estructura del trabajo	21
Capítulo 1: Las prácticas por la democratización de las comunicaciones.	
Un enfoque sociohistórico	24
1.1. Los discursos como prácticas	24
1.1.1. Comprender/explicar	26
1.1.2. El lugar del agente	28
1.1.3. El espacio de posibilidades discursivas	30
1.1.4. Luchas simbólicas	34
1.1.5. Estrategias de enunciación	36
1.1.6. Proceso social	39
1.2. Las prácticas por la democratización de las comunicaciones	41
1.2.1. Especificidad del campo de la comunicación mediática	42
1.2.2. Alcances de la propuesta	48
Capítulo 2: La constitución del campo comunicacional y las luchas por su democratización (1940-2001)	51
2.1. El campo comunicacional y las luchas por democratizarlo en Latinoamérica	52
2.1.1. El desarrollo a imagen y semejanza	52
2.1.2. La dependencia buscada	54
2.1.3. La transición no pactada	57
2.1.4. Neoliberalismo y repliegue	58
2.2. El campo comunicacional y las luchas por democratizarlo en la Argentina y Córdoba	60

2.2.1. Peronismo, los tres medios y la sindicalización	61
2.2.2. Antiperonismo y privatización	63
2.2.3. Expansión de medios, movilización política	65
2.2.3.1. El Cordobazo y la Intersindical de Prensa	67
2.2.3.2. La Escuela y la Contrainformación	68
2.2.4. Censura, control y persecución	69
2.2.5. Estado de Derecho, recuperación sindical y académica, radios comunitarias	71
2.2.6. Neoliberalismo y ajuste	75
2.2.6.1. Privatización y concentración de medios	77
2.2.6.2. Se articulan reclamos por la democratización	78
2.2.6.3. Los sindicatos ante la desregulación laboral	80
2.2.6.4. Las ONGs como alternativa laboral	81
2.2.6.5. La ECI y una nueva agrupación	82
2.2.7. Antes del estallido	84

Capítulo 3: La democratización de las comunicaciones

a nivel transnacional y en Latinoamérica entre 2001 y 2009	87
3.1. Crisis de representación política y de credibilidad mediática	88
3.2. El debate multilateral sobre políticas de comunicación	91
3.3. Movimientos sociales por la democratización de las comunicaciones	93
3.3.1. Nivel transnacional	94
3.3.2. Las acciones continentales	97
3.3.3. Nivel nacional	100
3.3.3.1. Observatorios y veedurías de medios	100
3.3.3.2. Organizaciones pro-reforma de leyes de comunicación	103
3.3.3.3. Periodismo público o cívico	107
3.3.3.4. Periodismo ciudadano, participativo o 3.0	109
3.4. Las federaciones académicas	111
3.5. Las asociaciones gremiales	114

Capítulo 4: La expansión del modelo alternativo en Córdoba (2001-2003)

4.1. Las condiciones de emergencia	116
4.1.1. Crisis, piquetes y cacerolas 1	116
4.1.2. La debilidad de las empresas mediáticas 1	119

4.1.3. Salvataje de los medios 1: el auxilio del Estado	122
4.1.4. Precarización, defensa de fuentes laborales y medios propios	123
4.1.5. La construcción de un nuevo público	124
4.1.6. Medios alternativos y redes democratizadoras nacionales	125
4.1.7. Los debates académicos	127
4.1.8. La relevancia de lo comunicacional y el sector social	128
4.1.8.1. Visibilizar actores	128
4.1.8.2. Articular organizaciones	131
4.1.8.3. Disputar sentidos	132
4.2. Las disputas por lo decible	134
4.2.1. Algunos intentos de adaptación. Saber jugar	136
4.2.2. Predominan estrategias alternativistas. Otras reglas de juego, medios propios	140
4.2.2.1. Medios alternativos. Retirarse para avanzar	141
4.2.2.2. Empresas mediáticas recuperadas. En las propias manos	146
4.2.3. La comunicación pública: un modelo emergente	147
4.2.4. Renombrar las prácticas	149
4.2.4.1. Lo alternativo entre lo público, lo masivo y lo popular	149
4.2.4.2. Los sujetos cambian sus papeles. Mayor participación	154
4.2.4.3. Autonomía versus institucionalización. Las damas o el ajedrez	156
4.2.4.4. Los nuevos soportes digitales	162
4.3. Los lugares de producción	163
4.3.1. Autoridades o precarizados	166
4.3.2. Militantes y emprendedores. Lo posible y lo deseable	169
4.3.3. Los que no provienen del campo comunicacional	172

Capítulo 5: Crisis de lo alternativo y emergencia del modelo público (2003- 2008)

5.1. Las condiciones de emergencia	175
5.1.1. La recomposición institucional	175
5.1.2. Salvataje de los medios 2 y avances para los sectores social y público	176
5.1.3. El fortalecimiento de las empresas de medios	181
5.1.4. Las redes de comunicación: lo público y lo alternativo	183
5.1.4.1. La Coalición por una Radiodifusión Democrática 1	184

5.1.4.2. La Red Nacional de Medios Alternativos	194
5.1.4.3. Otras articulaciones y debates	195
5.1.5. Recuperación salarial, articulación gremial y propuestas democratizadoras	197
5.1.6. Política, economía e intervención pública de la academia	199
5.1.7. Los públicos: la naturalización del desencanto	201
5.2. Las disputas por lo decible	202
5.2.1. La crisis de las experiencias alternativistas	204
5.2.1.1. Desaparecen medios autónomos y proyectos adeptativistas	204
5.2.1.2. Surgen y desaparecen revistas independientes	206
5.2.1.3. Los medios institucionalizados superan sus crisis	211
5.2.2. Las prácticas alternativas emergentes: altermundismo y ciudadanía	213
5.2.3. Una red de medios entre lo alternativo y lo público	220
5.2.4. Las prácticas públicas emergentes	223
5.3. Los lugares de producción	229
5.3.1. Militantes ‘jóvenes’ y ‘viejos’	231
5.3.2. Agentes con escaso poder relativo	233
5.3.3. Individuos poderosos y colectivos débiles 1	235
5.3.4. Individuos poderosos y colectivos débiles 2	236
Capítulo 6: La consolidación del modelo público (2008- 2009)	239
6.1. Las condiciones de emergencia	240
6.1.1. Crisis, piquetes y cacerolas 2	240
6.1.2. La comunicación en la agenda gubernamental	242
6.1.3. La debilidad de las empresas mediáticas 2 y el abandono de la neutralidad	250
6.1.4. La Coalición por una Radiodifusión Democrática 2	257
6.1.5. El gremio frente al campo, el gobierno, los medios y la Coalición	263
6.1.6. Carta Abierta y lo comunicacional	265
6.1.7. Las universidades en la Coalición, observatorios, RENAU y TV Pública	267
6.1.8. Los públicos: ¿el inicio de la desnaturalización?	268
6.2. Las disputas por lo decible. Barajar y dar de nuevo	269
6.2.1. Reposicionamientos de los alternativistas	270
6.2.1.1. De lo alternativo a lo público	271
6.2.1.2. Lo alternativo que permanece como alternativa	272
6.2.2. De la defensa a la propuesta	274

6.2.2.1. Desaparecen la COMIPREN y el Observatorio	274
6.2.2.2. Se construye la Coalición-Córdoba	275
6.3. Los lugares de producción. Se arma el rompecabezas	281
Consideraciones Finales	287
El proceso por la democratización	288
Los niveles de radicalidad	290
Las posiciones relativas de poder	296
Bibliografía	301
Hemerografía	316
Documentación	320
Corpus	325
Entrevistados	326
Anexo	328
Índice del Anexo	328
Corpus	331
Entrevistas	411

Agradecimientos

A mi director, Dr. Ricardo Lionel Costa, quien supo guiarme con sabiduría ayudándome a pensar, a formular preguntas y a ensayar respuestas.

A mi co-director, Dr. Martín Alfredo Becerra, quien orientó mi mirada sobre las políticas de comunicación y proveyó con lucidez pistas certeras para tomar decisiones en las encrucijadas de la indagación.

A los directores del Programa Discurso y Sociedad del CIFYH-UNC, Dra. Danuta Teresa Mozejko y Dr. Costa, y del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del CEA-UNC, Prof. María Cristina Mata, y a todos los compañeros de los dos equipos de investigación, por haberme permitido a lo largo de estos años, crecer intelectualmente junto a ellos y enriquecerme con sus perspectivas, aportes y críticas. A la Dra. Mozejko en particular, quien paciente y rigurosamente revisó los apartados de análisis del discurso de esta tesis.

A los entrevistados por su generosidad y confianza para compartir conmigo sus experiencias, pasiones y reflexiones, y por revolver archivos y desvanes. Espero hacer justicia a sus prácticas.

A mi marido, Nicolás Wolovick, y mis padres, María Elena Hauy y Luis Eduardo Segura, por estimularme y sostenerme cotidianamente. Sin ellos, ni esta tesis ni gran parte de lo realizado en este tiempo, hubiera sido posible.

A los innumerables colegas, estudiantes, familiares y amigos que me facilitaron bibliografía, documentos, datos y hasta investigaciones en curso, y que comentaron y discutieron ideas y confusiones; en especial, a Daniela Monje y Guillermo Mastrini.

A quienes con su trabajo diario hacen que el sistema nacional científico y las universidades públicas argentinas sean espacios de producción de conocimientos de calidad. A CONICET, la UBA y la UNC por haberme asegurado las condiciones laborales y de aprendizaje necesarias en esta etapa. Al equipo de la Secretaría de Postgrado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, y a su ex titular, Dr. Pablo Alabarces, por habernos facilitado la participación en el Doctorado.

A mi mamá, por asumir con cariño y entusiasmo la árida tarea de revisar el borrador final. A Susana Hauy por el gusto y la dedicación puestos en el diseño de las carátulas.

Finalmente, quiero agradecer a mi hijito Lucas, porque desde la sapiencia y la felicidad de sus dos años, un día cuando -con la desazón causada por la incertidumbre que implica el proceso de investigación- me preguntaba en voz alta a quién podría resultarle interesante y útil este trabajo, me respondió con solemnidad: “A mí, mami”.

Introducción

Introducción

En esta tesis, analizo 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 Córdoba en el período de diciembre de 2001/marzo de 2009.

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.

El abordaje de este objeto reviste entonces particular importancia en varios niveles.

A nivel global, porque (1) luego de 30 años se reeditó 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, (2) 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 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).

Por otra parte, en los países latinoamericanos (3) se han desarrollado experiencias innovadoras en pos de la democratización de las comunicaciones como las prácticas de observatorios y veedurías de medios, (4) mientras se multiplicaron también las organizaciones que en los países del subcontinente proponen reformas de legislaciones. Asimismo, en la Argentina y en Córdoba, (5) a partir de la crisis de 2001-2002, las experiencias que impulsan democratizar las comunicaciones se multiplicaron notablemente, y (6) el debate sobre políticas nacionales de comunicación se actualizó en 2004 impulsado por organizaciones sociales, y en 2008-2009 impulsado por el 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.

La democratización de las comunicaciones o, dicho de otra manera, de la concentración de medios y sus consecuencias para la vigencia de los derechos vinculados a la comunicación, ha sido abordada desde la economía política y la política de comunicación en estudios sobre concentración de medios (ver, por ejemplo, Mastrini, 2005; Mastrini y Becerra, 2006; Becerra y Mastrini, 2009a; Monje, 2010), y desde perspectivas jurídicas sobre el respeto, reconocimiento y demanda de derechos a la información y la comunicación (ver, por ejemplo, Loreti, 1995 y 2005; Rodríguez Villafañe, 2009). También ha sido tratada por la semiótica y el análisis del discurso en procura de desmontar las estructuras de dominación simbólica presentes en los discursos, y por los estudios culturales, que replantearon el rol del receptor en el uso y resignificación de los mensajes (consultar, por ejemplo, Gómez, 2003; Saintout y Ferrante, 2006). Asimismo se han realizado estudios desde enfoques centrados en las prácticas comunicacionales de organizaciones sociales, particularmente sobre las resistencias mundiales a los proyectos globalizadores que usan las tecnologías informáticas y comunicacionales para conectarse y organizarse (Por ejemplo, Mattelart, 2002). En tanto, Alfaro propone la noción de “comunicación ciudadana” (2002) y Mata la de “ciudadanía comunicativa” (2006).

Sin embargo, poco se ha escrito sobre los movimientos sociales que dan el debate sobre el sistema comunicacional en su conjunto, lo que implica en definitiva construir nuevos modelos comunicacionales. Se encuentran análisis de algunas de estas experiencias y propuestas en Mata y otros, 2005. En relación a las experiencias de observatorios y veedurías, cabe mencionar a Rey, 2003a; y Solís Leree, 2004¹; y acerca de las organizaciones que impulsan reformas legales, a Calleja Gutiérrez, Ávila Pietrasanta y Solís Leree, 2005; y Anaya, 2005. Sobre este tema en la Argentina, se estudiaron los medios y redes de comunicación alternativa surgidas en el período 2001-2002 (entre otros, Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004; Amman y Da Porta, 2008), y también las experiencias de movilización de la sociedad civil a partir de 2004 y, especialmente, desde 2008 cuando el Gobierno puso en debate la nueva ley de radiodifusión (Córdoba, 2010). No obstante, son escasos los análisis de las conexiones entre lo que en este trabajo 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 público².

¹ Además, se publicaron varios artículos sobre este tema, pero en su mayoría se trata de trabajos analítico-descriptivos y/o comparativos de las experiencias.

² 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

Esta investigación, sin embargo, no sólo profundiza el estudio de un problema aún escasamente explorado en los estudios de comunicación sino que, además, lo aborda 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 (Mozejko y Costa, 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 imponer³.

Este enfoque 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

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.

³ Una curiosidad que sostiene una hipótesis: Tanto mi tesis de Maestría como esta tesis doctoral abordan transformaciones en políticas sociales en el primer caso y culturales –específicamente comunicacionales– en el segundo. En ambos casos, cobran relevancia central legislaciones que constituirán las condiciones de posibilidad de estas transformaciones: las tres leyes de reforma del Estado cordobés y la ley de retenciones a las exportaciones de granos. Las primeras normas son aprobadas y la segunda es rechazada, gracias a una “traición”: la del voto a favor del senador cordobés Bodega del FREPASO sospechado de coima en 1999, y el voto “no positivo” del vicepresidente de la Nación Julio Cobos en 2009. En los dos casos, por lo tanto, lo que permite comprender/ explicar las prácticas, no es el peso de los argumentos esgrimidos durante los larguísimos debates parlamentarios ni la fuerza de las convicciones sostenidas por cada bloque político, sino “la fuerza de la mayoría” y los márgenes de impunidad (basados en las posiciones de poder relativo de cada agente).

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.

Delimitación del objeto, productores y corpus

El objeto de estudio fue construido desde la perspectiva teórico-metodológica propuesta y en función de un recorte basado en tres criterios: temático, temporal y geográfico.

Con respecto al recorte temático, cabe aclarar que las organizaciones y experiencias cuyas tomas de posición se analizan no necesariamente reconocen sus propias prácticas como tendientes a democratizar el sistema comunicacional ni tampoco se reconocen como grupo. Este agrupamiento es fruto de una operación de construcción del objeto de estudio en función de las variables en las que operacionalizamos la noción de democratización de las comunicaciones. Desde esta perspectiva, consideramos sólo las prácticas de organizaciones sociales⁴ cuyo objetivo central y ámbito de acción específico es la intervención en comunicación⁵, y que han impulsado experiencias que tiendan –de algún modo- a la defensa, reivindicación o ampliación de derechos de comunicación. En este sentido, esta investigación aborda lo que Mata denomina “ciudadanía

⁴ No constituirán entonces objeto de nuestro análisis las prácticas de intervención en comunicación en pos de la defensa, reivindicación o ampliación de derechos de ciudadanía comunicativa, impulsadas por unidades académicas. Aunque históricamente parte de los académicos latinoamericanos estuvieron junto a las organizaciones sociales frente a los Estados y la empresas en las disputas por la democratización de las comunicaciones, no incluiremos las experiencias en este sentido desarrolladas en la Universidad Nacional de Córdoba porque las universidades públicas constituyen otro sector para la radiodifusión y las políticas de comunicación, y tienen además otras lógicas prácticas.

⁵ 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 (por ejemplo, Fundación Geos o Red Ciudadana Principio del Principio que hicieron acciones sobre el derecho de acceso a la información pública, o Fundación Wachay, que aparece articulada a una productora de contenidos audiovisuales).

comunicativa ejercida” en tanto “movilización social, política y cultural en torno a esa dimensión de la vida en sociedad” (Mata y 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 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.

Con respecto al recorte temporal, consideraremos además un particular período en este sistema de relaciones: abordaremos 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 analizaremos 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.

Además, tomamos en cuenta la correspondencia existente con los movimientos por la democratización de las comunicaciones que surgen en este nuevo milenio a nivel internacional, particularmente latinoamericano.

Como en el período abarcado las condiciones de producción se han ido modificando, será necesario detenerse en su análisis para abordar las producciones de cada etapa.

Finalmente, operamos también un recorte geográfico. Si bien durante este período se produjeron procesos similares en al menos las principales ciudades del país –como Buenos Aires, La Plata y Rosario–, analizaremos sólo las prácticas realizadas en la ciudad de Córdoba⁶, aunque no se perderán de vista las conexiones con lo sucedido a nivel nacional e incluso en otros países latinoamericanos. En esta ciudad⁷, 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.

Acercas de los productores de los discursos, cabe introducir aquí una aclaración referida al modo de construirlos. En la medida en que las prácticas que analizo son producidas por organizaciones de la sociedad civil, el proceso de producción del corpus discursivo que estudio tiene un carácter complejo. En ese proceso, hay un conjunto de operaciones de producción en las que intervienen diversos agentes sociales (individuales) y que van marcando lo que será el producto final. De este modo, la complejidad del proceso de producción del corpus discursivo propuesto implica también considerar el tema de la producción de discursos por parte de agentes individuales o colectivos. Esta cuestión puede ser metodológicamente dirimida de diversos modos. Optamos aquí por una combinación de ellos:

- Consideramos agente colectivo al grupo “firmante” de determinado discurso, tanto si la producción de las prácticas discursivas ha seguido mecanismos estandarizados, reconocidos y aceptados de tomas de decisiones colectivas⁸, como si no lo ha hecho en la medida en que el discurso es producto de cierto estado de las disputas de poder dentro de esa organización.

⁶ El proyecto había sido inicialmente pensado para la Argentina, pero los directores de tesis y la comisión de doctorado sugirieron este recorte en función de la factibilidad de conclusión del estudio.

⁷ Con este criterio, no consideraremos los medios alternativos que surgieron en el período considerado en otros lugares de la provincia de Córdoba como la Radio San Cayetano de Serrezuela vinculada al Movimiento Campesino ni a otros medios cooperativos recuperados por sus trabajadores como El Diario de Villa María.

⁸ Ver “grupo organizado” en la definición de “Acción Colectiva” propuesta por Boudon y Bourricaud, 1993: 35.

- Sin desmedro de lo anterior, consideramos en particular a algunos agentes individuales que ocuparon posiciones relativas de mayor poder al interior del colectivo (director, líder o dirigente, responsable o representante del grupo). Esta relevancia puede ser determinada a partir de reconstruir el proceso de producción de los discursos para determinar cuáles fueron los agentes individuales que tuvieron mayor capacidad de incidencia para introducir modificaciones sustanciales al producto. En este caso, la posición relativa de poder de un agente se define a partir de determinar su capacidad de incidencia en el juego, su peso relativo en las luchas.

Si el agente considerado es individual o colectivo, le imputamos intereses individuales o colectivos, respectivamente.

El corpus de análisis está conformado por los discursos fundacionales de todas las experiencias. Se incluyen aquí productos de distinto tipo dada la amplia diversidad de las prácticas analizadas y de sus condiciones y procesos de producción y enunciación. Incluimos así Actas Fundacionales, Manifiestos y Estatutos de constitución, documentos todos que son producto de un proceso que ha seguido reglas estandarizadas y reconocidas de producción por un agente colectivo. En los casos en que estos tipos de textos no habían sido producidos, consideramos textos de presentación institucional tales como: los Editoriales del primer número de las revistas, la Introducción de la primera publicación de una organización, o la página de presentación “¿Quiénes somos” de los sitios web. Y en los casos en que no se encuentra ninguno de los dos tipos de textos mencionados, recurrimos a la primera producción escrita de carácter público realizada por ese agente como la sistematización de una experiencia o la convocatoria a una actividad. De todos modos, tanto en los casos en que los procedimientos de producción están rutinizados y son conocidos y aceptados, como en los que no, los discursos producidos son siempre resultado de la relación de fuerzas al interior de cada organización o grupo en determinado momento histórico. Por lo tanto, las opciones que quedaron plasmadas en el texto son las que lograron imponerse en las disputas internas de cada grupo, pero no las únicas que estuvieron en juego.

A partir del análisis del discurso fundacional, se desprenden algunas líneas de análisis sobre las que identificaré las continuidades o diferencias en el proceso de cada agente colectivo en particular -muchos agentes fueron modificando sus posicionamientos frente a las nuevas condiciones objetivas y a medida que cambiaba su lugar social-, como en relación con las demás organizaciones sociales que hacían propuestas de democratizar las comunicaciones. Para recuperar los procesos de producción de modificaciones y persistencias en las tomas de posición de los discursos fundacionales y de prácticas no discursivas, tomo como fuentes de información

otros discursos: entrevistas individuales y colectivas porque hay muchas prácticas no documentadas por escrito; y otros documentos de cada organización tales como sistematizaciones, colecciones de revistas, historial de las páginas *web*, y ponencias, tesis y artículos producidos por sus integrantes. Se analizan entonces en primer lugar las tomas de posición de los medios y/u organizaciones seleccionados, a partir de los documentos "fundacionales", y luego, se procura registrar sus recorridos, explicitaciones, cambios, etcétera, a partir de sus prácticas discursivas (aparecidas en otros documentos) y no discursivas a lo largo del período seleccionado. Los discursos obtenidos en entrevistas⁹ y otros documentos son un recurso para explicitar, ver más claro, lo relativo a las tomas de posición analizadas en las prácticas antes mencionadas: discursos fundacionales, prácticas discursivas y no discursivas durante el período.

Metodología

Al tener como eje la conceptualización del discurso como práctica, es decir, en cuanto proceso de producción de opciones realizadas por un agente social en el marco de ciertas condiciones sociales, y que se hacen visibles en marcas identificables en el enunciado, el enfoque teórico-metodológico propuesto implica cuatro pasos –no necesariamente cronológicos– en el proceso de trabajo:

- a. Construcción socio-histórica de los elementos del proceso social global que da origen al sistema de relaciones donde se insertan los agentes sociales y definen las condiciones de enunciabilidad de las prácticas analizadas.
- b. Construcción de los agentes sociales cuyos discursos se analizan.
- c. Abordaje de los textos del corpus, privilegiando como estrategia la construcción de la figura del enunciador.
- d. Puesta en relación de los pasos a, b y c.

Además del relevamiento y la lectura crítica de la bibliografía específica sobre el tema a abordar que provee los insumos teóricos y metodológicos a la investigación, la metodología propuesta requiere operaciones específicas.

Para desarrollar los puntos a) y b) es necesario leer bibliografía que provea la información necesaria para presentar el proceso social que constituye tanto el antecedente de las prácticas

⁹ De acuerdo con el enfoque teórico-metodológico propuesto, el sentido de la acción (en términos de Weber, 1969: 5) y, por lo tanto, los fundamentos de su comprensión, no se busca de manera exclusiva ni metodológicamente preferencial en el nivel de la conciencia de los actores (manifestada en los discursos producidos como documentos o en situación de entrevista). Como explicitaremos en el Capítulo 1, la comprensión/explicación de las prácticas se ubica en la dimensión de las condiciones objetivas en cuanto posibilidades favorecedoras dentro de las cuales actúa el sujeto social (Costa, 2010: 62).

analizadas, como su contexto inmediato; también, la información necesaria para construir los agentes sociales involucrados y su competencia, tales como documentos, trabajos de tipo histórico, biográfico, etcétera; además se recurre –en los casos en que resulta escasa la información obtenida de estas fuentes documentales- a la realización de entrevistas. La construcción de trayectorias implica una metodología que orienta la búsqueda de la información pertinente.

En tanto, para llevar adelante el punto c) deben realizarse en primer lugar, ajustes en la conformación del corpus y luego, analizar los discursos que lo conforman de acuerdo con una metodología específica de trabajo sobre los textos que privilegia la construcción del sujeto de la enunciación como modo de abordaje de las marcas textuales, en cuanto objetivación de las opciones realizadas por el agente social.

Se siguen, por lo tanto, dos modos diferentes de trabajo sobre los textos según el carácter que se les asigne:

- Los textos que proveen la información necesaria para la construcción de los agentes sociales, de los antecedentes y de los contextos fueron abordados para seleccionar la información pertinente acerca de los autores en cuestión y construirlos en tanto agentes sociales, y para reconstruir el proceso de producción e imposición de esos discursos.
- Los textos del corpus propiamente dicho fueron analizados mediante la estrategia de construcción del enunciador implícito a partir de las marcas textuales en sus diferentes niveles y del enunciado propuesto.

Con respecto a la realización de las entrevistas, es importante considerar la relación de la entrevistadora con los entrevistados -protagonistas de las experiencias analizadas-, tal como se consigna en el Anexo, porque esto forma parte del espacio de posibles en el que se desarrolló el estudio y marca tanto las limitaciones como las posibilidades de la producción discursiva en la situación de entrevista. A la mayoría de los entrevistados los conocía previamente por haber compartido espacios laborales, de estudio o de participación social¹⁰. Esto facilitó que aceptaran la entrevista y permitieran el acceso a la documentación necesaria. En cuanto a la información provista tanto en la entrevista como en los documentos proporcionados, por un lado se registra una mayor apertura (que la que suponemos tendrían con entrevistadores ajenos) para relatar los micro-procesos de cada organización dada la confianza depositada en la entrevistadora, pero en contrapartida, se registró en algunos casos una restricción de la información o bien porque se

¹⁰ En general, la investigación realizada es deudora de los aprendizajes, relaciones e intereses forjados a lo largo de mi trayectoria académica y profesional en este campo. En particular, de las organizaciones cuyas prácticas se analizan, he participado activamente en la última etapa de la COMIPREN y de la unidad ejecutora del Observatorio Ciudadano de Medios (2007-2009), y esporádicamente de la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba (2008-2010).

suponía que se compartían con la entrevistadora el conocimiento y las percepciones sobre el proceso, o bien porque al carácter académico del estudio propuesto se le asigna un valor evaluativo que condiciona la respuesta a lo que se supone que es considerado correcto decir. Por lo tanto, la utilización de esta técnica requirió un particular ejercicio de vigilancia epistemológica para tomar la necesaria distancia analítica¹¹.

Por otra parte, como también se indica en el Anexo, la mayoría de las entrevistas se realizaron tiempo después de finalizadas las experiencias; esta distancia permitió que en las respuestas se incorporaran elementos evaluativos y analíticos, porque lo que aquí estaba centralmente en juego era la construcción de la historia legítima de ese agente colectivo y también de la trayectoria del propio agente individual, situado ya en otro lugar. En otros casos, por el contrario, las entrevistas se realizaron durante el desarrollo de procesos de producción, en el marco de las disputas por el poder relativo y por la definición de lo valioso en ese sistema de relaciones, por lo que las intervenciones de los entrevistados adoptan un cariz diferente.

Estas aclaraciones se fundan en la hipótesis de que el discurso producido por un agente en situación de entrevista es también una práctica no necesariamente conciente ni racional de selección de opciones habida cuenta de su lugar de producción que va a definir el espacio de posibles para formular un discurso que ni es absolutamente arbitrario ni tampoco el único posible.

Problema, objetivos, hipótesis y estructura del trabajo

Teniendo en cuenta esta manera de construir el objeto de conocimiento, se plantearon 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 en Córdoba entre 2001 y 2009:

a) Nivel del discurso:

- ¿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 Córdoba en ese período?

¹¹ La participación en el sistema de relaciones al que pertenecen los agentes cuyas tomas de posición son objeto de análisis en esta tesis, me obligó a ejercitar la reflexividad como proceso continuo (ver, por ejemplo, Guber, 2004) y el “extrañamiento” como estrategia (entre otros, Lins Ribeiro, 1998), y a tener en cuenta también la distinción que hace Rockwell (s/d) entre la inclusión del sentido común de ciertos grupos en la investigación y la perspectiva política desde la que se hace el estudio que es producto de un trabajo teórico, y sus advertencias acerca de la necesidad de evitar enjuiciar donde hace falta explicar.

- ¿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?

b) Nivel de quienes producen las prácticas discursivas:

- ¿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?

c) 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 prácticas¹²? ¿Cuáles son las condiciones sociales que hacen posible la emergencia de esta diversidad de experiencias¹³ y cuáles las que permiten o restringen los cambios en las tomas de posición?

Para responder a estos interrogantes, se plantearon los siguientes objetivos de esta investigación:

1. Estudiar las prácticas, particularmente discursivas, de organizaciones en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar de algún modo las comunicaciones en Córdoba entre diciembre de 2001 y marzo de 2009, buscando identificar las características, recurrencias y variaciones de los debates que impulsan sobre comunicación, política y democracia.
2. Identificar los elementos que permiten construir la posición relativa ocupada por los agentes sociales (colectivos y/o individuales) que producen tales prácticas.
3. Analizar y presentar las condiciones sociales dentro de las cuales surgen y son producidas las prácticas de los agentes considerados.
4. Relacionar las características de las prácticas discursivas con las condiciones sociales de su producción y con la posición relativa de los agentes sociales que las producen.

La hipótesis central que guió esta investigación es:

¹² 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.

¹³ 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?

Las propuestas de democratización de las comunicaciones realizadas por organizaciones de Córdoba (asociaciones gremiales, ONGs y otros colectivos sociales), así como las características de los discursos en que las formulan, encuentran su principio de comprensión/explicación en cuanto opciones realizadas en el marco de condiciones sociales específicas dado el lugar de poder relativo que ocupan en relación con las corporaciones de medios masivos y el Estado. Dado su lugar marginal, para aumentar la probabilidad de incidir en el control de las representaciones sobre el orden social común producidas y puestas a circular del modo específico en que lo hacen los medios de comunicación de masas en nuestras sociedades mediatizadas, optan por la estrategia de impulsar cambios en las reglas de juego (leyes, regulaciones, controles)¹⁴.

La exposición de los elementos tendientes a contrastar las hipótesis formuladas en respuesta a los interrogantes planteados, se estructurará del siguiente modo:

En el Capítulo 1 expongo las implicaciones de este enfoque para abordar el objeto de estudio propuesto, esbozo las características generales de este sistema de relaciones específico, ubico las prácticas analizadas como subsistema de relaciones dentro del campo de la comunicación mediática y expongo los alcances y límites del objeto de estudio propuesto.

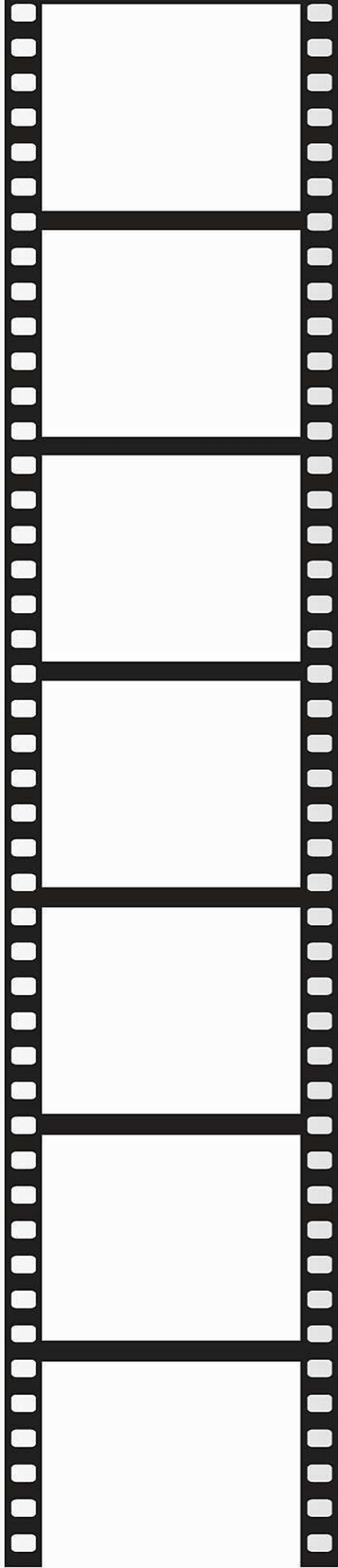
El Capítulo 2 está dedicado a los antecedentes de las prácticas aquí analizadas. Expongo de modo diacrónico el proceso de emergencia y consolidación del campo de estudios y prácticas de comunicación -estudios académicos, prácticas sociales, políticas estatales y estrategias empresariales- en relación con los procesos sociales globales desde mediados de la década de 1940 hasta el año 2001 en Latinoamérica, en la Argentina y en Córdoba en particular.

En el Capítulo 3 reconstruyo las prácticas por la democratización de las comunicaciones que produjeron movimientos sociales, gobiernos y universidades entre 2001 y 2009 a nivel transnacional y latinoamericano.

En tanto, en el Capítulo 4 analizo los procesos de producción y enunciación, las características discursivas específicas, sus recurrencias y rupturas, los agentes sociales que las produjeron y las condiciones en que se produjeron las prácticas objeto de este estudio producidas en el período 2001-2003. En el Capítulo 5 considero las del período 2003-2008, y en el Capítulo 6 las del período 2008-2009.

Por último, en las Consideraciones Finales retomo la hipótesis inicial y expongo una síntesis de la argumentación desarrollada en el trabajo para corroborar y precisar esta hipótesis.

¹⁴ Esta hipótesis se funda en una constatación que podríamos considerar ya clásica en la sociología de la cultura (desde Gramsci hasta Williams y Bourdieu): Los sujetos sociales que ocupan posiciones de dominación, debilidad, o menor poder relativo, tienen mayores probabilidades de proponer innovaciones y pretender cambiar las reglas de un juego en el que llevan las de perder, en la medida en que esas reglas son las que establecen cuáles serán los recursos valorados y, por lo tanto, las que fundan las posiciones de poder relativo en ese juego.



Capítulo 1

Las prácticas por la democratización
de las comunicaciones.

Un enfoque sociohistórico

Capítulo 1

Las prácticas por la democratización de las comunicaciones

Un enfoque sociohistórico

La realidad del proceso cultural debe incluir siempre los esfuerzos y contribuciones de los que de un modo u otro se hallan fuera o al margen de los términos que plantea la hegemonía específica.
(Williams, 2000: 135)

En este Capítulo, se presentan el enfoque teórico- metodológico que utilizaré en esta tesis y sus implicaciones para la construcción del objeto de estudio. En la primera sección, se exponen los aportes que el enfoque adoptado puede realizar al área de estudios de comunicación y política, sus fundamentos sociológicos y semióticos, y la propuesta de articulación. En la segunda sección, se construyen las prácticas analizadas como subcampo específico dentro del campo de la comunicación en Argentina y Córdoba.

1.1. Los discursos como prácticas

Las recurrencias y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en Córdoba entre 2001 y 2009, serán indagadas en los discursos fundacionales de estas experiencias, a los que consideraré en relación con sus condiciones de producción. En el modo de conceptualizar esta relación reside la especificidad del enfoque propuesto, el cual parte de pensar al discurso como una práctica social. Este abordaje implica considerar a los discursos como prácticas específicas, de elaboración, propuesta y difusión de sentidos, representaciones y definiciones que sustentan, explican, legitiman, interpelan otras prácticas. Si bien todas las prácticas sociales implican sentidos y no pueden ser comprendidas fuera de los sentidos puestos en juego por los sujetos que las producen (Weber, 1969), las prácticas discursivas tienen la particularidad de plasmarse en enunciados concretos que son el resultado de la acción del agente social (individual o colectivo).

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

de identidades”¹⁵. El valor social relativo de cada agente depende del nivel y composición de la participación que tenga en la distribución de estas propiedades. “El control diferenciado de recursos eficientes es uno de los dos componentes de lo que entendemos por competencia del agente” (10). El otro, es la orientación que se ha incorporado en el marco de la trayectoria como resultado del proceso de gestión de la competencia, y que “incide en el uso que el agente social haga de sus recursos en el futuro” (12). La gestión consiste en “poner en valor los propios recursos invirtiendo, retirando, mostrando o silenciando según la percepción del juego y de la propia fortaleza relativa”, esto es: las “decisiones de inversión tanto en la conformación y crecimiento de la propia cartera de recursos, cuanto en la modificación de los componentes de la misma según cuáles sean las variaciones del valor social atribuido a cada uno de ellos” (11).

Las prácticas discursivas se entienden entonces como resultados de una gestión, de opciones hechas por el agente dado el lugar y la competencia que lo definen. Esta acentuación enfatiza la actividad estratégica del agente social, aunque se desarrolle en el marco de un sistema que impone limitaciones. Por lo tanto, el principio de comprensión y explicación de una práctica discursiva no está dado sólo por las condiciones objetivas, sino por el accionar estratégico del agente social que la produce en el marco de un espacio de posibilidades definido por el lugar que ocupa.

El abordaje de los discursos como prácticas lleva a plantearse la pregunta acerca del proceso de trabajo de quien los produce, el agente social individual o colectivo que realiza la práctica. El interrogante sobre el proceso de producción de los enunciados (y de las marcas que ese proceso deja en el enunciado mismo) conduce a averiguar acerca de las condiciones sociales de producción que las limitan y las hacen posibles, y acerca de los agentes que las producen y en cuyo proceso de trabajo se vuelven operantes esas condiciones (Costa y Mozejko, 2001a: 9). El espacio de posibilidades y coerciones bajo las cuales se da esa producción se define, habida cuenta del agente social que la realiza en el marco de determinado sistema de relaciones, en cierto momento socio-histórico y en un espacio específico, y que entabla relaciones de poder y de luchas por poder –de las que el discurso mismo forma parte fundamental (Foucault, 1970)-.

La pregunta que formulamos desde esta perspectiva, no es entonces ¿quién tiene la verdad o la razón?, sino ¿cuál es el lugar desde donde habla cada uno, que hace comprensible y explicable dicha toma de posición? Las prácticas sociales, incluidas las discursivas, son comprensibles en tanto selección no necesariamente conciente ni racional de opciones dentro de un espacio de posibles, habida cuenta del lugar, la competencia y la gestión del agente social que las produce en un sistema de relaciones en un tiempo y espacio dados, en el marco de su trayectoria, independientemente de que su resultado sea o no rentable (funcional, legitimante) para él.

¹⁵ No es, por lo tanto, el mismo abordaje que el concepto de lugar de Augé (1996).

Más aún, las posibilidades y limitaciones que surgen de las condiciones objetivas brindarían elementos para comprender y explicar prácticas que no redundan en beneficio del agente, si permiten mostrar que el mismo ‘tenía razones para hacer Y’, que ‘el sistema de posibilidades y limitaciones hace comprensible que X haya hecho Y’. (Costa y Mozejko, 2001a: 33-34)

1.1.1. Comprender/ explicar

El modo propuesto de abordaje de los discursos como prácticas implica también considerar que el proceso de su producción es histórico y, por lo tanto, irrepetible, y que el producto (el discurso) no es mero resultado de condiciones que imponen su necesidad, sino de opciones realizadas por el agente. Estos caracteres, igual que ocurre con otros hechos históricos, generan un problema de pretensión de validez de los “enunciados que afirman la incidencia de las condiciones objetivas particulares sobre prácticas, como las discursivas, no susceptibles de reiteración y, por lo mismo, de cuantificación y correlación estadística” (Costa y Mozejko, 2008: 54). Las cualidades de irrepetibles y no necesarias de las prácticas plantean la pregunta por la explicación, si explicar es establecer causas y regularidades que las hacen previsibles. Según Ricoeur (1995: 197), en el “modelo nomológico”, “el valor predictivo de una hipótesis se convierte en un criterio de validez de la explicación”. Pareciera que, ante esta dificultad, todo lo que puede hacerse con el discurso es del orden de la comprensión en tanto “captación de la conexión de sentido que se incluye en la acción” (Weber, 1969: 9).

Mozejko y Costa (2007) plantean aquí un principio de ruptura en el abordaje de las prácticas discursivas: la ruptura con la dicotomía comprensión vs. explicación¹⁶. En este caso, la capacidad de previsión no se funda en la regularidad observada de los fenómenos, sino que “requeriría del establecimiento, fundado empíricamente, de la probabilidad de su reiteración” (Costa, 2010: 62).

...la probabilidad de reiteración de fenómenos singulares históricos no estará fundada en la reiteración estadísticamente comprobada (...) sino en la posibilidad objetiva de que, dadas las condiciones dentro de las cuales el sujeto social define sus prácticas, su manera de actuar se reitere si las condiciones objetivas se repitieran. (Costa, 2010: 66)

Esto implica plantear la causalidad en el estudio de los hechos sociales en ruptura con la dicotomía entre lo accidental y lo necesario, para hablar en términos de las “posibilidades objetivas” de que se produjeran los fenómenos estudiados dadas las condiciones en las que se desarrollan las prácticas.

El razonamiento pertinente no se expresa, entonces, en términos de relación: causa(s)-efecto(s), sino de condiciones objetivas favorables, por las posibilidades y limitaciones que establecen, a la adopción de ciertas estrategias discursivas por parte del agente social. El texto que resulta y se analiza es uno de los posibles en el marco del menú de alternativas que

¹⁶ Esta ruptura es propuesta por algunos autores como Weber, Ricoeur, Aron, Bourdieu y Boudon, aunque fundados en razones diferentes, para abordar la cuestión de la relación entre el sentido y lo social, del sentido de la acción.

abre el sistema de coerciones en el que se lleva a cabo el trabajo de producción. (Costa y Mozejko, 2008: 55)

La posibilidad de comprender y explicar las prácticas no se funda entonces en el establecimiento de causas necesarias, sino en la identificación de condiciones objetivas favorables o favorecedoras (*favorisante*) en términos de Boudon (1996: 51), en la medida en que el discurso, en tanto práctica social, es el resultado de la necesidad que imponen las coerciones (no cualquier acción era posible) y la estrategia que hacen posible los márgenes de autonomía (la acción no era la única posible). De este modo, hablar en términos de posibilidades objetivas permite ubicar “entre las condiciones objetivas y los hechos a explicar, a los sujetos sociales que, haciendo uso de las posibilidades producen las prácticas” (Costa, 2010: 67).

Dado que la acción no es entendida como resultado directo de las condiciones objetivas, sino de la intervención de sujetos sociales en un marco de autonomía relativa, es vano distinguir entre causas de la acción y razones para actuar. En este sentido Boudon (1995: 541) define como “racional” toda práctica que pueda ser abordada en términos de: “X tenía razones para creer (hacer) Y porque...” o de: “X no tenía razones para creer (hacer) Y porque...”. En este caso, las razones son las que el investigador puede inferir de las condiciones objetivas como razones independientemente de lo que el mismo sujeto pueda decir al respecto¹⁷. “En este contexto adquiere sentido pensar las relaciones en términos de ‘comprensión/explicación’ como manera de acentuar dos dimensiones de un mismo concepto” (Costa, 2010: 68).

Por eso, con este abordaje teórico-metodológico, pretendemos construir y analizar empírica y críticamente las características de un discurso y las condiciones objetivas favorecedoras de las estrategias del agente objetivadas en el texto, para luego establecer una conexión de sentido –base de la comprensión/ explicación- que se funde en elementos objetivos comprobables.

Este principio de comprensión/explicación se busca entonces, no en la relación entre prácticas discursivas (razones, principios, convicciones) y sus prácticas no discursivas (lo que implicaría una evaluación moral, un juicio de valor ético); sino entre sus prácticas y su lugar de producción, las propiedades sociales del agente que definen su capacidad diferenciada de relación, su competencia e identidad en un sistema de relaciones en determinadas condiciones sociales.

De esta manera, la relación postulada entre las prácticas discursivas y el lugar del agente que las produce, tampoco es una mera interpretación subjetiva, sino que se funda en elementos comprobables que surgen del análisis de las dos dimensiones mencionadas: las características del discurso y las condiciones en que se produjo (Mozejko y Costa, 2007: 12). Es necesario entonces, establecer con mayor precisión cómo se construyen estas dimensiones de análisis.

¹⁷ Costa y Mozejko (2008: 54-55) señalan que la manera de conceptualizar la relación entre el agente social y sus prácticas no susceptibles de reiteración es entonces la de “imputación causal singular” en términos de Ricoeur (2000), o “significación causal” según Weber (1969) o de lo que Habermas (1987) llamaría “pretensión de validez”.

1.1.2. El lugar del agente

La superación de la dicotomía comprensión vs. explicación pasa por la definición del lugar de producción de las prácticas y los sentidos. La adjudicación del sentido a los individuos, su conciencia y representaciones ha estado ligada al mantenimiento de otra dicotomía: la de individuo-sociedad¹⁸, y a la clausura del individuo como ser-en sí diferente e independiente de la sociedad por una parte, o a su reducción a la condición de mero soporte de lo social, por otra. En el marco de la ruptura con la dicotomía comprensión vs. explicación, el lugar de la producción de prácticas es el agente socialmente definido que las produce dentro del espacio de posibles.

Para definir las condiciones en el marco de las cuales el agente produce sus prácticas, es necesario tener en cuenta la especificidad del sistema de relaciones pertinente para analizar esa producción. El modo en que conceptualizamos ese sistema de relaciones guarda relación con la noción de “campo” de Bourdieu (Bourdieu y Wacquant, 1995: 64). En estos términos, lo que determina las posiciones de los agentes en la estructura de un sistema de relaciones, es su participación diferenciada en la distribución siempre desigual de cierto tipo de recursos especialmente valorados y escasos y, por lo tanto, fuente de poder (también desigual y relativo) en ese sistema de relaciones. Las posiciones están asociadas a intereses, de modo que las relaciones entre los agentes que ocupan diferentes posiciones son relaciones de lucha en defensa de sus intereses también diferentes. “En tanto que campo de fuerzas actuales y potenciales, el campo es igualmente campo de luchas por la conservación o la transformación de la configuración de dichas fuerzas” (Bourdieu, 1995: 67)¹⁹. Sin embargo, priorizaremos el uso de la noción más general de “sistema de relaciones” –aún cuando para evitar la redundancia hablemos en términos de “campo”- para referirnos también a una estructura de posiciones y relaciones entre éstas basadas en el control de recursos y a las que están asociados intereses, pero que no se caracteriza necesariamente, sólo ni siempre por relaciones agonísticas, sino que también contempla la posibilidad de relaciones de cooperación²⁰.

Para defender sus intereses en el marco de las disputas de poder dentro de determinado sistema de relaciones, los agentes actúan estratégicamente haciendo uso del espacio de posibles, en cuanto “sistema de relaciones que, constituido por la lucha y control diferenciado de recursos estratégicos instituye necesidades (coerciones) y abre alternativas” (Costa y Mozejko, 2001a: 32-

¹⁸ Norbert Elías (1990 y 1987) ha dedicado gran parte de sus trabajos a dismantlar esta dicotomía.

¹⁹ Es posible postular que el primer interés es siempre mantener o mejorar la propia posición de poder relativo y, de este modo, transformar la estructura de poder del sistema de relaciones del que se participa.

²⁰ Lahire critica a Bourdieu el intento de extrapolar la noción de “campo” a todos los sistemas de relaciones sociales, se pregunta en qué medida sería aplicable al sistema de relaciones de la familia, por ejemplo, y observa que no contempla las trayectorias de agentes que: pertenecen o pertenecieron a distintos campos, no pertenecen a ninguno, no son productores protagónicos sino que realizan actividades secundarias en un campo, o no desempeñan actividades “profesionales” y “públicas” (1998: 50-53).

33). Estas luchas y estrategias se desarrollan en el marco de reglas de juego específico que rigen el funcionamiento de cada campo y que forman parte de las condiciones objetivas. Es más, la imposición de la definición de las reglas legítimas suele ser uno de los objetivos claves de la lucha.

El agente social produce el discurso desde un “lugar”. Como ya se señaló, Costa y Mozejko conceptualizan así el principio de construcción social del agente a partir de las propiedades socialmente eficientes en tanto valoradas. Por ello, esta competencia relativa no es una dimensión más de un sujeto-en sí, sino aquello que lo constituye como sujeto social y define su identidad social²¹ a partir de aquello por lo que es conocido y reconocido. De este modo, el lugar es el principio que define la competencia relativa de un agente en tanto capacidad diferenciada de relación, “probabilidad de ser aceptado y/o imponerse” (2001b: 47). El reconocimiento social (positivo o negativo) que quienes intervienen en un sistema de relaciones determinado otorgan a las propiedades y recursos que posee un sujeto, funda la probabilidad de que lo que dice, hace o escribe sea aceptado y se imponga. Este poder se basa entonces en el control diferenciado de propiedades y recursos eficientes, y en el uso y gestión que el agente haga de esos recursos (51).

En la definición de la competencia del agente, además de las propiedades eficientes que controla y que determinan su capacidad de relación en determinado sistema de relaciones en cierto tiempo y espacio dados, interviene también su trayectoria en tanto “proceso de acceso y/o adquisición, no necesariamente creciente y lineal, de propiedades y recursos en grado, volumen y estructura” (50). “Los niveles progresivos de acumulación logrados mediante el trabajo propio (gestión) dentro de los límites de lo posible, van redefiniendo su identidad social, su competencia, y establecen nuevos horizontes, nuevas posibilidades de ser aceptado, escuchado, tenido en cuenta” (Costa y Mozejko, 2009: 10-11). Construir la trayectoria de un agente social consiste en analizar las variaciones históricas en las posiciones ocupadas por ese sujeto y, por lo tanto, las variaciones en las relaciones objetivas que han unido al agente considerado al conjunto de los demás agentes comprometidos en el mismo sistema de relaciones y, enfrentados al mismo espacio de posibilidades en, por lo menos, un determinado número de estados sucesivos de ese sistema (Bourdieu, 1997: 82)²². Los niveles de acumulación de recursos marcan en cada momento el lugar desde el cual el sujeto social podrá lograr ser aceptado.

Entre las propiedades y recursos que caracterizan la competencia de un agente, Costa y Mozejko tienen en cuenta también la gestión que el agente hace de ellos, esto es, la selección, puesta en valor y ponderación que el sujeto social realiza de sus propios recursos y atributos al

²¹ Ninguna de estas categorías implica una dimensión psicológica. La identidad del agente es lo que es socialmente: su competencia definida por propiedades y orientaciones, la gestión de recursos, la generación de estrategias.

²² La noción de “trayectoria” no debe confundirse con “biografía”. No se refiere al sujeto empírico que es su soporte biológico, ni al sujeto “biográfico” construido por el tipo particular de textos biográficos (Costa y Mozejko, 2001b: 45; Bourdieu, 1997: 82).

usarlos, y también “la inversión mayor o menor en alguno de ellos, la reconversión y/ o modificación de su cartera, es decir, de su estructura” (2001b: 48-51). La gestión de la competencia es un componente relevante de la eficiencia que logran las propiedades acumuladas en la generación de capacidad diferenciada de relación.

La experiencia de la gestión de su competencia, es decir, de su propia identidad, en el marco de sistemas de relaciones donde defender la cara²³ o mejorar la posición relativa es un desafío permanente de luchas y alianzas, va produciendo en el sujeto social, al mismo tiempo que lo constituye como tal, marcas de éxitos y fracasos, percepciones de lo posible, pensable, accesible para él y dentro de qué contexto, aprendizajes de lo beneficioso, lo rentable, lo perjudicial. Complementariamente, realiza dicha experiencia desde lo que, por una parte, su núcleo de inserción social primera, la familia, le transmite, acorde con su propia trayectoria y experiencia, como pensable, valioso, normal, etc., y por otra, los sistemas de relaciones en los que participa en cada momento, tienen definido y tratan de imponer. (Costa y Mozejko, 2001b: 51)

Esta acentuación enfatiza la actividad estratégica del agente social, aunque se desarrolle en el marco de un sistema que imponga limitaciones. Por lo tanto, el principio de comprensión y explicación de una práctica discursiva no está dado sólo por las condiciones objetivas, sino por el accionar estratégico del agente social que la produce en el marco de un espacio de posibilidades definido por el lugar que ocupa. Por tratarse de un tipo específico de práctica social, como la discursiva, el agente se mueve en un doble espacio de posibles: el relativo al sistema de relaciones sociales, y el relativo al sistema de posibilidades discursivas (Mozejko y Costa, 2007: 11).

1.1.3. El espacio de posibilidades discursivas

La producción de un discurso implica siempre la realización de una serie de opciones por parte del agente social. Las opciones, que se plasman en el enunciado, se hacen comprensibles y explicables, habida cuenta del lugar que el agente ocupa en el sistema de relaciones sociales en tanto implica posibilidades y restricciones. Además, las opciones se realizan en el marco de un juego de posibilidades específicamente discursivas. Esto no se refiere solamente al juego de posibilidades previstas por la lengua, sino también a las posibilidades estratégicas en cuanto a género discursivo, temas, objetos, estilo, conceptos (Foucault, 1980), etc.

Para referirnos a las reglas que definen lo normal, lo aceptable y que tienen la entidad de uno de los factores objetivos que conforman el espacio de posibles nosotros hemos optado por el término paradigma. (...) nos interesa rescatar el hecho de que las prácticas sociales no se producen en el vacío, entre otras razones porque existen regulaciones que, mientras están vigentes, delimitan no sólo lo posible y pensable, sino que generan la definición de lo legítimo y, por lo tanto, de lo digno de ser reconocido y aceptado o rechazado y excluido... (Mozejko y Costa, 2007: 16)

²³ La “línea” que una persona sigue durante una interacción para expresar una “cara” (en términos de Goffman, 1970: 13), es parte de su estrategia de gestión de la propia competencia durante dicho intercambio. Sin embargo, Costa y Mozejko no se refieren sólo a las situaciones de interacción cara a cara.

La noción de paradigma, tal como la define Khun con respecto a la ciencia, constituye un “modelo o patrón aceptado” de resolución de problemas o un “conjunto de reglas implícitas” que son presupuestas por quienes participan de cierta “tradicición” (1992: 51; 84; 269). A partir de ese modelo queda establecida la manera “normal” de operar cotidianamente, y los nuevos integrantes de la comunidad la incorporan en su proceso de formación a tal punto que llega a constituir para ellos una manera “natural” de desarrollar la actividad. En este sentido, es posible definir un paradigma discursivo como la manera habitual de producir enunciados en determinado momento del desarrollo de un sistema de relaciones específico de una sociedad o de una disciplina dada.

De modo similar, puede pensarse en un paradigma en la medida en que llega a constituir, en términos de Angenot (1989), una “tópica”, una “doxa” y un conjunto de “tabúes” discursivos. Los enunciados se producen de acuerdo con un conjunto de reglas de producción de ese tipo de discursos: reglas temáticas, enunciativas, retóricas, compositivas, axiológico/ideológicas, etc. (22). Angenot hace esta afirmación con respecto a una “hegemonía discursiva” en el marco general del “discurso social”. Sin embargo, en el enfoque propuesto, “el concepto de paradigma se refiere a un fenómeno más localizado que se desarrolla en un campo específico” (Díaz, 2009: 28). Si bien en esta perspectiva no es posible estudiar su inserción en la totalidad del discurso social, sí se pueden pensar ciertos elementos dominantes en el espacio social global y establecer algunas relaciones particularmente significativas (28).

En el abordaje propuesto, el eje del análisis radica en las prácticas en cuanto tomas de posición de los agentes sociales respecto de las normas de funcionamiento del espacio en que intervienen, vinculadas al lugar de los agentes en el sistema de relaciones. Estas reglas que definen lo normal, lo aceptable, tienen la entidad de uno de los factores objetivos²⁴ que conforman el espacio de posibles. No buscamos plantear el problema acerca de las prácticas discursivas como cumplimiento o no de una regla, sino en cuanto tomas de posición en relación con lo que en este ámbito estaría definido como lo normal, lo legítimo, lo aceptable, como ley de producción. Si bien las normas rigen el hacer de los agentes, éstos no son meros ejecutores de reglas preexistentes. Es más: “el manejo de la distancia con respecto a lo prescripto da cuenta de la competencia y de las estrategias del agente”. De allí que “el análisis de las libertades o sujeciones del productor en relación a las leyes que rigen su trabajo sean particularmente significativas” (Costa y Mozejko, 2009: 16-17).

Tales tomas de posición pueden ubicarse en cualquier punto del abanico que va desde el apego a las normas hasta la ruptura total, pasando por la discusión explícita de las mismas en cuanto a su validez. Esto significa un claro desplazamiento de la *regla* a la *estrategia* en el análisis de las prácticas sociales. (Mozejko y Costa, 2007: 16)

²⁴ En el sentido durkheimiano de factor externo que no depende de la mera voluntad del individuo, y que éste no podría ignorar impunemente en el momento de tomar posición y producir sus prácticas (1985).

Para que las opciones estratégicas de los agentes en la producción de enunciados se vuelvan inteligibles, es necesario contar con una descripción de los rasgos más característicos del paradigma dominante en un campo específico y en un momento dado, en tanto forma parte de las condiciones objetivas de enunciabilidad (Díaz, 2009: 28).

Mozejko y Costa (2007: 17-18) definen algunas características de estas reglas del espacio social que, en la medida en que definen lo normal, lo legítimo, lo aceptable, afectan las prácticas. En primer lugar, son un producto histórico y, como tal, arbitrarias, no definen algo natural, universal, inmutable. En segundo término, su definición, puesta en vigencia, permanencia y posterior desplazamiento, se da en el marco de procesos sociales en los que el peso relativo mayor corresponde a las relaciones de poder más que a las de entendimiento y acuerdos. En tercer lugar, al establecer lo normal y legítimo, con todo lo que ello significa de permitido/prohibido, aceptable/no aceptable, etc, actúan como orientaciones con capacidad de coerción, en la medida en que ignorarlas o no tiene efectos sociales para quien produce las prácticas. Finalmente, tienen efectos de orientación sobre las prácticas sin que ello signifique que sean claras y exhaustivas, estén codificadas, formen un sistema, o que los agentes sociales tengan un conocimiento explícito de ellas, aplicándolas en forma conciente, sino que se trata más bien del “conocimiento práctico adquirido en la experiencia de participar en dicho espacio social”²⁵ (19).

Un paradigma no es necesariamente dominante. Puede haber diversidad de modelos/paradigmas que logran mayor o menor nivel de legitimidad/aceptabilidad.

En el momento de su aparición, puede ser muy “limitado en alcance y precisión” (Kuhn, 1992: 51). En un campo que se está constituyendo, las variaciones implican una ampliación de la heterogeneidad, de lo aceptable, de la tolerancia a la diversidad. En tanto, al afianzarse y crecer el campo, se complejiza e institucionaliza el proceso de consagración, y se generan las condiciones de surgimiento de las diferencias. En la medida en que los agentes entran en disputa por un mayor reconocimiento dentro del paradigma, las diferencias –de ruptura en tanto modificación duradera en cualquiera de las reglas de producción del paradigma que redefine la forma normal y legítima de hacer las cosas, o adaptación- se producen como resultados de este proceso de pujas.

Se puede afirmar que un paradigma deviene en dominante cuando las reglas prescriptivas que lo constituyen han logrado consenso y legitimidad de modo tal que determinan lo decible: temas aceptables, maneras tolerables de tratarlos, enunciadores legítimos, situaciones permitidas y formas aceptadas de la disidencia. Este modo predominante de hacer las cosas está fijado por mecanismos de consagración: medios de aceptación y rechazo, elogio y crítica que definen lo

²⁵ A esto aluden las nociones de “conciencia práctica” de Giddens (1995), “habitus” de Bourdieu (1991), “las relaciones de poder que penetran los cuerpos” de Foucault (1977) (Mozejko y Costa, 2007: 18).

habitual y lo legítimo²⁶. Las “dominancias interdiscursivas” (Angenot, 1984) responden a las pugnas sociales entre los diversos intereses de grupos y agentes sociales en pugna en un determinado momento histórico de cierto sistema de relaciones. Por eso, aunque todos los discursos gozan de algún grado de legitimidad y aceptabilidad, de seducción y eficacia social, su influencia y prestigio guardan relación con la posición de los grupos sociales que los enuncian.

Sin embargo, los elementos dominantes jamás son totales ni exclusivos. “En todas las épocas las formas alternativas o directamente opuestas de la política y la cultura existen en la sociedad como elementos significativos” (Williams, 2000: 134-135). Por eso, Williams (2000 y 1994) recomienda hablar de “lo dominante” para poner el acento en que en un proceso social total²⁷ los grupos sociales²⁸ disputan con elementos que pueden diferenciarse analíticamente como “dominantes”, “emergentes” -nuevos significados, valores, prácticas y relaciones que generan diferencias ya sea que se traten de nuevas maneras de adaptación a lo dominante o que vayan a constituir elementos alternativos y de oposición a ella que, en esos términos generarían una ruptura de paradigma (2000: 145-146)-, o “residuales”. Dado el objeto de este trabajo, resultan operativos los dos primeros conceptos en la medida en que permiten reconocer “las relaciones dinámicas internas de todo proceso verdadero” (144).

Las tomas de posición respecto a los paradigmas, entendidos en este sentido, constituyen estrategias de posicionamiento por medio de la instauración de diferencias/distancias que pueden referirse a una mayor o menor cantidad de elementos que componen dichos paradigmas, sin pretensión de totalidad, y sin que la ruptura y formulación de uno nuevo implique suponer que éste logra imponerse o reúne las condiciones para lograrlo.

Cabe precisar que, al hablar de paradigma hacemos referencia al que, en tanto hipótesis, construye y hace explícito el investigador a partir de regularidades observadas, sin pretender hacer una presentación exhaustiva de todos sus componentes y relaciones (Mozejko y Costa, 2007: 18). “El sistema de reglas de producción, entonces, puede inferirse a partir de la identificación de elementos recurrentes en los diferentes enunciados que conforman un corpus de análisis” (Díaz, 2009: 29). En la perspectiva teórico- metodológica propuesta, el estudio de un paradigma implica identificar el momento y proceso de su emergencia, caracterizar sus elementos centrales y poner lo en relación con condiciones de producción específica de un discurso.

²⁶ Para Angenot (1989: 22), la hegemonía discursiva es constituida por mecanismos que “imponen aceptabilidad sobre lo que se dice y se escribe y estratifican grados y formas de legitimidad”.

²⁷ Williams denomina “hegemonía” a este proceso que se da “a nivel de una sociedad como un todo”, y en el que “la orientación cultural dominante (...) guardaría relación con la clase económicamente dominante” (Costa y Mozejko, 2008: 64). El análisis propuesto, si bien mantiene la noción de “lo dominante”, toma distancia con respecto a lo económico, y se centra en un fenómeno localizado en un sistema específico de relaciones sociales.

²⁸ En rigor, Williams habla de “clases sociales”. En este caso también se comparte con Williams la definición de los sujetos sociales a partir de la posición relativa e intereses que resultan del control diferenciado de recursos eficientes, aún cuando nos apartamos de la focalización de estos recursos sólo en lo económico (Costa y Mozejko, 2008: 49).

Estos elementos conceptuales revisten especial importancia para nuestro estudio, puesto que las prácticas discursivas serán abordadas en cuanto tomas de posición dentro del espacio de posibles, por lo tanto, también respecto de las reglas que forman parte de éste, en el marco de luchas por la interpretación pública legítima del orden social común.

1.1.4. Luchas simbólicas

Si pretendemos analizar las tomas de posición de agentes (colectivos o individuales) en el marco de cierto espacio de posibles en su doble dimensión social y discursiva, y consideramos a esta última como las reglas que han llegado a ser impuestas como “lo normal” y “lo natural” en determinado momento de cierto sistema de relaciones, se torna necesario realizar no sólo la descripción de los paradigmas en el marco de los cuales se posicionan, sino también del proceso de luchas simbólicas por el mantenimiento o la transformación de las reglas que los conforman.

Las luchas simbólicas por la imposición de sentidos legítimos sobre el orden social, son una dimensión indisoluble de las luchas por la dominación social. La apuesta en estas luchas por la interpretación pública de la realidad es la imposición de los principios de visión y de división del mundo natural y del social (Bourdieu, 1997: 84). En este sentido, las luchas simbólicas son luchas políticas porque las categorías que construyen la realidad social y la expresan son la apuesta por excelencia de la lucha política (2000: 137): “el poder imponer una visión de las divisiones, es decir el poder de hacer visibles, explícitas, las divisiones sociales implícitas, es el poder político por excelencia: es el poder de hacer grupos, de manipular la estructura objetiva de la sociedad” (141).

En las luchas simbólicas por la producción del sentido común o, más precisamente, “por el monopolio de la nominación legítima”, los agentes ponen en juego su capacidad diferenciada de imponer sentidos. Bourdieu (2000: 140) denomina “poder simbólico” a este poder de constituir, conservar o transformar los principios objetivos de unión y separación, las clasificaciones en materia de sexo, nación, región, edad, estatuto social, a través de las palabras que son utilizadas para designar o describir a los individuos, los grupos o las instituciones. Las clasificaciones sociales que operan sobre todo a través de oposiciones dualistas (entre naturaleza y sociedad, y entre grupos sociales) organizan la percepción del mundo social e inciden así en la organización material del mundo mismo. “Cuando se trata del mundo social, las palabras crean las cosas, porque establecen el consenso sobre la existencia y el sentido de las cosas, el sentido común, la doxa aceptada por todos como algo evidente” (Bourdieu, 1997: 129).

En la medida en que estos mecanismos no son siempre reconocidos por los agentes sociales, las relaciones de poder se aceptan como “naturales” o “normales” y se internalizan como

disposiciones que orientan las prácticas²⁹. “Al estructurar la percepción que los agentes sociales tienen del mundo social, la nominación contribuye a construir la estructura de ese mundo” (Bourdieu, 1985: 65). Se pone así de relieve el lugar de las prácticas discursivas en la construcción de lo social. “Si la acción social implica sentidos que, además son el principio a partir del cual los agentes sociales definen sus prácticas, el trabajo de producción, distribución, inculcación, se convierte en un poderoso mecanismo de poder” (Mozejko y Costa, 2001a: 63).

Las condiciones de enunciabilidad, o en términos de Bourdieu del “estado de la problemática legítima”, esto es: el espacio de las posibilidades heredadas de las luchas anteriores tiende a definir, según se dijo, el espacio de las tomas de posición posibles y a orientar de este modo la búsqueda de las soluciones. En ese marco, los agentes sociales compiten por establecer la manera legítima de ver, decir, hacer; y, en ese intento, también se posicionan: construyen para sí mismos, por medio de sus prácticas discursivas y no discursivas, un lugar desde dónde ver, decir, hacer.

Sin embargo, de acuerdo con la perspectiva de análisis propuesta, el discurso no tiene poder performativo por sí mismo, sino que adquiere legitimidad y fuerza en tanto es producido en el marco de relaciones de disputa entre posiciones diferenciadas de poder desigual. Por eso, este análisis deja abierta la posibilidad de indagar en qué medida los discursos tienen posibilidades de incidir y producir impacto o “efectos de saber- poder”³⁰ (Foucault, 1995). Según Costa y Mozejko (2001a: 8), la eficacia del poder de un discurso, en tanto probabilidad de influir en la recepción, no es mero resultado de las características internas de un discurso, sino de la inserción de éste en el marco del sistema de relaciones sociales dentro del cual circula. La probabilidad de que un sentido sea aceptado como correcto, se imponga sobre otros, radica en la articulación de los siguientes elementos que, según el caso, pueden tener un peso relativo diferente: la competencia del agente social que está relacionada –como se dijo antes- con el nivel de reconocimiento que logra dentro del ámbito específico en que ubica su práctica; la competencia del sujeto de la enunciación en tanto estrategia del agente de construcción de su propia autoridad para hablar; las características del enunciado que debe “reunir condiciones de legibilidad y, a la vez, poner en juego estrategias de persuasión tales que generen una práctica significativa en recepción”; la competencia del receptor en cuanto agente diferenciado que interviene en la producción de sentido desde su lugar social y competencia (Costa y Mozejko (2008: 63). Lo que funda la

²⁹ A este mecanismo de naturalización y aceptación no conciente de la propia posición de dominado, Bourdieu denomina “violencia simbólica” (Bourdieu y Wacquant, 1995: 120). En esta línea, Williams (2000) sostiene que la dominación de un grupo social puede estar basada en la posesión de bienes materiales, pero es la reproducción de modos de interpretar y nominar un mundo la que hace que ésta se presente a los sujetos como natural.

³⁰ Los análisis inmanentistas del discurso no contemplan lo que Foucault (1995) llamó “efectos de poder- saber” y “productividad táctica” en recepción e “integración estratégica” en el sistema de relaciones en que son producidos.

legitimidad del agente social y hace aceptable su discurso guarda relación con las reglas de juego que gobiernan el funcionamiento de la actividad específica (Costa y Mozejko, 2001a: 76-77).

Algunas de las propuestas que aquí se analizan tienden a influir en el Estado que tiene la facultad legítima de definir y modificar las reglas de juego. Procuran que sus discursos sean impuestos con “fuerza de ley”, o como informes o constataciones producidas por el Estado que producen “nominaciones oficiales” (Bourdieu, 2000: 138). En la medida en que el Estado impone el punto de vista de la institución y lo instituye como legítimo, que todos deben reconocer por lo menos dentro de una sociedad determinada, su poder regulador y constitutivo de otras prácticas sociales suele ser mayor que el de prácticas producidas por cualquier otro agente.

El Estado, en la medida en que dispone de medios para formar disposiciones duraderas y para imponer e inculcar los principios de clasificación fundamentales a través de todas las coerciones y disciplinas que impone al conjunto de los agentes (Bourdieu, 1997: 117), es la sede por antonomasia de la concentración y del ejercicio del poder simbólico (108-109). Según Bourdieu, el Estado reivindica con éxito el monopolio del empleo legítimo de la violencia física y simbólica en un territorio determinado y sobre el conjunto de la población correspondiente, o, con más precisión, ejerce como un árbitro muy poderoso en las luchas por ese monopolio. En el Estado

...los agentes y grupos de agentes gubernamentales o no gubernamentales luchan en persona o por procuración por esta forma particular de poder que es el poder de *regir una esfera particular de prácticas (...)* mediante leyes, reglamentos, medidas administrativas, (...) todo aquello que corresponda a una política. Así, el Estado, (...) sería un conjunto de campos de fuerzas en donde se llevan a cabo luchas cuyo objetivo sería (...) *el monopolio de la violencia simbólica legítima*. es decir, el poder de constituir e imponer como *universal y universalmente aplicable (...)* un conjunto común de normas coercitivas (Bourdieu y Wacquant, 1995: 74).

Sin embargo, en la lucha por la imposición de la visión legítima del mundo, los poseedores de autoridad burocrática no obtienen nunca un monopolio absoluto en la medida en que esta puja es un proceso activo y permanente que está siempre en transformación (Williams, 2000).

De este modo, los agentes toman posición en las disputas simbólicas por la imposición de la visión legítima del orden social, al producir discursos desde cierto lugar en determinados sistemas de relaciones en un tiempo y espacio dados. En este trabajo, la descripción de las características de los enunciados que producen, está enfocada centralmente en aquellos elementos que pueden construirse como resultado de las opciones estratégicas del agente social que los produjo, que constituyen marcas de sus condiciones de producción (Verón, 1980a).

1.1.5. Estrategias de enunciación

Conceptualizar las prácticas discursivas como resultado de opciones -que se objetivan en un texto-, realizadas por un agente social en función del lugar que ocupa en determinado sistema de

relaciones y del estado de las luchas en ese campo, implica postular un comportamiento estratégico. Esto remite al problema de la intencionalidad.

En el enfoque propuesto, esto no significa reintroducir al sujeto en sí en términos esencialistas, ni atribuirle intención conciente ni voluntaria, como tampoco concebir la acción en términos teleológicos ni racionales. Por el contrario, se postula que la acción es siempre estratégica aún cuando esa estrategia no sea necesariamente conciente y mucho menos racional, en la medida en que, siendo una opción entre posibles, el investigador pueda inferir las razones que el agente pudo haber tenido para actuar como lo hizo, dadas las “condiciones favorecedoras” de su práctica “y las orientaciones incorporadas como aprendizajes, que también intervienen como mecanismo de coerción orientado a la selección de alternativas y estrategias aunque no se hayan formulado objetivos ni proyectos explícitos” (Mozjeko y Costa, 2007: 14).

Con el concepto de intencionalidad hacemos entonces referencia a una orientación de la acción que se infiere del espacio de posibilidades en el que actúa el agente social. De acuerdo con lo ya planteado, este espacio de posibles en el que el agente selecciona sus estrategias, está conformado no sólo por las coerciones objetivas que de hecho restringen y posibilitan su acción, sino también por las percepciones que el agente tiene de sus posibilidades según el lugar que ocupa. Esa percepción está limitada por las orientaciones incorporadas a lo largo de su trayectoria, es decir, forma parte de un saber práctico que está más allá de la racionalización.

Además, la producción discursiva también puede pensarse como una acción estratégica porque está orientada a la relación con otro³¹. Según Charaudeau (2003: 50-51), la producción de un acto de lenguaje implica siempre un “proyecto de habla”, aunque no sea necesariamente conciente. Todo discurso puede pensarse entonces como una práctica que desarrolla un agente con la intencionalidad de influir sobre otros agentes sociales. La influencia constituye para Charaudeau (1994) uno de los principios del intercambio comunicativo en la medida en que todo sujeto que produce un acto de lenguaje apunta a alcanzar a su interlocutor y todo sujeto receptor-interpretante de un acto de lenguaje sabe que es el objetivo de la influencia³². Además, al desarrollar su estrategia tendiente a influir en el receptor, el agente productor prevé que éste es susceptible de responder una contra-influencia (que tampoco es necesariamente conciente). En la medida en que todo enunciado es siempre una respuesta a enunciados anteriores (con los que se

³¹ La sociolingüística y la pragmática acentuaron el carácter de intercambio comunicativo que tiene la práctica discursiva. El análisis del discurso tomó de las teorías de la enunciación el estudio de las huellas del proceso de producción de un enunciado desde sus condiciones de producción o “circunstancias” (Mainguenu, 1989: 15-20).

³² El proceso de intercambio entre los sujetos hablantes orienta el acto de lenguaje, en la medida en que le otorga un sentido (orientación comunicativa) y le hace tener cierto sentido (orden de interpretación) (Charaudeau, 1994).

confronta o junto con los que se inscribe en determinada tradición), y prevé a su vez las posibles respuestas³³, el discurso tiene siempre una dimensión polémica.

El discurso, como proceso de influencias que un agente productor dirige a un destinatario, y para lo cual desarrolla estrategias, es producido por un agente desde un lugar, en el marco de un sistema de relaciones y a partir de un conjunto de regulaciones discursivas.

...las opciones discursivas objetivadas en un texto se explican como productos del uso que el agente social, según su competencia y lugar en el sistema de relaciones, hace de las alternativas disponibles en vistas al logro de resultados que sean favorables –al menos no perjudiciales- a los intereses ligados al lugar que ocupa. (Mozejko y Costa, 2007: 15)

El principio de comprensión/explicación de las prácticas discursivas de un agente social consiste en establecer la relación entre el agente definido por el lugar social que configura su competencia, y su práctica discursiva. La estrategia de abordaje de los textos adoptada a los fines de identificar y poner de manifiesto las opciones realizadas por el agente y objetivadas en ellos, es la construcción del enunciador a partir de relaciones con el enunciatario, instituciones y otros enunciadores (Costa y Mozejko, 2008: 52).

En este sentido, el enunciador, en cuanto simulacro textual producido por el agente social, se perfila sobre la base de relaciones con los demás elementos del enunciado descriptibles a partir de datos textuales (2002: 43). Sin embargo, el enunciador no se identifica, sin más, con el agente. Por el contrario, “no puede ser visto más que como un ente de ficción, simulacro de sí que construye el sujeto extratextual” (18). Las figuras del enunciador, enunciatario y otros enunciadores son construcciones textuales, “efectos de las opciones realizadas por el agente social dentro del marco de posibles y mediante los cuales elabora su propio simulacro como consecuencia de operaciones de selección o incluso simulación” (17).

El análisis del enunciador en tanto figura textual excede el nivel de la enunciación enunciada en cuanto “proceso mediante el cual se dice que se dice el enunciado y se construyen sujetos e historias en las que estos sujetos intervienen” (2009: 14-15) mediante procedimientos de actorización, espacialización y temporalización en diferentes niveles del enunciado (Mozejko y Costa, 2002: 18). Es también distinguible una enunciación implícita, que se reconstruye a través de las huellas en el texto y permite inferir características del yo no dichas.

Cada una de estas relaciones implica un conjunto de operaciones de selección. Así, por ejemplo, la relación que el texto construye entre el enunciador y el enunciado implica la selección de un punto de vista, de un sistema de valoraciones, de un sistema cognitivo, etcétera. La relación con el enunciatario supone la selección de una lengua y de procedimientos de autolegitimación, de verosimilización o de puesta en valor del enunciado destinados a generar un efecto de influencia, que contribuyen a construirlo de una determinada manera. Además, Costa y Mosejko señalan una serie de operaciones de selección que apuntan a la

³³ Para lograr imponerse en una disputa, el agente social productor de discursos desarrolla “estrategias de anticipación” al organizar el discurso. Lo hace desde un lugar que define su competencia, y teniendo en cuenta las condiciones de recepción de su discurso: la situación y competencias de sus receptores.

legitimación del enunciador en relación con otros enunciadores dotados de intencionalidades similares con los que el enunciador compete, a partir de los cuales se legitima, con quienes establece diferencias y semejanzas, etcétera. (Díaz, 2009: 32-33)

Por lo tanto, “en todos los niveles del enunciado pueden detectarse huellas de las operaciones realizadas por el sujeto social gracias a las cuales pueden inferirse características del lugar relacional en el que se posiciona como enunciador” (Mozejko y Costa, 2002: 35). El enunciado resulta entonces un concepto heurístico que ayuda a focalizar la descripción del discurso en sus diferentes niveles para trabajar las relaciones entre el discurso y sus condiciones de producción (Díaz, 2009: 33). Las estrategias desarrolladas en las prácticas discursivas “se hacen visibles como marcas que se identifican en el enunciado -producto-“, y “se hacen comprensibles habida cuenta del lugar desde donde son producidas por el agente social” (Costa y Mozejko, 2001b: 44).

1.1.6. Proceso Social

Según lo expuesto, en la caracterización de las condiciones en que el agente produce su práctica discursiva, resulta clave la noción de lugar en la medida en que vincula la capacidad diferenciada de relación, es decir, la competencia del agente social, con su posición en un sistema de relaciones específico en el cual se desarrolla la práctica discursiva. Sin embargo ese sistema específico de relaciones forma parte a su vez de un proceso social que excede sus límites. Por lo tanto, es importante explicitar el modo de abordar esos procesos y relaciones.

El paso de un nivel a otro de análisis de las condiciones de producción implica un cambio en lo que Revel (1996) denomina el “juego de escalas”. Según Revel, cambiar de escala “no es volver a representar más grande o más pequeña una realidad constante, sino transformar el contenido de la representación (es decir, la elección de lo que es representable)” (1996: 19)³⁴. En efecto, el paso de un nivel a otro implica “la formulación de preguntas diferentes, la selección de un tipo distinto de información y la utilización de herramientas conceptuales diversas” (Díaz, 2009: 34).

En el caso de las prácticas discursivas es diferente preguntarse por el sistema de relaciones específico en el que se inserta la producción de un agente social, que preguntarse por el proceso histórico que dio origen a ese sistema de relaciones. De igual manera, es diferente indagar acerca de las estrategias discursivas elegidas en el marco de un paradigma dominante, que preguntarse sobre el proceso de formación del paradigma en cuanto tal. En un caso, se trata de acontecimientos singulares, en el otro, de procesos complejos, con actores colectivos y desarrollados a lo largo de períodos extensos. (Díaz, 2009: 35)

Para pensar esos procesos históricos de largo plazo que incluyen elementos económicos, sociales, políticos y culturales, tomamos la noción de “proceso social total de luchas por la

³⁴ Ricoeur (1995: 181 y ss.) diferencia entre el concepto de “larga duración” que alude a la historia de los grupos, las clases sociales, las instituciones y las mentalidades; del acontecimiento entendido como “duración breve”, centrado en actores sometidos a coerciones irrepetibles, que es abordado por la historia “episódica”.

hegemonía” desarrollado por Williams (2000) en la medida en que nos permite pensar la dinámica del proceso social no sólo en términos de lucha de poder entre agentes sociales colectivos con intereses contrapuestos definidos por su participación diferenciada en la distribución siempre desigual de recursos especialmente valorados y escasos y, por lo tanto, fuente de poder (también desigual y relativo); sino también –y fundamentalmente- en términos de una lucha constante por la producción y reproducción de los significados y valores dominantes en la medida en que permanentemente están siendo resistidos y desafiados (134-135).

El análisis que proponemos mantiene la noción que Williams presenta de “lo dominante” –y también de “lo emergente”- en ideas y valores en un determinado período del proceso histórico, en la medida en que comparte que la orientación cultural dominante en una sociedad se inserta en relaciones sociales de poder desigual. Sin embargo, como se dijo anteriormente, toma distancia del vínculo exclusivo con lo económico, aún cuando reconoce su mayor peso relativo específico para comprender y explicar la generación y funcionamiento de lo que Bourdieu denomina “violencia simbólica” en procesos considerados en un nivel macro (Costa y Mozejko, 2008: 64).

Para seguir la emergencia, formación y transformación de los elementos de un proceso social global es necesario ubicarse en un sistema de disputas más amplio y en una escala temporal más extensa que la requerida para explicar las opciones discursivas de un agente particular en un momento dado y en un sistema de relaciones específico, aún cuando el lugar de ese agente guarde también relación con este proceso social global.

Para historizar las condiciones en que los agentes producen sus prácticas de producción de sentidos, retomaremos también la noción de “genealogía” de Foucault (1992: 7- 12) en la medida en que plantea una ruptura con la concepción de la historia como evolución teleológica o despliegue de un origen entendido como lugar de la verdad, la identidad o la esencia, y “restablece la dimensión de proceso, de relaciones de poder donde está en juego apoderarse de los recursos que son eficientes en la relación, entre ellos, el de las definiciones” (Costa y Mozejko, 2008: 65).

Comprender/explicar las recurrencias y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones de la sociedad civil implica introducir el análisis de la dimensión histórica tanto a nivel de la trayectoria de los agentes colectivos e individuales que las produjeron, como de los estados sucesivos del espacio social en que éstos desarrollaron sus trayectorias³⁵. Según se dijo, los sujetos sociales no son siempre iguales a sí mismos, sino que un mismo agente ocupa sucesivas posiciones en campos que también están sometidos a transformaciones. Esta dimensión dinámica de los campos es introducida por Bourdieu al enfatizar que no se trata de

³⁵ Al plantear la ruptura con la dicotomía “individuo vs. sociedad”, Elias (1987: 16) sostiene que ambas nociones tienen el carácter de procesos que sólo pueden comprenderse si se analizan en dimensión histórica. Plantea asimismo una ruptura con las conceptualizaciones del cambio social como disrupción entre dos estados sociales de equilibrio, porque “los cambios constituyen rasgos inherentes a la sociedad” (17).

una estructura de fuerzas, sino también de un “campo de luchas” en el que los sujetos se enfrentan “contribuyendo de ese modo a conservar o a transformar su estructura” (1997: 49). La construcción de los estados sucesivos del “conjunto de las relaciones objetivas que han unido al agente considerado –por lo menos, en un determinado número de estados pertinentes del campo- al conjunto de los demás agentes comprometidos en el mismo campo y, enfrentados al mismo espacio de posibilidades” (82), es condición del análisis de la trayectoria de los agentes.

En el análisis socio-histórico que hacemos del proceso de producción estratégica de tomas de posición por parte de agentes colectivos, identificamos regularidades, aún cuando resulta evidente que en su totalidad no son resultado de una planificación de los agentes. Al respecto, Elias señala que el cambio histórico, si bien en su conjunto, se produce sin un plan previo producto de la reflexión intencional de los sujetos (“nada en la historia demuestra que esta transformación se haya llevado a cabo de modo ‘racional’), sigue sin embargo un orden peculiar y comprensible (“tampoco es un ir y venir arbitrario de figuras desordenadas”) (1987: 449- 450). A este orden que no es “racional” ni “irracional”, “a veces se lo ha identificado con el orden de la ‘naturaleza’”. Sin embargo, en la medida en que “las leyes peculiares de las manifestaciones de la interdependencia social no son idénticas a las leyes del ‘espíritu’ o la planificación individuales ni a las leyes de eso que llamamos ‘naturaleza’” (450)³⁶, para desnaturalizar lo social es imprescindible reconstruir los procesos históricos que produjeron las actuales condiciones.

1.2. Las prácticas por la democratización de las comunicaciones

En este trabajo abordamos prácticas discursivas disidentes a las reglas dominantes en el sistema de relaciones de la comunicación mediática de la Argentina, producidas por el sector social, el más débil de los tres sectores de la radiodifusión: el único que al iniciar el período de análisis estaba excluido legalmente de prestar este servicio y que, además, posee menores recursos económicos, lo que restringe sus posibilidades de prestar servicios de comunicación mediática.

En este apartado mostramos las implicaciones de este enfoque para abordar este objeto³⁷. Procuramos esbozar los primeros trazos para cartografiar el campo de la comunicación mediática

³⁶ Elias aboga –igual que Foucault, 1992- por un riguroso trabajo empírico para mostrar “los mecanismos concretos” del cambio histórico (1987: 450). Considera que este tipo de investigación permitirá superar tanto el “estatismo” que expresa lo histórico como inmóvil y no motivado, y el “relativismo histórico” que ve en la historia un cambio continuo “sin penetrar en la ordenación de ese cambio y en la regularidad de las formaciones históricas” (1987: 50).

³⁷ Cabe destacar que tanto las tradiciones teóricas de estudios de comunicación y cultura como las sociológicas y de análisis del discurso que en su conjunto conforman el andamiaje teórico de esta tesis, tienen similares fundamentos. Todas ellas rechazan el determinismo mecanicista de lo económico tanto como el inmanentismo del discurso y la autonomía del sujeto (ver Sodré, 1998: 28- 31 sobre Mattelart y Barbero, Barthes y Kristeva, Foucault y Bourdieu).

y del subsistema de las prácticas de las organizaciones de la sociedad civil por la democratización de las comunicaciones, al tiempo que profundizamos el planteo sobre los alcances del objeto de estudio así construido, que ya fueron planteados en términos generales en la Introducción.

1.2.1. Especificidad del campo de la comunicación mediática

Sostuvimos que las luchas simbólicas son las luchas políticas por excelencia y son inseparables de las luchas materiales por la dominación en la medida en que se disputa la imposición de la interpretación pública legítima sobre el orden social. La lucha simbólica es crucial a la hora de comprender y construir imágenes de mundo, de configurar proyectos de sociedad e identidades colectivas, de conocer y hacer. Aunque en grados diferentes, estas concepciones, convertidos en sentido común, sustentan las prácticas sociales, culturales y políticas. A través de este sistema, el orden social es susceptible, no sólo de ser reproducido, sino también impugnado.

En las sociedades contemporáneas, los medios masivos de comunicación son instituciones centrales en estas luchas simbólicas por la definición de la visión legítima del orden social. El campo de la comunicación mediática es uno de los principales ámbitos donde se compite por establecer las definiciones políticas de nuestro tiempo. Esta centralidad de los medios como fuente de representaciones que operan como regulaciones discursivas, modelan comportamientos y marcan los límites de lo que puede problematizarse en el espacio público, es entendida “no ya en su carácter de transportadores de algún sentido añadido –los mensajes- o como espacios de interacción de productores y receptores, sino en tanto marca, modelo, matriz, racionalidad productora y organizadora del sentido” (Mata, 1998: 84).

Rey sostiene que los medios se caracterizan por ser escenarios de representación y circulación de interpretaciones sobre lo social, constituir espacios de deliberación social, participar en la creación de agendas públicas³⁸, permitir mediaciones y relaciones sociales “que pueden ampliar el ámbito público no sólo en sociedades con fuertes institucionalidades sino también en sociedades desinstitucionalizadas”, y cuyo desarrollo “está muy ligado a procedimientos de ‘modelación’ de lo público” (2000: 2-3). Sin embargo, configuran posibilidades pero también restricciones:

...los medios y tecnologías de información y comunicación (...) son tematizados como espacios de encuentro y reconocimiento, de vinculación de la sociedad civil con los institutos del poder político, como instancias no dialógicas de construcción de lo común, de emergencia de la ciudadanía; pero también como dispositivos restrictivos de constitución de lo público en tanto modeladores de agendas restringidas, como reguladores de modalidades ficticias de participación social. (Mata y otros, 2007b)

³⁸ Mata (2008) advierte que los medios no sólo construyen una agenda entendida como los temas priorizados para su consideración pública, sino que también proveen los marcos interpretativos comunes para dar sentido al orden social.

En tanto, Becerra (2010) observa también el “rol económico” de los medios como dinamizadores de mercados publicitarios y “su rol político” como constructores y reproductores de sistemas de valores y a la vez como posibilitadores de negocios dentro y fuera del sistema de medios, dimensiones indisociables de la producción cultural y simbólica.

No obstante, partimos de suponer que en las sociedades mediatizadas, estas instituciones son centrales, pero no determinantes en la configuración del espacio público y en la construcción del sentido común. Si bien reconocemos la capacidad modeladora de los medios de comunicación, esto no equivale a conferirles el estatuto de causas autónomas y eficientes del funcionamiento social, en la medida en que consideramos imposible explicar la totalidad del funcionamiento social a partir de la identificación de una única matriz de estructuración. Existen, en efecto, otras instituciones vinculadas al orden y al control social como las estatales en general -particularmente las escuelas y las políticas sociales-, las familias, las iglesias, el mundo del trabajo, las fuerzas de seguridad, que también inciden en la construcción de la idea que tenemos sobre nuestro “mundo en común”, además de otros espacios públicos como el urbano y las instituciones públicas.

De todos modos, en sociedades mediatizadas, las prácticas desarrolladas en estos otros espacios públicos, no son autónomas del sistema comunicacional debido a que “las instituciones, las prácticas sociales y culturales se articulan directamente con los medios de comunicación de tal manera que éstos se convierten progresivamente en el lugar por excelencia de la producción social de sentido” (Sodré, 1998: 30). En estas sociedades, las modalidades de funcionamiento institucional, los mecanismos de toma de decisión, los hábitos de consumo, etc. “se transforman por el hecho de que hay medios” (Verón, 1998: 124). Se observa entonces “un nuevo modo en el diseño de las interacciones, una nueva forma de estructuración de las prácticas sociales, marcada por la existencia de los medios” (Mata, 1998: 84). Dicho de otro modo, “mediatización es el nombre que ha recibido el proceso de articulación del funcionamiento de las instituciones sociales con los medios de comunicación” (Sodré, 1998: 9). Por lo tanto, esta noción constituye “un principio de inteligibilidad social, un nuevo modo de ser en el mundo” (Gomes, 2010: 92).

Sin embargo, cabe precisar que la mediatización no opera de modo homogéneo, sino que lo hace “a través de diversos mecanismos según los sectores de la práctica social que interese y produce en cada sector distintas consecuencias” (Verón, 1998: 124). Es más: no sólo opera de modo heterogéneo, sino que “esa capacidad transformadora se revelará en grado desigual y operando distintas alteraciones según los particulares actores de esas prácticas; según los desiguales (...) universos materiales en que ellas se desarrollan” (Mata, 1999: 87). Por eso, este proceso es inseparable de los conflictos sociales de los que forma parte.

Si para comprender/explicar las recurrencias y variaciones discursivas a partir de los lugares de producción, es necesario reconstruir el sistema de relaciones en el que los agentes entablan relaciones de cooperación y disputa³⁹, es necesario identificar qué es lo que está en juego y que define la especificidad del campo de la comunicación mediática. Considerando lo dicho, podemos partir de la hipótesis de que lo que está en juego en el campo de la comunicación mediática es el control de las representaciones sobre lo común -la definición e imposición de la interpretación pública legítima sobre el orden social- producidas y puestas a circular del modo específico en que lo hacen los medios de comunicación de masas en sociedades mediatizadas, esto es: en tanto instituciones centrales en la producción y organización de los sentidos de lo social.

El sistema mediático ejerce, hoy, un papel primordial en la intelección de la sociedad y refleja de forma impar los meandros de esa misma sociedad, al mismo tiempo en que se impone como necesario a las personas para que ellas puedan construir su sentido de vida y su localización en el concierto de la comunidad. (Gomes, 2010: 97)

Si lo que está en juego en el sistema comunicacional es el control de las representaciones sobre el orden social producidas y puestas a circular del modo específico y con la particular capacidad modeladora de los medios de comunicación de masas en sociedades mediatizadas, la puja es por mantener o mejorar las propias posiciones de poder relativo, por controlar recursos valorados y escasos⁴⁰ en ese campo. El objeto de la disputa en el espacio público mediático es entonces el poder relativo de cada agente en ese sistema de relaciones 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.

Para aumentar la capacidad diferenciada de relación, se deben conjugar una serie de factores que no son determinables a priori, sino que es necesario analizar en cada caso concreto. Estos factores son los recursos de poder que posee y gestiona el agente, y que configuran su competencia. En el campo de la comunicación mediática en el período considerado, esos recursos en los que se basa el poder relativo de los agentes en tanto medios de comunicación masiva son, en grado variable, los siguientes: la audiencia o público empírico medible con estudios de *rating* de audiencia o *ranking* de ventas, el reconocimiento de la calidad técnica y estética de sus productos por parte de la crítica, la capacidad técnica de resolución y desarrollo de algunas funciones como la inmediatez o amplitud informativa (Mata, 1997: 20), su fortaleza económica como empresas, su reconocimiento en discursos de otros medios de comunicación

³⁹ Cabe aclarar, sin embargo, que en la perspectiva propuesta, al poner el acento en las prácticas producidas por agentes sociales, la reconstrucción del sistema de relaciones no pretende ser exhaustiva, sino que la pertinencia de la información considerada estará definida también por aquellos agentes con quienes los agentes considerados entren en relación de cooperación o disputa.

⁴⁰ Lo que Bourdieu denomina “capital” específico de un campo es un compuesto de propiedades y recursos que son específicos de ese sistema de relaciones. La ponderación relativa del valor de los elementos que componen el capital puede variar en el tiempo. Por eso, en cada campo se pelea tanto por aquello que es considerado valioso en ese ámbito, como así también por los criterios que definen qué es considerado valioso en ese sistema de relaciones.

(capacidad para instalar agenda mediática), su incidencia en decisiones de política pública y movilización social (capacidad para instalar agenda política y social) (Rey, 2000: 2-3). Como veremos en el Capítulo 2, estos recursos son eficientes para fundar el poder relativo de los agentes participantes en el campo de la comunicación mediática en la Argentina en esos años, porque las leyes y regulaciones vigentes en esa área establecían reglas de juego que privilegiaban las posiciones de quienes los poseían, esto es: las empresas privadas de medios.

El valor de estos recursos y propiedades, y su “peso específico” en la estructura del capital de cada agente, varía en el tiempo como resultado de las luchas en el campo, las reglas de juego vigentes (leyes) y las instancias de consagración reconocidas en ese sistema de relaciones. Los lugares de consagración, esto es: los mecanismos generadores de poder que forman parte del funcionamiento del campo y que intervienen para definir lo aceptable, habitual y predominante en un determinado sistema de relaciones, no son individuales ni tampoco pertenecen a la sociedad en su conjunto, sino que son lugares específicos en un determinado momento de cierto sistema de relaciones. En el campo de la comunicación mediática, los lugares de consagración de los recursos antes mencionados son: el gran público, otros medios masivos de comunicación, el poder político, la crítica especializada y los premios, el mercado y la técnica.

Teniendo en cuenta que el objeto de disputa en el espacio público mediático es el poder relativo de cada agente en vistas a aumentar su probabilidad de incidencia en la producción de sentidos sobre el orden social, los agentes otorgan importancia a las reglas que regulan esta competencia por imponer las representaciones legítimas sobre el orden social, ya sea para subvertirlas o conservarlas. Las reglas de juego son objeto de disputa porque son las que definen cuáles y con qué peso relativo van a ser los recursos valorados en ese campo en los que se van a fundar las posiciones de mayor o menor poder relativo para intervenir en el juego con mayor o menor ventaja. Las normas que definen qué temas/problemas pueden y deben ser vistos, quiénes son los sujetos participantes concebidos y reconocidos como interlocutores autorizados, cuáles son las condiciones materiales o estructurales requeridas y las modalidades de expresión legítima para participar del debate público, delimitan el juego. Por eso, poseer el control de la definición, interpretación y aplicación de las reglas, implica también, en buena medida, regular la distribución de poder en ese campo y tener, en buena medida, el control de las prácticas.

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 que analizo, 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 antes enunciados 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 -objeto de este estudio- 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. Las organizaciones de la sociedad civil cuyas prácticas analizamos ocupan, en el campo de la comunicación mediática, un lugar marginal (de menor poder relativo) con respecto a las corporaciones privadas de medios y también con respecto al Estado.

Los agentes que participan en este sistema de relaciones y con los que las organizaciones que producen las prácticas objeto de este estudio, 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.

Las empresas privadas de medios son el actor central en la actual configuración del sistema comunicacional de la Argentina desde los orígenes del sistema audiovisual en el país (ver Mastrini, 2005). Además por una razón económica y tecnológica es un mercado que tiende al oligopolio (Mastrini, y Becerra, 2006: 37-75), lo que complejiza las posibilidades de acciones tendientes a su democratización en términos de diversidad, acceso y participación.

Las empresas de comunicación son, al mismo tiempo, instituciones que ejercen un bien público y empresas comerciales que se rigen por las reglas de mercado, de la concurrencia y la necesidad de lucro para subsistir. Esas dos dimensiones conviven dialécticamente y se condicionan recíprocamente, haciendo que sus procesos internos sean extremadamente complejos. (Gomes, 2010: 98)

El Estado interviene como regulador del sistema y de las políticas de comunicación, y gestor de medios públicos, además de regulador del orden social y garante de los derechos ciudadanos. Históricamente, tuvo un rol subsidiario con respecto a las empresas de medios en la prestación del servicio de radiodifusión. Al mismo tiempo, mantiene “relaciones orgánicas” con ellas en la medida en que les garantiza la sustentabilidad económica por medio de múltiples vías indirectas que exceden a la publicidad oficial (Becerra, 10/10/09).

Las carreras universitarias de comunicación social y periodismo, sus docentes e investigadores, y los estudiantes y sus agrupaciones, en Latinoamérica estuvieron históricamente aliados a las

organizaciones sociales en sus prácticas por la democratización de las comunicaciones, tanto que aún tratándose de instituciones estatales autónomas, las universidades, sus federaciones y redes, han sido consideradas parte del sector de la “sociedad civil”. Además, algunas universidades como la de Córdoba también gestionan medios y producen contenidos para radiodifusión.

Los trabajadores de prensa, gremios y asociaciones profesionales, a partir de las reivindicaciones laborales del sector y sus demandas “profesionalistas” -que incluyen los derechos de libertad de prensa, acceso a la información, garantías al secreto profesional, etcétera-, perciben la inescindible relación de estas demandas con la reforma democratizadora del sistema de la comunicación mediática, por lo que también trabajan en alianza con las demás organizaciones.

Los públicos y ciudadanos como gran agrupamiento social serán considerados en esta doble identidad no exenta de tensiones que asumen los integrantes de sociedades mediatizadas (ver Mata, 2005). A partir de la constatación de la centralidad de los medios, la identidad de públicos -basada en la cultura común que hoy se forma, en gran parte, por los modos de experimentar las interpelaciones de los medios masivos- cobra relevancia como identidad cultural colectiva desde la que los sujetos actúan⁴¹. Estar excluido del acceso a los medios hoy refuerza las exclusiones sociales, en la medida en que implica estar excluido de gran parte de las conversaciones y sobreentendidos cotidianos⁴². Desde esta perspectiva, la condición de público se articula con la de ciudadanos. La ciudadanía excede la dimensión normativa -derechos plasmados en leyes y regulaciones- para incluir una dimensión cognoscitiva -los que se reconocen como propios-, una pragmática -los que se exigen y reivindican-, y una ideal -por los que se debería luchar-⁴³.

Las organizaciones, redes y medios de la sociedad civil que impulsan la democratización de las comunicaciones en otros lugares de la Argentina, en otros países latinoamericanos y a nivel transnacional, constituyen otros agentes con los que las organizaciones que incluyen en su agenda la democratización de las comunicaciones en Córdoba se aliarán y frente a quienes se posicionarán.

Finalmente, las organizaciones de la sociedad civil que impulsan la democratización de las comunicaciones se articularon con otras organizaciones, colectivos y movimientos que trabajan

⁴¹ Esta noción, desde la perspectiva que trabajo, excede el acto mismo de la recepción que expresa una identificación con el producto mediático de que se trate. Nombra al integrante 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, 2001: 183-200).

⁴² Sin embargo, esta “inclusión” en el “mundo común” operada por los medios de comunicación masiva en tanto “sistemas de interpelación masiva de lo público”, no deja de ser problemática, ya que se trata de una inclusión a lógicas mercantiles, de consumo, diferente a la operada por la escuela, dispositivo por excelencia de inclusión social y homologación cultural desde la primera década y hasta la penúltima del siglo XX (Ver Becerra, 2010: 150 y 151).

⁴³ En la noción propuesta por Mata (2004) es fundamental la dimensión pragmática de la ciudadanía: el sujeto se constituye como ciudadano en el momento de su aparición y presentación en el espacio público, cuando expresa sus demandas y disputa por el cumplimiento o ampliación de sus derechos. Desde este enfoque de la ciudadanía, la comunicación se torna condición necesaria para la práctica ciudadana y la práctica política en general.

en otras áreas de lo social y que impulsan la reivindicación o ampliación de otros derechos, procurando en muchos casos dar respuestas a sus demandas expresivas e informacionales.

1.2.2. Alcances de la propuesta

Las recurrencias y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones de la sociedad civil en cuyos discursos se puede leer una pretensión de democratizar las comunicaciones, son aquí construidas como subcampo de producción discursiva dentro del sistema de relaciones de la comunicación mediática. Este agrupamiento, como se dijo en la Introducción, es fruto de una operación de construcción del objeto de estudio en función del enfoque teórico-metodológico propuesto y de los tres criterios de recorte del objeto de estudio: temático, temporal y geográfico.

La perspectiva teórico-metodológica expuesta en la sección anterior de este Capítulo, nos provee elementos para identificar y caracterizar las recurrencias y variaciones en las tomas de posición de agentes colectivos, y para comprenderlas/explicarlas en relación con las condiciones de su producción habida cuenta del lugar social que ocupan los agentes que las producen. Por su parte, los recortes temporal y geográfico ya fueron explicitados en la Introducción.

En este apartado, ampliaremos las consideraciones realizadas en la Introducción sobre la noción de prácticas de organizaciones de la sociedad civil tendientes a la democratización de las comunicaciones, esto es, el criterio de recorte temático de nuestro objeto de estudio.

En primer lugar, con respecto a las organizaciones de la sociedad civil⁴⁴, cabe aclarar que se parte de la certeza de su heterogeneidad y de su autonomía relativa frente al Estado y al mercado. Desde esta perspectiva, se utiliza este concepto global por razones de economía lingüística, pero se procura mostrar las diversas formas organizativas, actividades, financiamientos y principios que caracterizan a estas entidades; se propone asimismo distinguir las de acuerdo con una tipología elaborada sobre la base de las propuestas que formulan. Por otra parte, no se adscribe a la “beatificación de la sociedad civil” como esfera eminentemente democrática por oposición a la demonización del mercado como ámbito orientado sólo por el interés, y del Estado como ente cuyo único objetivo es la dominación; sino que, por el contrario, se pretende reflejar la complejidad de estas esferas y de sus interrelaciones. En particular, se presta atención a las modificaciones producidas a lo largo del período estudiado, en los vínculos no necesariamente evidentes entre las instituciones del sistema representativo de gobierno y las de la sociedad civil que, en muchos casos, reivindican formas de participación directa y que, si bien en muchos casos

⁴⁴ La cuestión de la sociedad civil ha sido extensamente trabajada en la filosofía y la teoría política (sistematizaciones de esta producción, con enfoques diferentes, se encuentran, por ejemplo, en Viguera, 2000; Meiksins Wood, 2000). Sin embargo, el abordaje de estas elaboraciones –que suelen presentar un importante nivel de generalización (ver Sorj, 2010b: 7)- exceden el objetivo de este apartado.

representan intereses legítimos de algunos sectores sociales, están lejos de representar al conjunto o a una porción significativa de la sociedad (Sorj, 2010b: 1-9). Para dar cuenta de esta complejidad, el abordaje socio-histórico de base empírica propuesto resulta fundamental.

Por otra parte, dijimos que consideramos sólo las prácticas de organizaciones sociales cuyo objetivo central y ámbito de acción específico es la intervención en comunicación. Si bien, como ya se dijo, todas las organizaciones participan de las disputas simbólicas por la definición de los sentidos del orden social, sólo analizaremos las estrategias de aquellas cuya especificidad se define por la pretensión de incidencia en la modificación de algún nivel de las reglas de juego del sistema de la comunicación mediática, principal ámbito de esas disputas en las sociedades mediatizadas.

Finalmente, nos referimos a organizaciones cuyo objetivo y ámbito de acción central es la intervención en la modificación de las reglas de juego del sistema comunicacional con determinada orientación o sentido: las que impulsan experiencias que tienden a la defensa, reivindicación o ampliación de derechos a la comunicación en el sentido en que Mata caracteriza a la “ciudadanía comunicativa ejercida” como “la movilización social, política y cultural en torno a esa dimensión de la vida en sociedad”.

De ahí que su consideración requiera el análisis pormenorizado de los movimientos y prácticas donde tal condición se realiza, así como el análisis de sus alcances en términos de consolidación y ampliación de derechos. Las demandas a los actores que legítima y legalmente tienen el poder de conceder derechos, las prácticas antagónicas o alternativas respecto de los actores que los pervierten o restringen. (Mata y otros, 2005)

Afirmamos en la Introducción, que las prácticas tendientes a la democratización podían también definirse, en términos de filosofía política, sobre la base de su contribución a la ampliación de sujetos, temas y condiciones expresivo-culturales y económicas en el espacio público mediático (Fraser, 1997). De modo complementario, sostuvimos asimismo que, según los principios de la tradición teórica latinoamericana sobre políticas de comunicación, 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 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. En esta perspectiva, el Informe MacBride es un hito en la historia del Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación. Su aprobación por la Asamblea General de la ONU en 1980 consagra como legítimo a nivel mundial el tópico de la “democratización de las comunicaciones” (Roncagliolo, 1983). Constituye aún hoy “el principal documento sobre políticas de comunicación aprobado en forma unánime por la comunidad de naciones y es además el que más se adentra en una propuesta seria de democratización de los sistemas de comunicación social” (Mastrini y Aguerre,

2007: 44). Los conceptos de acceso, participación y equidad que expresa, constituyen “elementos clave para el proceso de democratización de la comunicación”. El primero garantiza “el derecho universal a contar con bienes culturales y fuentes de información plurales” (44):

...una democratización de la comunicación (...) Comprende evidentemente el suministro de medios más numerosos y variados a un mayor número de personas (...) Implica un acceso mayor del público a los medios de comunicación existentes; pero el acceso no es sino uno de los aspectos de la democratización. (MacBride y otros, 1980: 173-174⁴⁵)

En tanto, la participación “busca conformar una ciudadanía que sea sujeto de las políticas y no un mero objeto de las mismas” (Mastrini y Aguerre, 2007: 44):

...la democratización (...) es el proceso mediante el cual: i) el individuo pasa a ser un elemento activo, y no un simple objeto de la comunicación; ii) aumenta constantemente la variedad de mensajes intercambiados; iii) aumenta también el grado y la calidad de la representación social en la comunicación o la participación. (MacBride y otros, 1980: 166)

A esto agregamos el principio de equidad de los flujos comunicacionales. Dice el Informe:

Significa también unas posibilidades mayores –para las naciones, las fuerzas políticas, las comunidades culturales, las entidades económicas y los grupos sociales- de intercambiar informaciones en un plano de mayor igualdad, sin una dominación de los elementos más débiles y sin discriminaciones contra nadie. (MacBride y otros, 1980: 173-174)

En esta línea, entre los diez requisitos que Pasquali (1991a) enuncia que “un auténtico servicio público de radiodifusión debiera satisfacer”, incluye: independencia frente a gobiernos y empresas; participación definida como “presencia organizada, activa y concreta del usuario y de sus libres asociaciones en la gestión de empresas de radiodifusión”, y en la producción de programación propia para “salvaguardar identidades culturales” y “ver el mundo con ojos propios”⁴⁶; diversidad en tanto respeto a los usuarios como “personas inteligentes cultivadas, sensibles, de edades y de gustos diversificados” despertando en ellos “el sentido crítico, la voluntad participativa y la demanda de mensajes más calificados”; equidad en tanto establecimiento de redes de transmisión “malladas y multilaterales que permitan los enlaces periferia a periferia, la distribución diversificada de programas, la regionalización de las emisiones, la producción descentralizada y una más rutinaria vehiculización de mensajes periferia-centro”⁴⁷.

Los agentes cuyas tomas de posición se analizan en esta tesis, en la medida en que impulsan todas o algunas de estas reglas, construyen como valiosos recursos y propiedades diferentes a los predominantes en el campo. Por lo tanto, proponen cambios en la valoración de las propiedades que debería tener un agente para fundar su posición de poder en el sistema comunicacional.

⁴⁵ La traducción es nuestra.

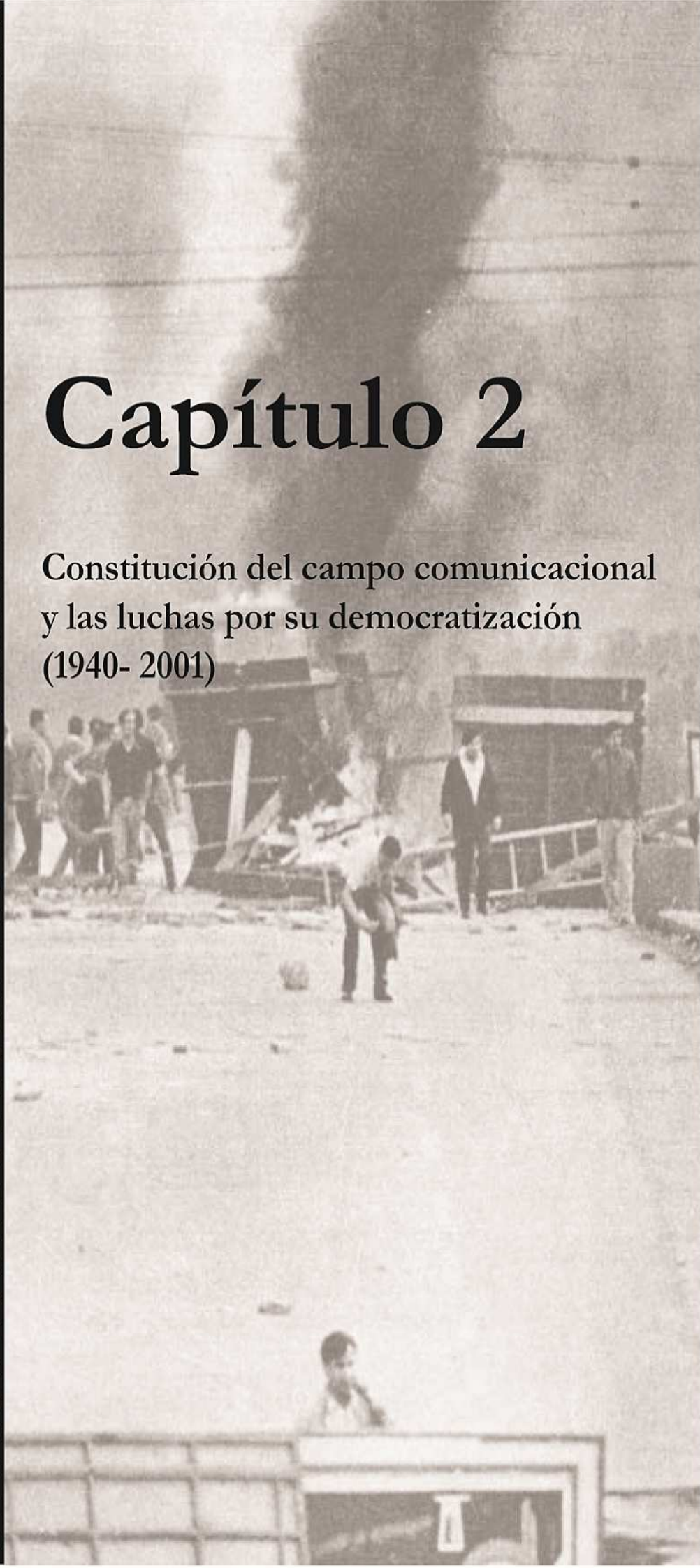
⁴⁶ Pasquali (1991b) propone la participación en un triple nivel: el de la definición de políticas de radiodifusión, la gestión de sus instituciones y la producción. Así, este principio aparece ligado a la diversidad, la pluralidad, la identidad cultural, y al trabajo y la industria nacionales.

⁴⁷ Pasquali (1991b) enumera otros requisitos que no fueron incluidos por estar referidos específicamente a la radiodifusión pública. Tampoco se mencionaron los relativos a la “calidad” por considerar que son difícilmente operacionalizables y no aparecieron más que de modo marginal en las tomas de posición objeto de análisis.



Capítulo 2

Constitución del campo comunicacional y las luchas por su democratización (1940- 2001)



Capítulo 2

La constitución del campo comunicacional y las luchas por su democratización (1940-2001)

Si pretendemos comprender/explicar las recurrencias y variaciones discursivas a partir de los lugares de producción, es necesario reconstruir el sistema de relaciones de cooperación y disputas que entablan los agentes. Presentamos aquí de modo diacrónico los estados sucesivos de los procesos de emergencia y consolidación del campo de la comunicación mediática en Latinoamérica, Argentina y Córdoba, y de las trayectorias de los agentes colectivos e individuales que producen las prácticas analizadas, en relación con los procesos sociales globales.

Establecemos la década de 1940 como inicio del análisis de la constitución del campo de la comunicación mediática en Latinoamérica, la Argentina y Córdoba, porque es a partir de entonces que se configuran las condiciones de posibilidad de las prácticas objeto de estudio en la medida en que: (1) se definen y consolidan las reglas y los mecanismos de consagración del campo; (2) se constituyen los agentes colectivos que producirán las tomas de posición analizadas y aquellos con quienes entablarán relaciones de enfrentamiento y/o cooperación; (3) estos agentes producen prácticas que constituirán antecedentes de las que serán abordadas en los capítulos siguientes en tanto configuran su espacio de posibilidades objetivas y en cuanto serán usadas estratégicamente como referencias por los agentes al insertarse en determinada tradición o para tomar distancia y diferenciarse de ellas en vistas a fundar la aceptabilidad de los sentidos propuestos y su propia legitimidad. El proceso considerado en este capítulo llega hasta el año 2001, previo al período objeto de estudio.

En ese sistema de relaciones reconstruimos las pujas por definir las reglas de juego del campo por parte de los principales agentes que lo integran -las tomas de posición manifestadas en políticas gubernamentales de comunicación, estrategias empresariales, teorías producidas en la academia, reivindicaciones de los gremios de trabajadores del sector y prácticas de organizaciones sociales- en el marco de la situación general de luchas sociales, económicas y políticas.

En la primera sección del capítulo, abordamos el proceso de constitución y consolidación del campo de la comunicación mediática en Latinoamérica y, en particular, la emergencia de las propuestas de democratización de las comunicaciones, mientras que en la segunda, reconstruimos el mismo proceso en la Argentina y en Córdoba en particular⁴⁸.

⁴⁸ Por abordar tres escalas distintas –continental, nacional y local-, en cada apartado, la argumentación y el tipo de información responderán a esos diferentes niveles de generalización. Esta reconstrucción no pretende ser exhaustiva.

2.1. El campo comunicacional y las luchas por democratizarlo en Latinoamérica

Los debates en torno a la relación entre comunicación y política estuvieron siempre presentes en los desarrollos teóricos y en las prácticas de la comunicación en América Latina. Es más, Roncagliolo sostiene que el diseño de políticas nacionales de comunicación “constituyó casi la obsesión de los investigadores latinoamericanos” (Mastrini y de Charras, 2005).

Las disputas en torno a la formulación de políticas de comunicación son inescindibles de los procesos políticos de la región. De estas luchas participan fundamentalmente, gobiernos, organismos multilaterales, organizaciones sociales, intelectuales y corporaciones empresarias.

2.1.1. El desarrollo a imagen y semejanza

Después de la segunda guerra mundial, en el marco de la bipolaridad de la guerra fría, las economías capitalistas crecieron, incluso las de Latinoamérica. Este crecimiento se mantuvo por 30 años, hasta la década del 70 cuando se clausuró esta “época de oro” del capitalismo. Además, los movimientos sociales obtuvieron conquistas que se tradujeron en políticas bienestaristas.

En los años 50, algunos investigadores comenzaron a pensar que el capitalismo podía extenderse indefinidamente, que era viable y que los factores políticos y sociales debían subordinarse al desarrollo económico. De acuerdo con el paradigma de la sociología estructural-funcionalista, suponían que todas las economías se integraban de igual manera al sistema mundial y que los países subdesarrollados debían superar los “obstáculos estructurales” que los alejaban del único patrón de desarrollo: el de los países centrales, para lo cual debían superar los resabios de la sociedad tradicional, y dar paso a la sociedad moderna (Prebisch, 1981). En Latinoamérica, los investigadores de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) impulsaron lo que se conoció como teoría del desarrollo. Desde esta perspectiva, era necesario que la periferia impulsara su propio desarrollo, para lo cual debía industrializarse. Esto debía ir estrechamente ligado al progreso técnico de la agricultura para evitar el deterioro relativo de sus precios. Así se construyó la noción de “desarrollo hacia adentro” por sustitución de importaciones. En este proceso debía intervenir el Estado en la planificación del desarrollo tanto para elevar el ritmo de acumulación del capital como para prevenir sus consecuencias. Este rol modernizador conferido al sector público se tradujo en la creación de agencias estatales de investigación y difusión técnica.

Como se dijo en la Introducción, es la construcción de las trayectorias de los agentes cuyas tomas de posición se analizan, la que orienta la búsqueda de información pertinente.

Esta idea del desarrollo como un avance a la prosperidad y el bienestar, previsto y organizado racionalmente por medio de la intervención estatal con apoyo de la tecnología, requería provocar cambios de conducta y costumbres por persuasión educativa tanto en funcionarios como en beneficiarios. Esto es lo que llegaría a constituir lo que luego se conoció como comunicación para el desarrollo. En este área, inicialmente -desde fines de los 40 y hasta inicios de los 50-, se realizaron experiencias prácticas como las de las radio escuelas promovidas por la Iglesia Católica en la aldea andina de Sutatenza, en Colombia, y las radios mineras de Bolivia mantenidas por los sindicatos que transmitían incluso desde los socavones en español y quechua. Por otra parte, en la misma época, los servicios públicos de agricultura, educación y salud copatrocinados por los gobiernos de EEUU y de la región, tenían sus propios órganos de comunicación dedicados a la “extensión agrícola”, la “educación sanitaria” y la “educación audiovisual” respectivamente.

La teorización se inició aproximadamente diez años después. Desde fines de los años 50 sociólogos y comunicólogos estadounidenses publicaron estudios referidos a la necesidad de extinción de la “sociedad tradicional” para dar paso a la “modernización” (Lerner, 1958 citado por Beltrán, 2005), a métodos de “difusión de innovaciones” como motor de la modernización social (Rogers, 1962 citado por Beltrán, 2005), la necesidad de creación de un “clima para el cambio” (Schramm, 1964 citado por Beltrán, 2005). Estas teorías sostenían que los medios de comunicación debían ser usados como instrumental de apoyo en las instituciones que ejecutan proyectos de desarrollo y que la comunicación de desarrollo es la creación de “una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales” (Beltrán, 2005). Entre los desarrollos teóricos sobre comunicación de masas y opinión pública, hay algunos determinados a tal punto por el contexto internacional de la guerra fría que reflexionan operativamente sobre el equilibrio de poder, la seguridad colectiva y el gobierno mundial (Mattelart y Mattelart, 1997, 45 sobre investigaciones de Ithiel de Sola Spool).

Las prácticas de la comunicación para el desarrollo que aplicaron los formatos operativos propuestos por estos teóricos estadounidenses se consolidó durante los años 50 y 60 con el apoyo de los gobiernos de Estados Unidos, Alemania y Holanda, y de organismos multilaterales de la Organización de Naciones Unidas (como la FAO, UNESCO, OPS, UNICEF, PNUD) y de la Organización de Estados Americanos.

La propia aproximación difusionista a los problemas de la comunicación asociada con las estrategias de desarrollo y modernización en el Tercer Mundo es inexplicable sin el trasfondo de esta discrepancia maniquea dictada por el imperativo de la ‘seguridad nacional’ (...). Eso explica por qué el análisis funcional confía en la doctrina del departamento de Estado sobre el *free flow of information* calcado del principio intangible de la libertad de circulación de las mercancías, asimilando pura y simplemente la libertad de expresión comercial de los actores privados del mercado a la libertad de expresión sin más. (Mattelart y Mattelart, 1997: 79)

2.1.2. La dependencia buscada

En los años 60 comienza a hacerse evidente que las economías de los países latinoamericanos no podían dar ese “gran salto” hacia una economía industrial. La dependencia comercial de las economías de la región de los países centrales y la vulnerabilidad financiera de sus Estados, se hacen evidentes. Además, luego de dos décadas de industrialización, importantes grupos sociales quedaban excluidos. A la tensión Este-Oeste, a partir de los procesos de liberación e independencia de las antiguas colonias en Asia y África, se sumó un nuevo eje de tensión: Norte-Sur. Las nuevas naciones independientes, si bien eran afectadas por el conflicto entre los bloques de la guerra fría, reconocieron que sus intereses se encontraban por fuera de esa disputa y comenzaron a cuestionar la distribución de la riqueza a nivel mundial. Los gobiernos del que comenzaba a ser llamado Tercer Mundo, se organizaron en el Movimiento de los Países no Alineados y sus votos empezaron a tener un valor estratégico en las Naciones Unidas.

El desarrollismo ignoró que las economías nacionales se insertaban en el sistema mundial en un esquema jerárquico. No se ocupó tampoco de la estructura social y la distribución del ingreso (Prebisch, 1981). En la década de 1960, economistas y científicos sociales latinoamericanos impugnaron las teorías desarrollistas al tiempo que se distanciaron del marxismo clásico (Cardoso, 1994) y realizaron –desde un paradigma económico estructuralista- rigurosos análisis de los procesos históricos de constitución de las estructuras económicas de la periferia en el orden capitalista internacional dentro del marco del dominio neocolonial y la división internacional del trabajo. Sostuvieron que los países dependientes debían formular políticas de consolidación de los mercados internos y protección de los trabajadores.

En la investigación en comunicación, algunos estadounidenses hicieron una autocrítica y pronosticaron “la extinción del paradigma dominante” (Rogers, 1974 citado por Beltrán, 2005), y Schiller inaugura una perspectiva crítica estadounidense sobre la cuestión de la dependencia cultural al definir el concepto de “imperialismo cultural” (1976 citado por Beltrán, 2005). Esto se sumó a la ruptura con el modelo funcionalista clásico de comunicación, que inicia en los años 60 una generación de investigadores latinoamericanos. El precursor de estas críticas fue en 1963 el venezolano Antonio Pasquali y luego, en 1969, el brasileño entonces exiliado en Chile, Paulo Freire. “Así se fue constituyendo el núcleo generador de la propuesta para la democratización de la comunicación”, sostiene Beltrán (2005). Mattelart y Mattelart (1997) destaca que investigadores paraguayos, brasileños y argentinos rápidamente se distinguieron por su reflexión sobre el vínculo entre comunicación y organización popular. Esta perspectiva rompió tanto con las tesis sobre el capitalismo moderno del marxismo, como con el esquema Este-Oeste de la guerra fría que había

marcado la sociología estadounidense de comunicación. La economía política de la comunicación comienza a desarrollarse en los años 60 (Segovia, 2006: 7-10). “Primero adopta la forma de una reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de información y de productos culturales entre los países situados a uno y otro lado de la línea de demarcación del ‘desarrollo’” (Mattelart y Mattelart, 1997: 77). En tanto, a partir de 1975, en un momento en el que las políticas gubernamentales de democratización cultural y la idea de servicio y monopolio públicos deben afrontar un mercado en vías de internacionalización, se comienza a reflexionar no ya sobre la industria cultural, sino sobre las industrias culturales “para intentar comprender el proceso creciente de valoración de las actividades culturales por el capital” (77).

En esa época, se desarrollaron prácticas de comunicación alternativa en muchos países de la región⁴⁹. Las escuelas radiofónicas y reporteros populares de comunidades campesinas en Bolivia promovidas por la iglesia católica; cooperativas de agricultores en Uruguay; campesinos en Ecuador; enseñanza por televisión en El Salvador y México; periodistas con la prensa *nanica* (en miniatura) en Brasil; y otras más en Perú; fueron procedimientos empleados “para decir lo que los grandes medios no decían” (Beltrán, 2005). En estas prácticas pioneras de la comunicación alternativa, el sujeto popular era identificado con los campesinos e indígenas. Se consideraba que la comunicación debía contribuir a la “concientización” de las clases subalternas para impulsar el cambio social que conduciría a su “emancipación” o “liberación”. Estas prácticas fueron duramente reprimidas durante las dictaduras de las décadas de 1970 y 1980.

En los años 70 y 80, se crearon las primeras asociaciones regionales de profesionales: la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) y la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), además de institutos y centros de países como México, Perú y Chile que se destacaron por sus contribuciones a “la democratización de la comunicación y del desarrollo”. Estas instituciones se constituyeron en instancias de consagración de perspectivas y de agentes (Beltrán, 1993).

En esa época de altísima productividad teórica y práctica, los gobiernos que formaban parte del Movimiento de Países No Alineados (MNA) proclamaron en la IV Conferencia de Jefes de Estado y Gobierno de los Países no Alineados en Argel en 1973, la necesidad de un Nuevo Orden Internacional de la Información (NOMIC). Disputaban el control de las comunicaciones en tanto recurso estratégico en el marco de una confrontación como la de la guerra fría donde la

⁴⁹ “El concepto de ‘comunicación alternativa’ también aparece como producto de otro gran movimiento que se dio en América Latina: las formas de comunicación popular promovidas por los organismos de base donde cumplieron un papel fundamental todas las corrientes cristianas que, por otra parte, también asumen la idea del NOII.” (Schmucler, 1994: 16. Ver también Kunsch, 2002: 18-23).

disputa central, al no llegar a utilizar las armas, era cultural, ideológica e informativa. Los No Alineados reclamaban un flujo de información no sólo “libre” –como propiciaba Estados Unidos- sino también “equilibrado” (Roncagliolo, 1983: 1), la reafirmación de la identidad nacional y el fin de las secuelas coloniales de dependencia cultural. Además, surgieron algunos intentos de cooperación Sur-Sur, como la creación de la Agencia de Noticias del MNA. La discusión sobre los desequilibrios de información se desarrolla paralela a la del reparto más justo de la riqueza: al año siguiente, los países del Tercer Mundo presentarán en la Asamblea General de ONU, la necesidad de un Nuevo Orden Económico Mundial. Al mismo tiempo, se produjeron reuniones intergubernamentales para implementar Políticas Nacionales de Comunicación más democrática, bajo el supuesto de que nada servía democratizar las relaciones internacionales en materia de comunicación, si al interior de los países se mantenían situaciones inequitativas. Estas propuestas provocaron el áspero rechazo de los países desarrollados.

El debate sobre la comunicación “en sentido único” alcanza a la comunidad internacional y se expresa principalmente en la UNESCO a partir de 1969, que aprueba la Declaración de San José de Costa Rica en 1976 (ver Quirós y Segovia, 1996). Y finalmente, crea una comisión internacional para el estudio de los problemas de comunicación, cuyo informe (conocido con el nombre de su presidente, el irlandés Sean MacBride) es aprobado en la Asamblea General de la UNESCO en Belgrado en 1980. “Se trata del primer documento oficial emitido bajo los auspicios de un organismo representativo de la comunidad internacional que reconoce y expone claramente la cuestión del desequilibrio de los flujos y que reflexiona sobre las estrategias que han de ser puestas en marcha para ponerle remedio” (Mattelart y Mattelart, 1997: 82). El informe constituyó “un aporte importante para legitimar la noción de derecho a la comunicación, superador del ya obsoleto concepto de libertad de prensa, y mucho más abarcador que el de derecho a la información” (Mastrini y de Charras, 2005)⁵⁰.

A principios de la década de 1970, la crisis del petróleo puso de manifiesto el fracaso del modelo de desarrollo central y tuvo consecuencias graves en las economías latinoamericanas. Cuando los países necesitaron rearticularse, sobrevinieron convulsiones sociales y políticas. Los golpes de Estado militares concretaron y consolidaron la división del trabajo preexistente por medio del librecambio y la liquidación de la base industrial. Las economías se reprimarizaron y perdieron capacidad de funcionamiento autónomo. Se consolidó así un “subdesarrollo antidemocrático” (O’Donnell, 1988).

⁵⁰ Ver: *Comunicación y Cultura* No 11, Mar. 1984; *Quaderns del CAC* No 21, En./Ab. 2005; y Schmucler, 1997: 257- 265.

2.1.3. La transición no pactada

A fines de los 70 y principios de los 80, durante los procesos de salida de las dictaduras, se desarrollaron en Latinoamérica estudios que se conocerían como teoría de la transición. Este paradigma no era sociológico como el desarrollista ni económico como el de la dependencia, sino politológico y considera que en el “cambio de régimen”, los problemas a resolver eran “la participación ciudadana, la mediación política y el sistema de partidos” (García Delgado, 2001: 36). La oposición pasa a ser autoritarismo-democracia y se pregunta por la vigencia del Estado de Derecho como sistema político democrático liberal. Este enfoque sobre la democracia se preocupaba por la manera de lograr la coincidencia entre cultura política⁵¹ e instituciones liberales.

La hipótesis profunda que sustentó la teoría de la transición y que le transmitió un sesgo conservador fue la de una ingobernabilidad por exceso de demanda, alimentada por una cultura movimientista. (...) La gobernabilidad de la democracia dependería, en consecuencia, del modo en que se hiciese esta transición, de los pactos y equilibrios de fuerzas que se lograsen para disminuir esta presión desde abajo. Desaparecerían, de esta manera, otros condicionamientos para la explicación de los golpes, como los provenientes del poder económico o las orientaciones de las potencias hegemónicas. Las causas del autoritarismo eran fundamentalmente endógenas y cultural-institucionales (García Delgado, 1994: 39-40)

“Desalentada por el fracaso en la lucha por las políticas de comunicación y por un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, la combatividad intelectual latinoamericana por la democratización de la comunicación vio algo menguado su brío en el primer tercio de la década del 80” (Beltrán, 2005), aunque muchos autores destacados de los 70 continuaron con su producción intelectual. Sí se hicieron algunas valiosas compilaciones de bibliografía regional. Y a mediados de la década, el comunicólogo español radicado en Colombia Jesús Martín Barbero introdujo una renovación conceptual al plantear la comunicación como un fenómeno de mediaciones culturales más que de medios. Se procura superar así la visión bipolar de la política mundial y de las clases sociales, para abordar los procesos de mediación y los mediadores, y con ellos, todo lo que hace complejo el enfrentamiento, el “choque cultural”. Este planteo, junto con los aportes del argentino radicado en México, Néstor García Canclini sobre las relaciones entre lo popular y lo masivo en las modernidades periféricas, contribuyó a que lo popular deje de ser asimilado exclusivamente a lo campesino e indígena, y considerado un sujeto esencialmente opositor que lideraría el proyecto emancipador, y a que se pasara a abordar su complejidad cultural y contradicciones políticas, en relación al mestizaje, lo urbano y lo masivo.

⁵¹ Intelectuales como los chilenos José Joaquín Brunner y Norbert Lechner, el español-colombiano Jesús Martín Barbero y el mexicano Pablo González Casanova, se preguntaban por las relaciones entre política y cultura.

En 1985, el gobierno de los Estados Unidos, invocando una “politización” en el debate sobre el NOMIC, se retira de la UNESCO y luego lo sigue el de Inglaterra. Esta oposición intransigente y los conflictos entre los No Alineados -los países del sur luchaban por su emancipación cultural nacional, los del bloque comunista se oponían a la apertura de sus propios sistemas de comunicación de masas, mientras otros utilizaban estos debates para legitimar sus carencias- contribuyeron al fracaso de la implementación de las propuestas del Informe MacBride. Además, ya a partir de inicios de la década del 80 se había producido un cambio sustantivo del contexto político. “Efectivamente, no puede considerarse la derrota de los planteos de MacBride desligada de la derrota del movimiento político que los impulsaba” (Mastrini y de Charras, 2005).

2.1.4. Neoliberalismo y repliegue

En la década del 80, la apertura y desmembramiento de la URSS y la caída del muro de Berlín configuran los hitos de un nuevo escenario geopolítico mundial donde Estados Unidos se consolida como potencia única. Se multiplican los discursos sobre el fracaso del comunismo y el triunfo del capitalismo, primer modo de producción que se universaliza.

En estos años se consolida el enfoque neoliberal de la economía. La meta a alcanzar es la estabilidad macroeconómica y para eso, se considera necesario encarar una drástica separación entre Estado y sociedad civil, y proceder al achicamiento del Estado para liberar el mercado y las supuestas tendencias autorreguladoras de la sociedad civil. Las políticas impulsadas por el llamado “Consenso de Washington” (Williamson, 1993) suponían que la crisis de la región tenía dos premisas que había que modificar: el exceso de estatismo y el exceso de populismo (excesivo poder en manos de sindicatos y organizaciones de trabajadores). De acuerdo con el principio del Estado prescindente, se desbarata la protección a la industria y los subsidios a la exportación de manufacturas y se impone el regreso al esquema de la división internacional del trabajo bajo el lema del aperturismo económico. Pero el éxito de esta política no sólo depende de la eficiencia de la actividad productiva de la periferia sino también del grado de receptividad de los centros. Esta particular visión del mercado internacional —en contradicción con la realidad- conlleva un considerable costo económico y social pero se argumenta que el sacrificio será transitorio. Las privatizaciones de las empresas que habían sido potestad del Estado incluyeron a las telecomunicaciones y los medios masivos de comunicación, y se permitió además el ingreso de empresas transnacionales⁵². El poder del sector financiero aumentó a partir de la desregulación del sistema y de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

⁵² Sobre el surgimiento y consolidación de los conglomerados transnacionales de medios, ver: Krakowiak, 2009.

En los estudios de comunicación, toman mayor impulso las teorías de recepción en sus vertientes culturalista, estructuralista y economicista que analizaron las posibilidades del receptor para hacer usos diferenciados de los productos culturales, particularmente de los mensajes de los medios, y resignificarlos a partir de sus diferentes culturas y contextos⁵³. Las “derivadas populistas” de algunos de estos estudios enfatizaron la soberanía del consumidor para elegir productos en el mercado cultural. Contribuyeron así a borrar la cuestión del poder de la comunicación y a invalidar la cuestión de las determinaciones sociales y económicas del consumo individual, como de la producción y consumo cultural nacional, en un momento en que la hegemonía de los Estados Unidos en la producción audiovisual estaba en el centro de los debates en organismos internacionales (Mattelart y Mattelart, 1997: 103). En tanto, en la agenda académica, “hablar de Políticas de Comunicación se transformó, al decir de Antonio Pasquali, en *dirty words*” (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 13). Por otra parte, creció la preocupación sobre el vínculo entre comunicación y ciudadanía iniciado en la transición democrática de la década anterior⁵⁴.

El desarrollo tecnológico de las redes informáticas y la digitalización de señales permitieron el almacenamiento, transmisión y manejo de grandes paquetes de información. Esto incidió en una transformación de la base tecnológica y la estructura de propiedad del medio televisivo y de las telecomunicaciones (Mastrini y de Charras, 2005). A mediados de los 90, la apertura y comercialización de las redes informáticas y la *web* permite el crecimiento de la red y comienzan a registrarse grandes ganancias en las empresas del rubro. En 1999 la red obtiene los mayores índices de capitalización bursátil en medio de una burbuja especulativa que cae en marzo de 2000.

Desde mediados de la década del 70 se venía configurando un imaginario tecnicista, que se consolida en los 80 y se expande en los 90. Estos planteos futuristas ven en la capacidad de la tecnología para almacenar, manipular y transmitir información y conocimiento, una solución para la crisis económica del capitalismo postfordista y para la democratización de la sociedad. En 1995 Manuel Castells desarrolla una de las sistematizaciones teóricas más rigurosas sobre la tensión entre tecnología y sociedad en sus libros “La era de la información”. Con sus análisis se sedimentan las teorías proféticas que centraban en la tecnología las expectativas de recomposición económica (la *new economy*). En consonancia con los discursos sobre el fin de la historia, las teorías que proclaman el advenimiento de la sociedad posmoderna produjeron una nueva utopía de la comunicación: la de la “democracia en tiempo real” (Lévy, 1990 y 1994 citado por Mattelart y Mattelart, 1997: 120) facilitadas por los desarrollos de tecnologías. Sin embargo,

⁵³ Ver *Diálogos de la Comunicación*, No 73, Julio de 2006.

⁵⁴ Ver, por ejemplo, los debates promovidos por la Asociación de Comunicadores Calandria de Perú y la Red de Comunicación Popular del Centro de Educación de Adultos para América Latina (Calandria, 1994; 1995 y 1997).

los desarrollos tecnológicos de la comunicación son considerados no sólo condición de emancipación sino también de sujeción en tanto amenaza del control omnipresente.

Los gobiernos de Estados Unidos y de la entonces Comunidad Económica Europea impulsan el proyecto de la Sociedad de la Información. En 1994, en la conferencia plenaria de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en Buenos Aires, Al Gore, en ese momento vicepresidente de los EEUU, había anunciado el proyecto de “autopistas de la información”. Al año siguiente, la Cumbre del G7 en Bruselas convalida la *Global Information Society* sobre la base de la apertura, liberalización y libre actuación del sector privado. En esos años, los debates sobre la regulación de los intercambios de información pasan a ser abordados por organismos como el GATT (Acuerdo General sobre las Tarifas Aduaneras y el Comercio) que luego se convertiría en la OMC (Organización Mundial de Comercio), “donde el debate sobre los productos culturales quedó englobado en el del libre cambio de los servicios, en cuya ocasión la tesis neoliberal del *free flow of information* adquirió una nueva legitimidad” (Mattelart y Mattelart, 1997: 115). La OMC impulsa las políticas libremercadistas dirigidas a concretar la desregulación del comercio audiovisual, la propiedad intelectual y las telecomunicaciones⁵⁵.

Luego de que en el 2000 la gran caída de los valores bursátiles de la tecnología provocara la quiebra de muchas empresas del sector, con lo que se diluyó la ilusión de que la tecnología salvaría a la economía, y de que en 2001 los atentados a las torres gemelas y luego las guerras de Afganistán y de Irak pusieran en cuestión los mitos del *softpower* y de la democracia de las redes (Mattelart, 2005b: 30-31), la ONU reflota las teorías tecnófilas en el debate multilateral al convocar a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. A partir del nuevo siglo, se registra una renovada preocupación por los estudios sobre comunicación y política, en particular sobre economía política y sobre el vínculo entre comunicación y ciudadanía. Organizaciones sociales y académicos del campo se reorganizan en torno a la reivindicación de la democratización de las comunicaciones.

2.2. El campo comunicacional y las luchas por democratizarlo en la Argentina y Córdoba

Las disputas en torno a la formulación de las reglas de juego del campo de la comunicación mediática en la Argentina y en Córdoba en particular, son inescindibles de la situación general de luchas sociales, económicas, políticas y culturales del país y la provincia. En estas pujas, las

⁵⁵ Sobre el proyecto de la Sociedad de la Información, ver Mattelart, 2002; Becerra, 2003; y De Charras, 2007.

diferentes tomas de posición que los agentes intervinientes -gobiernos, corporaciones empresarias, académicos, gremios y otras organizaciones de la sociedad civil-, producen en cada momento histórico, guardan relación con las sucesivas posiciones que ocupan en espacios sociales que también son sometidos a transformaciones.

2.2.1. Peronismo, los tres medios y la sindicalización

En las décadas del 40 y del 50, se constituyen los principales agentes del campo de la comunicación mediática en la Argentina. En esos años, tiene lugar la expansión de la radio y se introduce la televisión de tal modo que, para entonces, funcionan ya los tres soportes de medios de comunicación masiva (gráficos, radio y TV) que van a predominar durante todo el siglo; se promulga la primera ley de radiodifusión en un régimen constitucional de gobierno –y la única durante más de cincuenta años- que define la radiodifusión como servicio de interés público; se crean los sindicatos del sector –aunque ya existían asociaciones profesionales-; y se conforma un público de sectores medios y populares, alfabetizados, urbanos, con capacidad adquisitiva.

En las elecciones generales de 1946, ganó la presidencia Juan D. Perón (1946-1952), al frente de una corriente laboralista nacionalista que unía a sindicatos con un sector de oficiales jóvenes del ejército y logró el apoyo de la clase obrera. La etapa política iniciada en 1946 estuvo signada en lo económico por un modelo que ponía el acento en la ampliación del mercado interno a través de una fuerte política de redistribución del ingreso. Se aceleró el proceso de industrialización por sustitución de importaciones y desarrollo del comercio. Esto impulsó la proletarianización de parte de los inmigrantes que habían llegado desde fines del siglo anterior, y una importante migración del campo hacia los centros urbanos y del interior del país hacia los alrededores de Buenos Aires y otras ciudades del país (ver Halperín Donghi, 2004; Cattaruzza, 2001; Murmis y Portantiero, 1984). Estas modificaciones, sumadas a la expansión de la educación con una reducción notable del analfabetismo -a partir de la sanción en 1884 de la ley 1420-, implicaron que una numerosa franja de la población constituyera una clase media “con un importante y diverso consumo cultural” (Mastrini y Becerra, 2006: 77).

Para entonces, la radio –surgida en 1920⁵⁶- había comenzado una etapa de profesionalización, consolidación del modelo comercial basado en la venta de anuncios publicitarios, y de formación de “las redes que resultarán fundamentales para el diseño de un modelo comunicacional con centro productivo en Buenos Aires y distribución en el interior del país”. En estos años, “es vista

⁵⁶ Sobre la historia de la radio en la Argentina, ver Bosetti, 2010: 134- 149.

como un medio de comunicación con fuerte influencia sobre las clases populares y el Estado se aboca a regular su funcionamiento y a controlar sus contenidos” (Agusti y Mastrini, 2005: 49-50).

En 1945, por impulso de Perón, entonces ministro de Bienestar Social del gobierno de facto de Edelmiro Farrell (1944- 1946), se había creado la agencia estatal de noticias Telenoticiosa Americana (TELAM) “cuyo principal objetivo fue contrarrestar el oligopolio informativo de las agencias estadounidenses Associated Press y United Press” (Arribá, 2005: 79).

El gobierno de Perón durante la primera presidencia “tuvo una influencia contundente sobre el cine, la prensa gráfica y la radiodifusión sonora y audiovisual” (79). Durante el proceso electoral en 1946, Perón sólo había tenido el apoyo de diarios de limitado tiraje. Luego del triunfo electoral, el gobierno comenzó a consolidar la compra o el control indirecto –por medio de allegados- de medios “como parte de una política de gobierno” tendiente a “construir un monopolio en la estructura de medios de prensa gráfica y radiodifusión” (82). De este modo, en 1951, frente a un nuevo proceso electoral en el que se presentaba a la reelección “el escenario del gobierno en materia de medios de comunicación era totalmente distinto al de 1946” (84).

Además expropió la empresa productora de papel de diario propiedad de La Prensa.

Por iniciativa gubernamental, en 1951 comenzó oficialmente la emisión de televisión desde Canal 7 de Buenos Aires (dependiente de LR3 Radio Belgrano)⁵⁷.

Durante la segunda presidencia de Perón (1952-1955), el Congreso de la Nación aprobó en 1953 la ley 14.241 de Radiodifusión. Ésta fue la primera ley de radiodifusión de la Argentina aprobada por un gobierno constitucional y, durante más de cincuenta y seis años –hasta 2009, el final del período en análisis-, también fue la única. Definía la radiodifusión como servicio “de interés público” destacando que el Poder Ejecutivo podría autorizar a particulares su prestación⁵⁸, creaba el Servicio Oficial de Radiodifusión y el Servicio Internacional de Radiodifusión.

...se desarrolló una regulación normativa extraordinaria: jurídica, política y económica como jamás se había logrado, desde lo cualitativo y cuantitativo con altos contenidos de políticas de comunicación y políticas culturales. (...) que promovieron zonas relegadas, el interior del país, y nuevas actividades vinculadas con la industria audiovisual y la industria gráfica, intentando desarrollar un pluralismo cultural más que político. (Arribá, 2005: 98)

La ley también dejaba sin efecto las licencias de explotación del Servicio de Radiodifusión y disponía que, hasta que se adjudicaran las nuevas y se estableciera el pleno funcionamiento de la estructura técnica dispuesta por la ley, los permisionarios continuaran prestando el servicio “a título precario”. En junio de 1954, siete meses después de la reglamentación de ley, se llamó a

⁵⁷ Sobre las políticas de televisión en Argentina, ver Mastrini, 2010b: 162-180. Específicamente sobre la historia de Canal 7 y de las políticas sobre televisión pública entre 1989 y 2001, ver Míndez, 2001. Desde otra perspectiva, la historia de la televisión argentina hasta los años 80, ver: Sirvén, 1988.

⁵⁸ La definición de servicio “de interés público” se diferencia de la de servicio “público”. “El artículo 40 de la Constitución Nacional de 1949 sostenía: ‘...Los servicios públicos pertenecen originariamente al Estado y, bajo ningún concepto podrán ser enajenados o concedidos para su explotación.’” (Arribá, 2005: 89)

licitación para la instalación y explotación de tres redes de radiodifusión. Cada una incluía la misma cantidad de emisoras de radio y el permiso para un canal de televisión (lo que implicaba la creación de dos nuevas televisoras además de la estatal). Cuatro meses después se otorgaron las licencias a empresarios amigos del gobierno (92-96). Se consolidó así un sistema de radiodifusión que se puede calificar de “paraestatal” en la medida en que “todo se desarrollaba alrededor del Estado y las tres redes de radiodifusión funcionaban con el direccionamiento del gobierno”. De esta forma, “el sistema de radiodifusión en 1954 estuvo organizado por tres redes privadas ‘A’, ‘B’ y ‘C’ y una red oficial del Estado LRA Radio del Estado y un conjunto minoritario de radios independientes de baja frecuencia” (96). El resultado de estos gobiernos fue “la formación y consolidación de un proceso de concentración, centralización y regularización ideológica” (98).

Perón alentó la sindicalización masiva de trabajadores. El Congreso de la Nación ratificó en 1946, el Estatuto del Periodista Profesional que Farrell había instituido dos años antes. Ese año, se promulgó el Estatuto del Empleado Administrativo de las Empresas Periodísticas. En 1953, se fundó la filial cordobesa del Sindicato de Prensa que se integró a la Confederación General de Trabajo (Reyna, 2003: 7). Agrupaba no sólo a periodistas y fotógrafos, sino también “a los administrativos, a los de intendencia, a los de expedición, era más proleta” (Giuliani, E 2010: 54). El Sindicato “fue peronista en su nacimiento, pero después fue de izquierda” (Giuliani, E 2010: 56). Para entonces, ya existía desde 1936 el Círculo de la Prensa de Córdoba (Reyna, 2003: 3-4). La entidad congregaba a los trabajadores de la redacción: periodistas y fotógrafos, concebía la actividad “como una profesión liberal” y “agrupaba básicamente a demócratas y radicales” (Reyna E 2010: 21-22⁵⁹). Esta entidad había tenido un importante papel en la realización en 1938 del Primer Congreso Nacional de Periodistas, de donde surgió la Federación Argentina de Periodistas (FAP) y que declaró al 7 de junio como Día del Periodista. En 1944, el Círculo se instaló en la actual sede gremial, cerca de la sede de la CGT local. Al año siguiente, fundó una Escuela de Capacitación para empleados y obreros que funcionó hasta 1957.

2.2.2. Antiperonismo y privatización

Entre 1955 y 1958, durante la autodenominada Revolución Libertadora, se configuró un modelo de radiodifusión privada y comercial que predominó hasta nuestros días; se explicitó por primera vez la intención de promover medios públicos en diferentes niveles del Estado y se transfirieron licencias a universidades nacionales –entre ellas, a la de Córdoba–.

⁵⁹ De aquí en adelante, se usará esta referencia para indicar que se cita o se remite a afirmaciones realizadas en una entrevista que figura en el Anexo. Se incluyen: apellido del entrevistado, la letra E mayúscula para indicar que se trata de una entrevista, el año de su realización y el número de párrafo de la desgrabación al que se alude.

En 1955, se produjo un golpe de Estado y la Presidencia quedó a cargo de Eduardo Lonardi (1955). Una de sus primeras medidas de gobierno fue declarar nulas las adjudicaciones realizadas por el gobierno peronista y facultar al Estado para nombrar interventores en las emisoras privadas y para administrar sus bienes. En 1957, durante la presidencia de facto de Pedro E. Aramburu (1955-1958), se derogó la ley de Radiodifusión sancionada en 1953 y se decretó una nueva norma (15.460/57). La radiodifusión fue declarada de interés público, se establecieron límites a la concentración y se determinaron las bases para la privatización de las radios comerciales en manos del Estado y la adjudicación de las licencias para televisión.

...la nueva legislación fue sancionada para definir una estructura de radiodifusión que impidiera repetir el control oligopólico de los medios tal como había ocurrido durante el gobierno peronista. (...) En un sistema comercial basado en la venta de publicidad como el argentino, este criterio implicaba en los hechos que cada mercado debía mantenerse a sí mismo. Esta situación generaría graves inconvenientes en la mayoría de las provincias. (Mastrini, 2005b: 105).

El Poder Ejecutivo decidió llamar a concurso para otorgar las licencias de los canales de televisión. En 1958, tres días antes de entregar el gobierno, Aramburu firmó un decreto mediante el cual se adjudicaron las primeras licencias para establecer canales privados de televisión. Esta licitación “estuvo destinada, más que a definir un sistema comunicacional, a revertir el sistema de propiedad de los medios derivado del depuesto gobierno peronista” (Mastrini, 2005b: 110) y también “a prudente distancia del frondicismo pacifista” (109). La adjudicación de las licencias de los canales 9, 11 y 13 de la ciudad de Buenos Aires “marcó el inicio de una forma de explotación que, con variantes, se ha mantenido hasta nuestros días” (101).

...se conformó un modelo televisivo caracterizado por la iniciativa privada y la explotación comercial de la radiodifusión. (...) dependiente de la publicidad, que no consideró las dificultades que este sistema encontraría en el interior del país para alcanzar una ecuación financiera que permitiera aceptables niveles de producción propia. El único ‘éxito’ se da a partir de un pobre objetivo de carácter estrictamente político, la proscripción del peronismo de la propiedad de los medios. (Mastrini, 2005b: 111)

El decreto-ley de 1957 explicitaba por primera vez la intención de promover la explotación de los medios públicos por los Estados provinciales, municipales y universidades nacionales. Como se dijo, al año siguiente, Aramburu otorgó las primeras licencias para canales de TV privados, y transfirió emisoras de radiodifusión a las universidades nacionales. LW1 Radio Splendid fue transferida a la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y otras tantas a las universidades de Buenos Aires, Tucumán, Cuyo, La Plata, del Noroeste, del Litoral y del Sur (Esslinger, Marcuzzi y Pavesi, 2009: 21). Radio Universidad formará parte de los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la UNC, cuyos integrantes participaron de las prácticas que analizaremos más adelante.

En 1955 el golpe militar había intervenido el Sindicato de la Prensa e inhabilitado a sus dirigentes. Aún así, en 1957, se conformó la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa

(FATPREN) –que luego integró la Coalición por una Radiodifusión Democrática, una de las organizaciones cuyas tomas de posición se analizan-. Poco después, en 1957, se produjo la normalización del Sindicato de Prensa de Córdoba.

2.2.3. Expansión de medios, movilización política

En el marco de una modernización económica y cultural, en los años 60 la televisión se expande y adquiere su fisonomía actual: además del canal público, se lanzan tres canales privados de Buenos Aires asociados a productoras de contenidos y canales del interior que retransmiten en cadena la producción central. Se inicia la televisión por cable. En 1974, durante el tercer gobierno peronista se nacionalizan las televisoras, pero se pierde la oportunidad de implementar el modelo de servicio público que impulsaban los sindicatos del sector. En Córdoba, la alta movilización social y política de la época marca no sólo la acción de los gremios de prensa que se integran a la CGT combativa que lidera el Cordobazo, sino también la constitución de la Escuela de Ciencias de la Información (ECI) de la UNC. Tanto en la CGTA como en la ECI se producen experiencias de comunicación alternativa y de contrainformación⁶⁰ que resultarán paradigmáticas.

El gobierno encabezado por Arturo Frondizi (1958-1962) fue electo con el apoyo de Perón mientras regía la proscripción electoral del Partido Justicialista. Fue derrocado por un golpe cívico- militar y reemplazado por José M. Guido (1962-1963) quien convocó a elecciones en 1963. Ganó el radical Arturo H. Illia (1963-1966), con el peronismo aún proscripto. En estos años y hasta principios de los 70, se consolidó un proceso de modernización ligado a ideas desarrollistas que permitió el crecimiento industrial del país. Esto fue acompañado por niveles de distribución del ingreso más equitativos que en el resto de los países de América Latina (ver Basualdo, 2010: 53-107). Junto a la modernización económica, se dio un proceso de “renovación cultural” tanto en las universidades nacionales y otros ámbitos públicos, como en semanarios de actualidad, revistas culturales, e institutos de investigación privados (Mestman, 1992: 1-3). Estos procesos permitieron que las industrias culturales argentinas, especialmente la editorial y la televisión, tuvieran un marcado crecimiento (Mastrini y Becerra, 2006: 77).

En esta década, si bien Canal 7 llevaba diez años en el aire, se produjo la expansión y consolidación de la televisión abierta. Entonces adquirió sus características actuales con la creación de los tres canales privados de Capital Federal más el canal estatal. Esta mayor oferta contribuyó a la masificación de la tenencia de receptores de TV, lo que redundó en la

⁶⁰ Vinelli y Rodríguez Esperón (2004) postulan “la imposibilidad de pensar lo contrainformacional por fuera de la intervención política en una coyuntura particular”, y que los ejes de la comunicación alternativa –inseparable de la contrainformación- son: el enfrentamiento, la dependencia política y el reconocimiento de la manipulación.

consolidación del mercado publicitario (Bulla, 2005: 113). Los empresarios que habían obtenido las licencias de los tres canales privados de televisión en 1958, salieron a buscar capitales al exterior y se asociaron a las tres grandes cadenas norteamericanas: CBS, NBC y ABC. Como la ley prohibía la participación de capital extranjero en los canales, lo hicieron mediante productoras de programas. Finalmente, salieron al aire entre 1960 y 1961 (118). La situación se agudizó cuando, como parte de una política explícita del gobierno de Illia, se instalaron más de veinte canales privados en el interior del país, que establecieron una relación con los canales de Buenos Aires y las productoras, lo que implicaba de hecho la formación de cadenas. Esta modalidad “marcó a fuego el mapa de la producción televisiva en la Argentina, sepultando prematuramente las posibilidades de un mínimo equilibrio federal” (120).

En 1962, el principal medio de información y entretenimiento seguía siendo la radio. Al año siguiente, se hizo en Córdoba la primera prueba de televisión por cable y se otorgaron los primeros permisos municipales para montar un circuito cerrado en Villa Mercedes, San Luis, y en Salta. Desde entonces, muchas ciudades del interior contaron con TV por cable, ya sea con antenas comunitarias o con circuito cerrado.

A partir del golpe de Estado de la autodenominada Revolución Argentina en 1966 (Juan C. Onganía: 1966-1970, Roberto Levingston: 1970-1971 y Agustín Lanusse: 1971-1973), el ritmo de lanzamiento de nuevos canales de gestión privada se frenó. En los siete años siguientes, se inauguraron nueve canales de televisión, de los cuales sólo uno fue concesionado al sector privado. A partir de 1965, se había producido el paulatino alejamiento de las tres cadenas norteamericanas del control de las productoras de los canales 9, 11 y 13 (Bulla, 2005: 125) y las licenciatarias fueron compradas por empresarios argentinos. El primero en adquirir un canal privado importante fue Alejandro Romay en 1965, cuando compró la licenciataria de Canal 9.

En 1967, Onganía impulsó la instalación masiva de emisoras repetidoras en 23 localidades del país. Si bien la mitad de ellas ya tenía circuitos cerrados de televisión de pago a los que perjudicó la medida, “la expansión de la TV de aire provocó una nueva oleada de interés por el medio en pequeñas ciudades en las que se instalaron nuevos circuitos cerrados” (132). A fines de la década, eran 29 los sistemas de cable en todo el país (132-133). En 1973, existían en el país 35 canales de televisión abierta, 25 privados y diez públicos –de los cuales, dos pertenecían a universidades, uno de ellos, a la de Córdoba-, en una red centralizada alrededor de los cuatro canales de Buenos Aires y sus productoras que generaban el 80% de la programación y retenían casi el 50 por ciento de los ingresos publicitarios (Morone y De Charras, 2005: 137).

En 1973, cuando el gobierno constitucional de Héctor Cámpora (1973) prohibió a las agencias de prensa extranjeras la distribución de noticias locales en el país, los 150 medios privados

abonados de Associated Press y United Press International, crearon Noticias Argentinas (NA). NA fue, junto con Telam, la agencia de mayor dimensión del país (Pasquini, 1981: 175).

Cinco días antes de que asumiera Perón su tercera presidencia en 1973 (-1974), el presidente provisional Raúl Lastiri (1973), declaró caducas las licencias de televisión de los principales canales del país (los tres de Buenos aires, uno de Mar del Plata y otro de Mendoza), por cumplirse 15 años de su otorgamiento⁶¹. Luego, se prorrogaron los vencimientos de las licencias, pero se intervinieron los canales. Los sindicatos del sector perseguían un modelo de televisión como servicio público, con mayor participación de las organizaciones de trabajadores, el Poder Legislativo y otras entidades, menor carga publicitaria, mayor producción nacional y más contenidos culturales, en línea similar con lo que luego impulsarán muchas de las organizaciones consideradas en esta tesis. “A partir de este momento se inicia una cruenta batalla mediática entre los sindicatos apoyados por la Secretaría de Prensa y Difusión y las empresas ex licenciatarias” (Morone y De Charras, 2005: 142). Perón muere sin tomar una decisión al respecto. Finalmente, en 1974, la presidenta en ejercicio, María Estela Martínez (1974-1976), dispone la intervención de los cinco canales, sus bienes inmuebles y sus plantas productoras.

Desde la sanción de la ley de expropiación de productoras y repetidoras hasta la caída del gobierno, el lopezreguismo construyó su propio espacio de poder en la política nacional y los medios fueron un espacio ideal en donde reflejar la ideología gubernamental predominante. Ello no sólo terminará obstruyendo toda idea cercana a la del servicio público; sino que además los cuatro canales de televisión que concentraban la producción y distribución de contenidos en la Argentina formarán parte de una herencia muy valiosa y deseada que favorecerá al Proceso de Reorganización Nacional. (Morone y De Charras, 2005: 151)

2.2.3.1. El Cordobazo y la Intersindical de Prensa

En la década de 1960, el Círculo y el Sindicato de Prensa conformaron una Comisión Intersindical. Las dos entidades tenían una importante gravitación en las organizaciones nacionales FAP y FATPREN. En 1968 surgió la Confederación General del Trabajo de los Argentinos (CGTA) apoyada fundamentalmente por las regionales del interior. La de Córdoba fue la principal de estas regionales (Reyna, 2003: 11).

Desde entonces y durante dos años, Rodolfo Walsh dirigió el semanario de la CGTA que en 1969 se editó clandestinamente. Allí se hicieron “llamados a que cada fábrica cumpla con un corresponsal y a que trabajadores y organizaciones políticas se sumaran a las tareas de distribución” (Vinelli, 2002). En los años 60 y 70 se registran además numerosas publicaciones alternativas producidas por partidos políticos, organizaciones sociales, estudiantiles y sindicales.

⁶¹ Por una modificación realizada por Lanusse al decreto reglamentario de la ley de radiodifusión 15.460, las licencias otorgadas en 1958 caducaban por cumplirse 15 años de su otorgamiento (Morone y De Charras, 2005: 135-136).

La trayectoria de Walsh será tomada como referencia en los gremios de prensa, el movimiento estudiantil de comunicación y en las prácticas de comunicación alternativa.

En 1969, la CGTA lidera el Cordobazo, punto cúlmine de la movilización social del período que termina con los gobiernos de Carlos Caballero en la provincia y de Onganía en la Nación. En 1971, durante los sucesos conocidos como el Viborazo -que terminarían con los gobiernos de José C. Uriburu en la provincia y de Levingston en el país-, los trabajadores de prensa ocuparon las empresas (Reyna, 2003: 14). En 1972, el asesinato de 16 prisioneros políticos en la Base Naval Almirante Zar de Trelew, reforzó la imagen negativa del gobierno, lo que lo obligó a conducir la transición hacia la democracia. El Sindicato de Prensa formuló ese año la primera denuncia sobre la masacre en su publicación *El Trabajador de Prensa*.

En 1973, en Córdoba asumió como gobernador Ricardo Obregón Cano y como vicegobernador el titular de la CGT, Atilio López. Durante la “primavera camporista”, la Intersindical de Córdoba jugó un rol importante en la normalización de la FATPREN que había sido intervenida en 1966. En 1975, tienen lugar recordadas jornadas de lucha por el nuevo convenio colectivo de prensa en las que la FATPREN logró imponer “una parte sustantiva de sus demandas” (Reyna, 2003: 16): “se lograba paralizar los diarios, las radios” (Reyna E 2010: 8). Cuando desaparece la CGT combativa a causa del asesinato de López por la Triple A en Buenos Aires y el pase a clandestinidad de Tosco, la Intersindical de Prensa integró la Mesa Provisoria de Gremios en Lucha que procuró cubrir ese lugar.

El gobierno de Obregón Cano y López había sido derrocado por la sedición policial conocida como el Navarrazo. Luego, se sucedieron en Córdoba, tres interventores federales y comenzó la represión con las características que asumirá a partir de 1976: censura, detenciones, ataques a centros estudiantiles y sindicatos, desaparición, tortura, asesinatos, y el desarrollo de una red de inteligencia para ubicar a los activistas.

2.2.3.2. La Escuela y la Contrainformación

En 1962, el Círculo de la Prensa creó la Escuela de Periodismo Esteban Echeverría, cuyos cursos se dictaron hasta 1968 (Bischoff, 1986: 49-50). Tres años después, se fundaron –con un mes de diferencia- la Escuela Superior de Periodismo del Centro de la República Fray Fernando de Trejo y Sanabria dirigida por Miguel Pérez Gaudio –quien apoyará las actividades realizadas por la Coalición por una Radiodifusión Democrática de Córdoba-; y la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba.

La ECI comenzó sus actividades al año siguiente. Desde el comienzo, tuvo masiva matriculación. Los levantamientos populares que se venían dando desde fines de los 60 “afectan

la sensibilidad de la ECI y sus estudiantes” (Begliardo y Salcedo, 2010: 35). Esta relación inicial con movimientos sociales será reivindicada como “marca de origen” por agentes universitarios. A partir de 1973, con la restauración del gobierno constitucional y de la política partidaria, la mayoría de los estudiantes militaba en alguna agrupación que, a su vez, dependía de algún partido político (2010: 37). La ECI inició sus clases en el centro de la ciudad, muy cerca del local de la CGT, el CISPREN y la sede del diario La Voz del Interior, “instituciones que mantienen un vínculo y actúan en conjunto” (Begliardo y Salcedo, 2010: 52; Ponza, 1999: 17).

En septiembre de 1973, los estudiantes organizaron una radio abierta de contrainformación para cubrir el golpe de estado que derrocó al gobierno constitucional de Salvador Allende en Chile. Fue “una experiencia inédita en la Argentina de entonces” de difusión de las noticias que las agencias internacionales de origen europeo y estadounidense ocultaban, “en artesanales pizarras” que se instalaban en la puerta de la Escuela (Quiroga, 2006: 46). Las actividades se coordinaban con los sindicatos de la CGT. Además, se enviaban partes informativos a “todos los centros de estudiantes, medios e instituciones sociales”. “La información se obtuvo por las conexiones entre compañeros chilenos y los estudiantes” (El Ancla, 1998, N° 1: 16). Esta experiencia constituyó “un hito de la juventud estudiantil de la ECI” (Begliardo y Salcedo, 2010: 53) y será tomada como referencia por algunos agentes cuyas tomas de posición se analizan.

Ese año 1973, la Escuela fue afectada por las acciones represivas de grupos parapoliciales -que recrudecieron luego de la deposición del gobernador Obregón Cano- y por la acción proselitista de grupos armados de las guerrillas de izquierda. En 1975, se intervino la universidad, se prohibió el proselitismo y la represión se tornó más intensa. Muchos estudiantes, especialmente militantes y dirigentes, fueron perseguidos y pasaron a la clandestinidad, se exiliaron o interrumpieron sus estudios a punto tal que “en 1977 sólo el veintisiete por ciento del alumnado matriculado desde 1972 permanece estudiando” (54).

2.2.4. Censura, control y persecución

Con la dictadura militar instaurada en 1976 se inició un proceso de redistribución negativa del ingreso, con una clara pérdida de participación en el ingreso de los asalariados en beneficios del capital concentrado (ver Basualdo, 2010: 109-191).

Las políticas de comunicación del período 1976-1983 se caracterizaron por la censura y el control de medios a través de la gestión directa o la supervisión, la dependencia económica de la publicidad oficial, la generación de condiciones diferenciadas para la compra de insumos y el

otorgamiento de subsidios⁶² (Postolski y Marino, 2005: 155-184). Hasta 1979, en la Argentina prácticamente no se debatieron las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) y el NOMIC. Sin embargo, un delegado de la dictadura apoyó las PNC en la Conferencia Intergubernamental de Costa Rica en 1976, por el énfasis puesto en “el derecho de los Pueblos a tener sus propios sistemas de comunicación” (Schmucler, 1994: 15-16).

La combinación entre represión en el plano político, cultural e intelectual por un lado, y retracción significativa de la capacidad adquisitiva de los trabajadores, que constituyen el mercado de las audiencias de las industrias culturales por el otro lado, reestructuraron radicalmente el sistema de medios y de actividades colindantes hasta ese momento [que se caracterizaba por su autonomía relativa y estabilidad]. (Becerra, 2010)

En este período se registraron experiencias de comunicación alternativa ligada a las organizaciones de izquierda, que debían actuar clandestinamente. Las más relevantes fueron ANCLA (Agencia de Noticias Clandestina) y la Cadena Informativa que creó y orientó Rodolfo Walsh desde 1976 hasta su asesinato al año siguiente⁶³. Cadena informativa era un sistema de difusión de información de mano en mano con un estilo irónico que hacía uso de muchos recursos intertextuales (Vinelli, 2002). ANCLA también tenía una estructura artesanal. Sus despachos informativos llegaban a las redacciones de los medios en la Argentina, a sectores influyentes de la sociedad y al exilio argentino y latinoamericano en el exterior. La Agencia dependió del Departamento de Informaciones e Inteligencia de Montoneros, aunque actuó con aparente autonomía (2002). Estas experiencias serán retomadas por el CISPREN y las agrupaciones estudiantiles de la ECI, en las prácticas de comunicación alternativa a partir de la recuperación del gobierno constitucional y particularmente desde 2001.

Durante la dictadura, “un centenar de periodistas fueron detenidos- desaparecidos, decenas padecieron cárcel y exilio y miles fueron despedidos de su trabajo” (Reyna, 2003: 17). Esto benefició a las empresas que pudieron establecer sus propias reglas de contratación, despido, condiciones de trabajo y actitudes habilitantes (Pasquini, 1981: 183). En Córdoba, muchos de los dirigentes sindicales y periodistas que fueron detenidos u obligados al exilio interno o externo (Umbrales, mar. 2006), van a integrar luego las experiencias analizadas.

La universidad fue intervenida. El delegado militar en la ECI dispuso su cierre durante gran parte de 1976 hasta su traslado a un pequeño edificio en ciudad universitaria. Treinta y tres alumnos de la Escuela fueron expulsados, otros sufrieron detenciones y torturas, y veintisiete fueron desaparecidos (Begliardo y Salcedo, 2010: 55). Se producen cesantías docentes y algunos profesores parten al exilio. Algunos de quienes fueron a otros países latinoamericanos, trabajaron

⁶² Entre estas últimas, se destaca en 1977 la intervención del gobierno dictatorial para obligar a la familia Graiver a transferir las acciones de la empresa productora de papel para diarios (Papel Prensa SA) al Estado y a los diarios La Nación, Clarín y La Razón (Postolski y Marino, 2005: 173-174).

⁶³ ANCLA tiene una segunda etapa a partir de 1977 en la que fue dirigida por Horacio Verbitsky y otros.

en experiencias de comunicación popular y se relacionaron con intelectuales y militantes del área (Mata E 2010: 110-119; y Mata, 1983: 76-79). A su regreso, impulsarán prácticas similares en Córdoba y se convertirán en agentes centrales en el campo. En 1978 se modifica el plan de estudios que establece el título de Licenciado en Comunicación Social. En 1980, la ECI pierde autarquía al ser incorporada a la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. A partir de 1979, el debilitamiento del aparato represivo del Estado permite la reorganización del estudiantado. Hacia fines de 1980, se rearticula la Federación Universitaria Argentina (Begliardo y Salcedo, 2010: 48) y desde 1982, los estudiantes de Ciencias de la Información “comienzan a trabajar en el Pro-Centro de Estudiantes” (57).⁶⁴

A fines de 1981, se fundó el Movimiento por la Recuperación del Gremio de Prensa. Luego de una serie de operaciones de compra, venta, vaciamientos y quiebras, y a pesar de la lucha de sus trabajadores, cerraron en 1982 el diario Los Principios –de 1897- y al año siguiente los diarios Córdoba –de 1928- y Tiempo de Córdoba. “Estas dos generaciones de activistas gremiales fundaron el Movimiento Unificado de Prensa (MUP)” (Reyna, 2003: 20). En la comisión provisoria del MUP participaron algunos de los dirigentes que luego impulsarán las experiencias analizadas. Finalmente, en septiembre de 1983, cesó la intervención militar del gremio.

En 1980, la Junta Militar encabezada por Jorge R. Videla (1976-1980) dictó el decreto-ley 22.285 que estableció el sistema de medios que estuvo vigente en la Argentina durante los siguientes veintinueve años –hasta el final del período en análisis-. Esta norma configuraba la comunicación como un bien comercial con control del Estado. Las entidades sin fines de lucro no podían ser licenciatarias de servicios de radiodifusión.

La norma fue diseñada por funcionarios del Poder Ejecutivo con el asesoramiento de las principales asociaciones patronales del sector (la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas –ARPA- y la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas –ATA-), de ahí que su contenido sea el resultado de la coincidencia de los intereses del Estado (control ideológico) y los empresarios (fin de lucro). (Postolski y Marino, 2005: 175)

2.2.5. Estado de Derecho, recuperación sindical y académica, radios comunitarias

Con la recuperación del régimen constitucional de gobierno en 1983, el ex presidente Raúl R. Alfonsín (1983-1989) suspendió la aplicación del Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA) que la Junta Militar había aprobado en 1981 para implementar los concursos para la adjudicación de frecuencias de radiodifusión. Esto tuvo consecuencias no deseadas: en las décadas del 80 y 90 se establecieron miles de radios sin licencia en todo el país, por la ausencia de un plan técnico que

⁶⁴ El Estado reconocía once institutos con carreras universitarias y terciarias que expedían títulos en comunicación social o afines, entre ellos, las universidades nacionales de Córdoba y Río Cuarto (Pasquini, 1981: 183-184).

permitiera licitar o asignar nuevas licencias. Las radios comunitarias formaron parte de un proceso social de demanda de expresión, otras se constituyeron con fines de lucro como alternativa laboral, y otras tantas fueron instaladas por punteros políticos (Com, 2005: 196).

A partir de 1986, se inició también la expansión de la televisión de pago. Esto fue posible cuando el gobierno permitió el acceso a la recepción satelital a permisionarios de servicios de televisión abierta o cerrada (Com, 2005: 207). Cinco años antes, se habían instalado los primeros cables de Ciudad de Buenos Aires: Cablevisión y Multicanal. El satélite también simplificó la venta de señales de contenidos a los cables del interior, lo que aumentó aún más la rentabilidad de las empresas capitalinas. La situación se agravó cuando, a partir de 1987, el COMFER comenzó a entregar licencias a personas que codificaban señal, por lo que podían concentrar hasta cuatro canales de UHF y convertirlos en televisión paga (206-208).

Alfonsín impulsó en 1985 la creación del Consejo para la Consolidación de la Democracia (COCODE), organismo multipartidario en el que estaban representadas las principales fuerzas políticas del momento, al que solicitó la elaboración de un proyecto de ley de radiodifusión de la democracia. El proyecto, fruto de ese consenso, tuvo fundamentos similares a los que luego sustentaron los principios elaborados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática. El proyecto del COCODE establecía el derecho a la información como complemento de la libertad de expresión; proponía una autoridad de aplicación con un cuerpo colegiado asesorada por una junta que incluía sectores sociales, y juntas regionales como autoridades de aplicación local; determinaba la descentralización en el otorgamiento de frecuencias; creaba un sistema audiovisual gubernamental y otro estatal; posibilitaba que cualquier persona jurídica pudiera acceder a medios audiovisuales, y permitía iguales tiempos de publicidad a las sociedades comerciales y a las que no tenían fines de lucro; creaba un instituto de investigación y promoción audiovisual, y la figura del defensor público; imponía limitaciones a los medios gráficos para acceder a licencias de radiodifusión, y permitía redes que no abarcaran más de cinco emisoras, pero éstas no podían cubrir más de un 30 por ciento de su emisión con material de esa procedencia; imponía asimismo porcentajes obligatorios de producción (ver COCODE, 1988).

Sin embargo, la Comisión Empresaria de Medios de Comunicación Independientes (CEMCI) -una agrupación de cámaras de dueños privados de diarios, revistas, radios y canales de televisión, liderada por el diario Clarín⁶⁵- adujeron que la iniciativa “acentuaba la intervención estatal en el sistema de radiodifusión”, restringía “el acceso de propietarios de medios gráficos a la operación de estaciones de radio y difusión” (Ámbito Financiero, 15/01/88), tenía “peligrosas aristas

⁶⁵ En 2009, CEMCI nucleaba a: Asociación Argentina de Editores de Revistas (AAER), Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina (ADIRA), Asociación de Editores de Diarios de Buenos Aires, (AEDBA), Asociación Telerradiodifusoras Argentinas (ATA), Asociación de Televisión por Cable (ATVC) y Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA).

totalitarias”, “vulnera[ba] la firme letra de la Constitución”, otorgaba “discrecionalidad” a la autoridad administrativa, y, en definitiva, era “contraria a las más elementales garantías de independencia y seguridad jurídica necesarias para operar en un medio en libertad” (Clarín, 19/05/88). Valoraciones similares a las que veinte años después estas mismas entidades harían de otro proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual.

Por otra parte, en Córdoba, el CISPREN –en consonancia con la FATPREN- había elaborado en 1986 un documento sobre la legislación de radio y televisión en el que abogaba por “mayores porcentajes de producción local”; por la reglamentación de los radios de circuito cerrado y los canales de cable por constituir una alternativa laboral para los trabajadores del sector; para evitar que la introducción de nuevas tecnologías “consoliden la dependencia y favorezcan la concentración”; y por políticas de comunicación que “apunten a una democratización de los medios” (Córdoba, 23/07/86). En tanto, el Consejo Superior de la UNC, aprobó en 1988 una declaración en la que manifiesta la necesidad de que la nueva norma preserve la posibilidad de existencia de medios públicos y, especialmente universitarios, “sin restricciones”. Sostenía también que la universidad pretendía impulsar un debate mayor “para cristalizar la existencia de medios realmente independientes, sin fines de lucro y colocados al servicio irrenunciable de sostener la democracia” (La Voz del Interior, 25/02/88). En estos pronunciamientos, es notable la huella de las polémicas latinoamericanas del área sobre liberación o dependencia y sobre la democratización comunicacional en la que comienza a adquirir relevancia el sector social.

No obstante, las cámaras representativas de los empresarios de medios presionaron a funcionarios y legisladores para evitar la sanción del proyecto del COCODE. Así, el proyecto que finalmente el Ejecutivo envió al Congreso fue diferente del propuesto por el Consejo. De todos modos, los diputados oficialistas lo modificaron para volver a acercarlo al proyecto del COCODE y lograron que fuera aprobado por el dictamen de mayoría en plenario de comisiones, pero finalmente nunca se trató en el recinto (Com, 2006).

De acuerdo al antiguo decreto-ley de radiodifusión, sólo podían ser adjudicatarias de licencias radioeléctricas las personas físicas o jurídicas con fines comerciales, no así las asociaciones sin fines de lucro. De este modo, los radios comunitarios⁶⁶ del país quedaron confinadas a una ilegalidad generalmente tolerada por los organismos de control –aunque en algunos períodos fueron reprimidas- pero sin poder tampoco exigir que se controlen las interferencias producidas a sus señales por superposición de bandas con otras emisoras. Frente a esto, en 1985 fundaron la Asociación de Radios Comunitarias (ARCO) en Buenos Aires, Rosario y Tucumán, que

⁶⁶ Definidas por su propiedad social, sin fines de lucro, a diferencia de los radios comerciales de frecuencia modulada que se nuclearon en ARLIA y ARSAPFM, y se reivindicaban “libres” frente al Estado (Busso E, 2011: 9-18).

posteriormente se transformará en FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), que dos décadas después impulsará la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Busso E, 2011: 5-8).

En Córdoba, con la pretensión de extender la democratización del sistema político-estatal a las relaciones sociales y los espacios culturales, se generaron experiencias de comunicación popular. En este marco, algunos que volvían del exilio en países latinoamericanos junto a otros que habían permanecido en la Argentina y habían sido detenidos, fundaron en 1984 el Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal (CECOPAL), la primera asociación civil que se dedicó específicamente a la intervención en comunicación (Reyna, E 2010: 44-46). Cuatro años después CECOPAL impulsó Radio Sur en barrio Villa El Libertador, a partir de un grupo organizado para obtener la tenencia de las tierras que habitaban. En 1989, se fundó también la radio comunitaria La Ranchada⁶⁷, perteneciente a la Asociación Mutual Carlos Mujica⁶⁸ –que se había creado dos años antes-. Estas dos radios integrarán FARCO⁶⁹. En la década del 80, CECOPAL tenía también un Área Sindical que coordinaba con los gremios, entre ellos, el de Prensa, donde también militaban algunos de sus integrantes.

En el ámbito gremial, en 1984 se aprueba la unificación del Círculo y el Sindicato de Prensa, en 1984. La nueva entidad se llama Círculo Sindical de la Prensa de Córdoba. Luego se incorpora también la Asociación Gremial de Periodistas de Río Cuarto (Giuliani E 2010: 53-54). Los acentos en lo gremial y lo profesional que caracterizaban a estas asociaciones son una tensión constitutiva de la nueva institución que se pondrá de manifiesto en sus tomas de posición en la primera década del siglo XXI. En la declaración final del Primer Congreso Provincial de Trabajadores de Prensa realizado ese año, se reafirmaba “el principio de la libertad de expresión en todos los medios de comunicación masiva como condición básica para la existencia de una sociedad democrática” (Reyna, 2003: 23). En esos años, ya integraban la conducción gremial gran parte de quienes participarán de las prácticas analizadas. Las relaciones entre el CISPREN y la ECI en esos años parecen haber sido fluidas: algunos dirigentes gremiales eran también docentes universitarios (Reyna E 2010: 6), profesores participaban como jurados del premio Rodolfo Walsh que el CISPREN implementó en esos años (Reyna E 2010: 14-17), y “en el 86, 87, salías de la Ciudad Universitaria y no podías dejar de pasar por el Sindicato” (Mandakovic E 2009: 8).

En 1984, durante la normalización de la universidad, los alumnos de la ECI conforman el centro de estudiantes, y los docentes se incorporaron a la organización gremial (Begliardo y

⁶⁷ Las dos radios comunitarias cordobesas se encuentran entre las más antiguas del país (Busso E, 2011: 4).

⁶⁸ El surgimiento de las ONGs está ligado a las “derivaciones de la oleada social de los movimientos de iglesias de la década de 1970 y a derivaciones de acciones estatales que se van independizando” (Gutiérrez, 2005: 159).

⁶⁹ En las radios comunitarias de Córdoba y en importante número de las integrantes de FARCO, tuvieron un papel fundamental agentes con trayectorias ligadas a organizaciones cristianas de base (Piccone E, 2011: 48; Farías y Gerbaldo E, 2008: 36-38), tal como sucedió en otras experiencias de comunicación popular en Latinoamérica.

Salcedo, 2010: 59). La Escuela se normaliza en 1988. En tanto, recientes egresados conformaron la Asociación de Profesionales de la Información y la Comunicación y organizaron el 1º Congreso Nacional de Comunicación Social en 1985 en Río Ceballos a donde invitaron a disertar a quienes habían sido sus profesores antes de la dictadura. Los debates retomaron las preocupaciones centrales de los estudios de comunicación en Latinoamérica: el papel de la comunicación y la cultura en el desarrollo, cómo llegar a una “real democratización de las comunicaciones” y evitar “esquemas autoritarios en la relación de enseñanza-aprendizaje” (Proyección, nov. 1985: 10). En Córdoba en 1985, María Cristina Mata desarrolló un relevamiento de las radios comunitarias de la Argentina financiado por ALER (Mata E 2010: 376, 335-337). La economía política de la comunicación también ocupó un lugar central en las discusiones del campo (Becerra y Matrini, 2006: 111-128). Intelectuales argentinos, a tono con las preocupaciones de sus pares de otros países latinoamericanos, se preguntaban por las relaciones entre política y cultura, en vistas a discutir las posibilidades de construcción de una cultura política democrática que se alejara del autoritarismo y permitiera consolidar la gobernabilidad democrática (ver Lesgart, 2003). En ese marco, cobró relevancia la noción de espacio público, y el papel de la comunicación y de los medios masivos.

2.2.6. Neoliberalismo y ajuste

En la década del 90, se produjeron profundos y rápidos cambios en el sistema comunicacional de la Argentina. Las modificaciones que la ley de reforma del Estado introdujo en la de radiodifusión, permitieron el ingreso de capitales privados, extranjeros y la concentración en la propiedad de los medios. Frente a esto, las entidades gremiales, sociales y universitarias del campo comunicacional comienzan a articularse políticamente en torno a la demanda de democratizar las comunicaciones. FARCO impulsa el reclamo por el reconocimiento legal de las organizaciones sin fines de lucro como prestadores de servicios de radiodifusión. Se multiplican las protestas sociales y surgen nuevas organizaciones como las de desocupados, la Central de Trabajadores Argentinos –donde se alinea el CISPREN- y la organización de derechos humanos HIJOS, que –junto a las entidades específicas del campo comunicacional- tendrán participación en el impulso dado al debate y las prácticas sobre comunicación en la década siguiente.

En julio de 1989, el ex presidente Alfonsín había renunciado a su cargo ante la pérdida de consenso producto del proceso hiperinflacionario que se había profundizado en febrero de ese año, de tal modo que anticipó en cinco meses la entrega del mando. Asumió Carlos S. Menem (1989-1995) quien había sido electo en mayo con el 47% de los votos. Ese mismo año, Menem

encaró una profunda reforma del Estado a partir de la aprobación de la Ley 23.696. En 1991, se aprobó la Ley de Convertibilidad entre la moneda nacional y el dólar, que regiría la economía durante más de una década, hasta principios de 2002. Estas medidas, junto con las privatizaciones de empresas de servicios públicos, la desregulación laboral, la reducción de restricciones a las importaciones, la desmonopolización, la reducción del empleo estatal, el reemplazo de políticas sociales universales por políticas de asistencia focalizadas, tuvieron como consecuencia una radical reestructuración del mercado con una importante transferencia de ingresos a sectores oligopólicos en perjuicio de las clases media-baja y baja, con un incremento *record* del desempleo (Basualdo, 2010: 309-438; García Delgado, 1994; 1998 y 2003; Muñoz Diez, 1999).

Entre 1989 y 1995, la oposición a estas medidas tuvo como actores principales a los sindicatos de trabajadores del Estado, y estuvo marcada por la constitución de la CTA que, “junto con la Corriente Clasista y Combativa, [se convirtieron] en la expresión más acabada de resistencia sindical al modelo neoliberal”. En esta etapa, surgen además movimientos campesinos e indígenas que luchan por la tenencia de la tierra. En tanto, a partir de 1996 y hasta 2001, los protagonistas son las organizaciones de desocupados surgidas en las ciudades petroleras del interior y en el conurbano bonaerense (Svampa, 2005: 202). Surge también la organización de derechos humanos HIJOS (Naishtat y otros, 2005). Estas organizaciones gremiales y de derechos humanos tendrán una participación central en el impulso dado al debate y las prácticas sobre comunicación en la década siguiente.

En los 90 en Córdoba, los gobernantes implementaron ajustes fiscales que generaron crisis sociales y políticas importantes desde 1995. Las movilizaciones realizadas ese año forzaron la renuncia del gobernador radical Eduardo C. Angeloz (1983-1995) en medio de fuertes sospechas de corrupción y una aguda crisis provincial. Su sucesor, el también radical Ramón B. Mestre (1995-1999), implementó el primer fuerte ajuste del Estado provincial y su gobierno terminó con una poderosa oposición de los gremios de empleados estatales (Segura, 2003: 76). Luego, el justicialista José M. de la Sota (1999-2007), impuso tres leyes de reforma del Estado, pero la fuerte movilización gremial opositora, el rechazo social frente a la evidencia de los efectos económicos y sociales adversos de las privatizaciones nacionales, y la crisis económica, le impidieron completar su plan de privatizaciones de empresas estatales (Segura, 2003: 224-252). Las movilizaciones del período generaron las condiciones de encuentro y organización de entidades que serán claves a comienzos del siglo XXI (Giuliani E 2010: 102).

2.2.6.1. Privatización y concentración de medios

Durante la primera presidencia de Menem (1989-1995), la Ley 23.696 de Reforma del Estado consagró la “desregulación, privatización, desmonopolización” para todas las políticas públicas incluyendo las de comunicaciones y flexibilizó “puntos clave de la ley 22.285 que imposibilitaban hasta el momento la constitución legal de conglomerados en forma de multimedios” (Rossi, 2005: 237). Se configuró así un sistema de medios de propiedad privada con presencia de empresarios nacionales en un mercado oligopólico, con dos grandes grupos multimedios: Telefé y Clarín.

En tanto, el período de su segunda presidencia (1995-2000), se caracterizó en el sector de la radiodifusión y las telecomunicaciones, por la “presencia del capital financiero transnacional, concentración y centralización del capital, incorporación intensiva de nuevas tecnologías y expansión de los servicios ofertados” (Albornoz y Hernández, 2005: 259). En ese lustro, empresas de telecomunicaciones de capitales extranjeros y transnacionales de comunicación adquirieron las principales empresas de radiodifusión del país. Al finalizar este período, el grupo español CEI-Telefónica era el principal agente del sistema. “Las transformaciones producidas en el sector de las comunicaciones en la Argentina en los noventa son una de las más radicales de la historia” (García Leiva, 2005: 287). Sin embargo, no tuvieron como consecuencia el desarrollo de estructuras más competitivas (Mastrini y Becerra, 2006: 86).

...se constituyó una herencia compleja: supervivencia de un marco legal desactualizado y alterado por numerosos decretos y resoluciones; caos administrativo y técnico en los organismos de aplicación; regulaciones y favores concedidos (...) que profundizaron la concentración y centralización a favor de Buenos Aires y un sistema de medios públicos poco creíble, reducido a su mínima expresión y al borde de la quiebra.” (García Leiva, 2005: 287)⁷⁰

En apenas los dos últimos años de la década de los 90, los medios de Córdoba habían pasado de ser propiedades familiares a manos de oligopolios multimediáticos nacionales y transnacionales (Oliva E 2008: 27-30). A principios de 2001, de los tres canales de televisión por aire de la provincia, sólo el universitario permanecía en manos cordobesas. Los dos canales de capitales privados locales fueron vendidos: el 12 a ARTEAR liderada por el Grupo Clarín, y el 8 a Telefé de Telefónica de España. De las radios, sólo LV3 continuaba siendo propiedad de capitales cordobeses. La Voz del Interior había vendido en 1998 el 84% de su paquete accionario a CIMECO, empresa que incluía a los Grupos Clarín, La Nación y Vocento de España (Proyección, may. 2001: 6). En tanto, Comercio y Justicia había sido adquirido en 1998 por Gazeta Mercantil, de San Pablo, Brasil. El Diario de Bolsillo, matutino de entrega gratuita que había aparecido a fines de 2000, pertenecía a una empresa de capitales extranjeros. En 1997, salió La Mañana de Córdoba, propiedad del porteño Ámbito Financiero, que había transferido parte

⁷⁰ Sobre los cambios en la estructura industrial de la televisión de los países que integran el Mercosur entre 1991 y 1999, ver Albornoz, 2000. Sobre las políticas de radiodifusión del Mercosur hasta 2007, consultar Monje, 2010.

de sus acciones a Torneos y Competencias. También se lanzó en esos años Hoy Día Córdoba, dirigido por el gremialista Ernesto Ponsati, único diario que seguía siendo de propiedad local.

En esta década, además, la especulación financiera, la irresponsabilidad empresaria y hasta los negocios delictivos llegaron a las empresas de medios⁷¹.

En 1997, el diario La Voz del Interior, inició un proyecto de “periodismo cívico” al que llamó La Campaña de la Gente. Ésta fue la primera experiencia realizada en la Argentina con esta corriente periodística nacida a fines de los 80 en los Estados Unidos. El periodismo cívico buscaba hacer frente a la crisis de representación que afectaba a la política y a los medios, procurando establecer mayores conexiones entre los periodistas y las comunidades en las que trabajaban, y estimular la participación ciudadana en la vida pública (Sallietti y Casas, 2009: 11). Esto puso de manifiesto la preocupación de las empresas mediáticas por su credibilidad.

En esa época, en Córdoba, sólo aparecieron dos revistas sostenidas por organizaciones de la sociedad civil que, no tenían a los sectores populares como emisores, sino como objeto del mensaje producido por profesionales que trabajaban en asociaciones de la sociedad civil, y que se dirigían especialmente a dirigentes y cuadros intermedios de decisores de políticas públicas. En 1994 aparecen la revista Desafíos Urbanos de CECOPAL y La Luciérnaga, de la fundación del mismo nombre. Desde 1998 y durante dos años, también hubo un intento de lo que podemos denominar “periodismo independiente” en la media en que fue impulsado por los periodistas locales que lo producían: la revista Informe Córdoba. En estas tres experiencias trabajarán periodistas que luego participarán de las experiencias analizadas. Además, con una de las 120 licencias que el gobierno entregó a la Iglesia Católica⁷², en 1991 una parroquia puso en funcionamiento FM Libre, que más adelante también ingresaría también a FARCO.

2.2.6.2. Se articulan reclamos por la democratización

Ante los avances en la concentración de la propiedad de medios a partir de la conocida como Ley Dromi, el debate sobre la democratización de las comunicaciones se profundizó, aunque prácticamente sólo entre especialistas. En Córdoba, el gremio, la ECI y CECOPAL abordaban la cuestión en sus publicaciones y promovían algunas acciones públicas. En mayo de 2001, el CISPREN realizó una presentación ante el defensor del pueblo de la provincia de Córdoba -con copia a las autoridades de las Cámaras de Diputados y Senadores de la Provincia y a las jefaturas de bloques de diputados y senadores provinciales- donde manifestaba su preocupación por “el

⁷¹ El empresario Daniel Grinbank denunció el blanqueo de capitales de origen ilegal en contra de sus ex socios de la Corporación Interamericana de Entretenimientos (CIE). Causas similares involucraban al Grupo Uno de la familia Vila y a algunos empresarios del CEI Citicorp Holding (Proyección, dic. 2001: 26-29).

⁷² Con la Resolución 858/90 del COMFER, se agregó a la Iglesia Católica Apostólica Romana en la categoría de personas estatales, con capacidad para ser titulares de licencias de radiodifusión. Ver Becerra, 2005.

incontenible proceso de concentración y extranjerización en los medios de comunicación” cordobeses. Destacaba que esto “se relaciona con nuestra lucha por la democratización en el manejo de la información y por asegurar un correcto y transparente flujo informativo a la sociedad”⁷³. Advertía que “ausente de una mordaza impuesta desde las estructuras del Estado, el peso agobiante de la tiranía mediática privada somete a la sociedad con idéntico rigor” (Proyección, may. 2001: 4-7). Meses después, el gremio organizó una radio abierta para denunciar esta situación en el centro de la ciudad. Mientras tanto, proponía debates sobre el tema en la revista *Umbrales. Crónicas de la Utopía*⁷⁴ y en los congresos de trabajadores de prensa⁷⁵. CECOPAL también publicó en su revista *Desafíos Urbanos*, una serie de notas sobre cómo la concentración de medios afectaba la “democratización de la palabra”, con entrevistas a gremialistas, militantes y académicos del área de Córdoba, Argentina y Latinoamérica⁷⁶. En la ECI, las tensiones entre los intereses sociales y públicos, y los intereses privados y comerciales en la explotación de los medios de comunicación se pusieron de manifiesto en los debates de la *Semana del Comunicador* de 1999, 2000 y 2001⁷⁷.

Las organizaciones de la sociedad civil también comenzaron a articularse políticamente en torno a la demanda de democratizar las comunicaciones. En los '90 comenzaron los procesos de alianzas políticas para enfrentar las modificaciones de la ley 22.285. En 1997 se conformó la Cámara Argentina de Radiodifusores Cooperativos (CARCO) (Rodríguez Villafañe, 2009: 148). Dos años antes trece televisoras cooperativas de la provincia de Córdoba habían fundado la Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión COLSECOR (147-148). COLSECOR fundaría en el año 2002 el Canal 6 de televisión cooperativa y articularía acciones con medios universitarios.

En tanto, las radios comunitarias nucleadas en FARCO reforzaron los reclamos por su legalización. Para consolidar su posición de poder, iniciaron un proceso de institucionalización y expansión de la entidad: obtuvieron la personería jurídica en 1998 y comenzaron a integrar a nuevas radios (Farías E 2008: 28-30). FARCO criticó en 1999 los llamados del COMFER a licitación de frecuencias, que excluían a las organizaciones sin fines de lucro (Farías, mar./abr. 1999: 58-61; Ingold, oct. 1999: 8). Las estrategias que desarrollaron las radios frente a esta convocatoria, no fueron, sin embargo, unánimes. Algunas realizaron presentaciones

⁷³ En esa nota, cita la Carta de Cuscatlán publicada en San Salvador en 1998 (ver Capítulo 3), sobre el derecho a la comunicación como “condición necesaria para la construcción de una democracia” (Proyección, Mayo 2001: 5).

⁷⁴ Ver, por ejemplo, las ediciones de Jun. 1998: 90- 93; Marzo 1998: 6- 12; y Oct./Nov. 2000: 4.

⁷⁵ La concentración en el control de los medios fue considerada “antagónica con el desarrollo de las instituciones democráticas” en el 14º Congreso Provincial de Trabajadores de Prensa en 1997 (Reyna, 2003: 41).

⁷⁶ Ver ediciones de Dic. 1998/ En. 1999: 54- 55 y 56- 57; y Dic. 1999/ En. 2000: 44- 47.

⁷⁷ En 1999, la *Semana del Comunicador* se tituló “Neoliberalismo, comunicación y después”; en 2000, “La bolsa o la vida”; y en 2001, “¿Sociedad o mercado? Comunicación, comunicadores... ¿al servicio de quién?”

administrativas “simbólicas” para manifestar su interés en ser licenciatarias, mientras otras impugnaron judicialmente la convocatoria por basarse en una normativa de la dictadura que excluía al sector social-comunitario (Fariás E 2008: 11-17; Busso E, 2011: 21-40). En este período, el objetivo de FARCO fue lograr la derogación del artículo 45 de la ley 22.285, que les impedía prestar servicios de radiodifusión y, por lo tanto, les imposibilitaba participar de estas licitaciones. En ese marco, en 1999, FM La Ranchada, representada por Miguel Julio Rodríguez Villafañe –abogado que integrará la COMIPREN y la Coalición por una Radiodifusión Democrática- presentó un recurso de amparo por la imposibilidad de participar en el concurso por la licitación de frecuencias, que después daría origen a un fallo histórico de la Corte Suprema de Justicia en el que declarará la inconstitucionalidad del artículo 45.

2.2.6.3. Los sindicatos ante la desregulación laboral

Menem impulsó la desregulación laboral que incrementó en todo el país el desempleo, el subempleo y el empleo informal. Esto dejó más expuestos a todos los asalariados, incluidos los periodistas: se incrementaron despidos y “retiros voluntarios” en las redacciones, vaciamientos y quiebras de las empresas periodísticas, incremento del personal contratado y *free lance*, “tercerizaciones” y violaciones del Estatuto del Periodista Profesional. En Córdoba, se produjeron conflictos gremiales en prácticamente todos los medios (Proyección, dic. 2000: 6)⁷⁸. Frente a los procesos privatizadores, en 1989 se creó la Confederación Sindical de Trabajadores de la Comunicación Social (COSITMECOS), que luego integraría la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Baranchuk, 2005: 219-235; Lázaro, 2010: 187-188).

En 1993 y en 1997, el gobierno nacional intentó derogar los Estatutos del Periodista Profesional y del Empleado Administrativo de las Empresas Periodísticas, justo “cuando el periodismo independiente comenzaba a cuestionar los desvíos en el ejercicio del poder y a develar una corrupción cada vez más desenfrenada por parte de los funcionarios del Estado” (Reyna, 2003: 31-32). En los mismos años, crecieron las agresiones contra periodistas. En 1993 el cadáver de Mario Bonino, secretario de Prensa de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), fue encontrado flotando en el Riachuelo⁷⁹ y se convirtió así en el primer periodista asesinado en democracia. En 1997, asesinaron al fotógrafo José Luis Cabezas de la revista Noticias⁸⁰, caso que conmovió al gremio y a la sociedad (Reyna, 2003: 40). Frente a esta

⁷⁸ Esta situación es similar a la registrada en otros países de la región, según un informe sobre la formación de periodistas en América Latina elaborado para FELAFACS (Ambort y otros, 2005: 19-20).

⁷⁹ El día anterior al hallazgo del cuerpo se había producido un atentado en la sede de la Obra Social del gremio. Dos meses antes, se había realizado una movilización a Plaza de Mayo con la consigna “Paren la mano” contra las agresiones a los trabajadores de prensa promovidas por el gobierno de Carlos Menem (La Noticia, 15/11/2007).

⁸⁰ Su asesinato se produjo después de que cubriera la investigación sobre la presunta implicación del empresario telepostal Alfredo Yabrán en casos de corrupción.

situación, directores periodísticos, jefes de redacción, columnistas, escritores y conductores de radio y televisión crearon en 1995 la Asociación para la Defensa del Periodismo Independiente (PERIODISTAS)⁸¹. En Córdoba, el gobierno d presionaba judicialmente y con el manejo de la pauta publicitaria a periodistas y medios, situación frente a la cual, luego se constituirá la COMIPREN. Varios medios locales fueron objeto de retenciones o interrupciones de la pauta publicitaria oficial ante la publicación de denuncias que involucraban a allegados al gobierno provincial (ADC, 2004: 41-57). En 1999, se produjo contra la revista Informe Córdoba “el primer intento de censura previa desde la vuelta de la democracia en Córdoba y el caso inaugural de la gestión de José Manuel de la Sota” (COMIPREN, 2004: 2). En 2001, el gobernador querelló al dirigente bancario Luis Miguel Baronetto –quien luego integrará la COMIPREN- (2-3).

Frente a esta coyuntura, los militantes del CISPREN comenzaron en 1992 a participar de los Congresos de Trabajadores Argentinos que darían lugar a la conformación de la Central de Trabajadores Argentinos (CTA), que concentró la oposición a la CGT, con base en sindicatos de servicios y la incorporación de organizaciones territoriales y de desocupados (Giuliani E 2010: 20). En ese marco, las diez organizaciones gremiales más representativas del país, entre ellas el CISPREN, se retiraron de la FATPREN (Dreizik E 2010: 193-196).

Dos años después, el CISPREN decidió por plebiscito su incorporación a la CTA, ingreso que conllevó importantes cambios en la estructura gremial. Por un lado, implicó un “esfuerzo económico y político” porque los sindicatos que sostuvieron la construcción de la CTA en Córdoba fueron la Asociación de Trabajadores del Estado (ATE) y el CISPREN (Reyna E 2010: 6). Por otra parte, se impulsó también una importante modificación en las bases que integran el sindicato con la incorporación de los trabajadores informales y precarios, de prensa y de otras áreas de la comunicación a quienes se afilió de manera directa. Esta modificación que luego se incorporó a los estatutos del gremio, conllevó disputas internas que perduraron durante la década siguiente y se manifestaron en las elecciones⁸² (Giuliani E 2010: 18-19).

2.2.6.4. Las ONGs como alternativa laboral

Ante la reducción, focalización y privatización de la acción social del Estado, en los años 90, las organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro se multiplicaron y profesionalizaron, por lo que se convirtieron en alternativas laborales para universitarios, particularmente de las ciencias sociales (Ortega, 1997: 84), incluidos los comunicadores. Entre 1996 y 1997, se registraban 1015 asociaciones sin fines de lucro en la ciudad Córdoba (17-20). A partir de 1985, se había iniciado

⁸¹ Años más tarde, una crisis de esta entidad será tomada como caso testigo en un debate de la COMIPREN.

⁸² En 1996, por primera vez en la historia del gremio, se habían presentado dos listas a las elecciones por la conducción del CISPREN, aunque se impuso la oficialista.

un fuerte aumento del movimiento económico de estas instituciones, que llegó a “duplicar en 1995 los niveles presentados en 1990” (83). Para entonces, en general, mostraban “una situación económica sólida” (43-47). En 1996, el 31% de la población total de la ciudad de Córdoba era beneficiaria directa de las asociaciones civiles (54). Las instituciones del llamado tercer sector, tuvieron en esta década un papel no exento de tensiones en relación con el Estado, a los sujetos destinatarios de su acción y a sus financiadores (82)⁸³. En las instituciones del campo comunicacional, también se debatió su rol social y político⁸⁴ en relación con el creciente desprestigio de la actividad y la dirigencia políticas y de la gestión estatal⁸⁵.

En Córdoba, en esta época, seguían siendo sólo dos las ONG con actividades específicas de intervención en comunicación: las ya mencionadas CECOPAL y Mutual Mujica. Las demás ONGs comenzaron a incorporar progresivamente actividades de prensa y comunicación como complemento o refuerzo de sus tareas de intervención social en otros campos que, en algunos casos, luego llegaron a constituir áreas institucionalizadas (Reyna E 2010: 44- 46)⁸⁶.

En particular, las radios Sur y La Ranchada, además de los inconvenientes legales, en esta década enfrentaron dificultades económicas, institucionales y en la definición de su perfil (Cristiano, 1997). Esto último pone de manifiesto las tensiones existentes en la noción de comunicación comunitaria. La Ranchada “no rescata su carácter de radio comunitaria, vecinal y dueña de un perfil alternativo a las restantes del mercado radiofónico” (41). Por su parte, Radio Sur, definía a sus destinatarios en tres dimensiones: topológica (“los barrios o la zona sur”), sociológica/política (“los sectores populares”) y comunitaria (“los vecinos”) (45-46). En 1997, las dos radios tenían una audiencia total estimada de 35 mil personas (Ortega, 1997: 53).

2.2.6.5. La ECI y una nueva agrupación

Desde la década de 1990, estudiosos de la comunicación en la Argentina abordan el vínculo entre comunicación y política. Un hito en este debate fue el Seminario “Política y Comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?” organizado en Córdoba en 1991, del que participaron los referentes nacionales de la UBA y la UNC sobre este tema (Schmucler y Mata, 1992: 10-11). En esos años, se desarrollan también los estudios culturales, particularmente sobre recepción de medios y públicos de sectores populares, en la línea de Martín Barbero. Además, autores argentinos como Alicia Entel comienzan a pensar la relación entre comunicación, ciudadanía, medios de comunicación masiva y espacio público, en consonancia con los

⁸³ Sobre las críticas a su “imagen social consensual”, ver Gutiérrez, 2005: 159-160.

⁸⁴ Por ejemplo, los debates organizados por el Área de Comunicación Popular y en la Semana del Comunicador de la ECI (ver Tabera y Baldo E 2009: 234- 238), y en revista Umbrales del CISPREN (ver No 14, oct./nov. 2000).

⁸⁵ Ver, por ejemplo, dossier en Umbrales, jun. 1998: 82-86.

⁸⁶ A estas necesidades comunicacionales de las organizaciones, procuraría dar respuesta SOS País en el año 2001.

desarrollos teóricos de estudiosos latinoamericanos de la comunicación como los chilenos Martín Hopenhayn y Manuel Garretón, la peruana Rosa María Alfaro, los argentinos radicados en México Néstor García Canclini y Mabel Piccini, la mexicana Rossana Reguillo y Martín Barbero.

En la Escuela de Ciencias de la Información, la cantidad de inscriptos creció durante todos los años '90 (excepto en 1993 y 1999) de tal modo que, al finalizar la década, la cantidad de alumnos ingresantes duplicaba a la del inicio (en 1999 hubo 1250 inscriptos) (UNC, 2002). En 1993 se aprobó un nuevo plan de estudios que se puso en marcha al año siguiente. Apuntaba a formar un profesional especializado en tres áreas del mercado de medios: gráfica, radio y televisión, además de en instituciones y en investigación. Como había incertidumbre por el modo en que se iba a implementar el plan, muchos estudiantes se involucraron en la gestión institucional para asegurar el cursado (Tabera E 2009: 95 y Maffini E 2009: 98). A mediados de la década, los estudiantes se organizaron y movilizaron junto con los docentes contra la reforma de la ley de educación superior. En los '90 se producen acercamientos entre las agrupaciones estudiantiles y otras organizaciones sociales surgidas en esos años, particularmente los movimientos de desocupados e HIJOS (Maffini E, 2009: 118). Estudiantes y recientes egresados percibían que el crecimiento del desempleo, subempleo y el empleo informal afectaba particularmente al sector de prensa y comunicación a causa del proceso de concentración de la propiedad de los medios. Frente a eso, muchos de ellos impulsaron emprendimientos autogestivos de medios (Maffini E 2010: 6).

Además, algunas organizaciones estudiantiles –en la ECI, la Arcilla cuyo surgimiento en 1997 está ligado fuertemente a las condiciones descriptas y que gana el Centro de Estudiantes en 1998– impulsaron prácticas de intervención en comunicación y debates sobre comunicación y política⁸⁷, que fueron espacios de formación para varios de los agentes que van a participar de las experiencias analizadas: los talleres de comunicación popular; el Área de Comunicación Popular; la Semana del Comunicador; la Cátedra Libre Rodolfo Walsh; la Agencia Universitaria de Noticias; y Radio Revés (Tabera y Baldo E 2009: 3, 43-53, 212-299; Maffini E 2009: 6; El Ancla No 3: 5-8; oct. 2000-feb. 2001). Se registraba entonces una masiva participación de estudiantes en estas actividades (CECI, 2000; Tabera y Baldo E 2009: 283-287). “Evidentemente había algo en el clima social que hacía que eso fuera necesario” (Maffini E 2009: 3).

⁸⁷ Preocupaciones manifiestas también en otras agrupaciones estudiantiles de comunicación del país. En el Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación de Rosario en 1998 la comunicación popular “fue el centro de las discusiones” (El Ancla, No 1, 1998: 4).

2.2.7. Antes del estallido

Entre 1999 y 2001, el gobierno intenta sin éxito regularizar la radiodifusión. En Córdoba, el CISPREN se centra en la defensa de los puestos de trabajo y promueve la recuperación de dos empresas periodísticas por sus trabajadores. En la ECI, una nueva agrupación estudiantil impulsa emprendimientos de comunicación, entre ellos, una radio. El debate sobre el papel de los medios en la legitimación de un orden social cada vez más cuestionado, comienza a exceder los ámbitos especializados y se expresa en manifestaciones de protesta de otras organizaciones sociales.

En 1999 asume la presidencia Fernando de la Rúa (1999-2001), de la Alianza UCR-FREPASO, en el marco de una crítica situación económica del país y con una dirigencia política muy desprestigiada. La coalición gobernante había apostado a corregir aspectos parciales del modelo económico menemista preservando lo esencial (la convertibilidad, la apertura comercial y las privatizaciones) “bajo el supuesto de que dicho modelo era en sí viable”, y que a través de políticas activas podía mejorarse su desempeño en términos de crecimiento, empleo y redistribución. El otro supuesto era que podría “hacerse fuerte” en el mejoramiento de la calidad institucional y técnica de las políticas públicas, diferenciándose de las prácticas “decisionistas, delegativas y corruptas que habían caracterizado el menemismo” (Novaro, 2002: 32).

De acuerdo con estos lineamientos generales, las políticas de comunicación del gobierno de la Alianza se caracterizaron por “la continuidad del liberalismo comunicacional existente matizado por ciertas dosis de transparencia y prolijidad planificatoria” (García Leiva, 2005: 303). Días después de llegar al poder, De la Rúa vetó la Ley de Radio y Televisión Argentina que había sido aprobada un mes antes y pretendía crear una sociedad estatal no gubernamental controlada por el Congreso. Con este veto, “de la Rúa explicitó su objetivo: conservar los medios existentes a cambio de fiscalizar los contenidos y los medios públicos” (305). En su lugar, creó el Sistema Nacional de Medios Públicos –conocido como el “multimedios oficial”- para integrar el SOR, Canal 7 y Telam (290-291). Por su parte, el COMFER, a cargo de Gustavo López, elaboró un proyecto de ley de radio y teledifusión que no llegó a ser ley.

...lo único que puede rescatarse de su gestión, debido al accionar de algunos funcionarios del COMFER, es cierto impulso dado a la radiodifusión a través de la apertura de radios en escuelas de frontera, el intento, no la propuesta, de cambiar la ya obsoleta Ley No 22285 y la intención de normalizar el espectro aunque no la forma elegida. (García Leiva, 2005: 305)

Durante los años '90 se había expandido la televisión de pago en el país⁸⁸. En el año 2000, Argentina contaba con el mayor número de abonados de Latinoamérica y se destacaba como productor de señales, aunque los porcentajes de programación nacional fuesen inferiores a los de

⁸⁸ Sobre la incidencia de las políticas neoliberales en la transformación de la estructura de propiedad de la televisión por cable entre 1989 y 2001 en relación con la democratización de las comunicaciones, ver Marino, 2007.

la televisión abierta. La televisión por cable tuvo una fuerte penetración mientras que el desarrollo de la satelital ha sido más pausado. En el año 2000 existían sólo tres operadores (TDH, DirecTV y Sky) (Mastrini y Becerra, 2006: 82). En tanto, el acceso a internet no alcanzaba un importante desarrollo. El porcentaje de personas conectadas a Internet en la Argentina era bajo (84).

En la ECI, en 2001, las movilizaciones de docentes y estudiantes universitarios contra el recorte del presupuesto a las universidades impulsado por el ministro de Economía Ricardo López Murphy (El Ancla No 3, 1999: 10- 12), reimpulsan el debate y organización estudiantil. Ese año, el Centro de Estudiantes impulsa el emprendimiento comunicacional de mayor envergadura de los últimos años: pone en marcha Radio Revés cuyo proyecto se había trabajado el año anterior (El Ancla, No 5: 18- 22; No 8: 4- 5; No 9; No 10: 14- 15; No 12: 31).

Durante 2001 se produce la primera recuperación de una empresa periodística por parte de sus trabajadores, realizada en la provincia de Córdoba: El Diario del Centro del País, de la ciudad de Villa María. Le ofrecieron al endeudado dueño del medio licuar su deuda con la obra social, el gremio y los trabajadores con la cesión de la marca, la rotativa y el edificio (Dreizik E, 2010: 26-34). En octubre de ese año, el grupo Gazeta Mercantil produce el vaciamiento de sus empresas tanto en Brasil como en la Argentina. Los trabajadores del diario Comercio y Justicia terminan el año con dos meses de atraso salarial y sin interlocutores. Realizan protestas ante los dueños brasileros, el Ministerio de Producción de la Provincia del que depende la Secretaría de Trabajo y ante el Cónsul de Brasil en Córdoba (Proyección, dic. 2001: 8-9). Comenzaban la primera etapa de un proceso de movilización que los llevaría a la recuperación de la empresa. Estas dos experiencias, significaron un viraje político para el gremio en un momento en que, dada la situación socio- económica del país, la lucha gremial privilegiaba el mantenimiento de las fuentes laborales, antes que las mejoras de salario y condiciones de trabajo: “La esencia de la lucha sindical es contra el patrón, cómo vamos a alentar que no haya patrón. [pero] Esto tiene que ver con nuestra convicción (...) [acerca] de la pluralidad del sujeto de cambio” (Dreizik E 2010: 4).

A fines de 2001, la CTA impulsó el Frente Nacional contra la Pobreza (FRENAPO) y la realización de una Consulta Popular por el Seguro de Empleo y Formación, la asignación universal por hijo y para adultos mayores, de la que participaron 3 millones de personas en todo el país (Giuliani E, 2010: 98-100). Este acontecimiento puso en evidencia una generalizada demanda de cambio en las políticas (Fessia E, 2010: 37; (Tabera y Baldo E, 2009: 312-316), además de mostrar la capacidad de movilización de la nueva central obrera. Por otra parte, en este proceso, comienzan a gestarse grupos que conformarán las asambleas barriales, que adquirirán protagonismo durante 2002 (Cabral, 2004) y con las que se vinculan experiencias de comunicación alternativa de esa etapa.

La continuidad de las políticas de ajuste y reducción del gasto público, aumentaron la pobreza y la indigencia, incrementaron el descontento social y las manifestaciones de protesta. En el período se intensificó la movilización social que se venía registrando durante los 90 (Schuster y otros, 2006). El debate sobre la desarticulación entre la movilización social y la representación política, las nuevas formas de representación y de democracia directa que se estaban gestando, fue abordado por todas las instituciones del campo (Estado, academia, gremios, ONGs⁸⁹), las que lo profundizarán durante la década siguiente.

Durante las movilizaciones de 2001 –contra las privatizaciones provinciales y los recortes presupuestarios nacionales, en defensa de puestos de trabajo y salarios-, se comienza a manifestar la crítica social al tratamiento que los medios masivos de comunicación hacen de la información y que se agudizará en los años siguientes. Así, el debate sobre el papel de los medios en la legitimación de un orden social cada vez más cuestionado, comienza a exceder a las organizaciones de especialistas. Los repudios a algunos medios en las manifestaciones de protesta por las violaciones a otros derechos, constituyeron los primeros indicios de una crisis de credibilidad mediática. En Córdoba, en agosto de 2001 se realizó un escrache al diario La Mañana de Córdoba impulsado por el Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información, el CISPREN y el sindicato de Luz y Fuerza, en el marco de un plan de lucha contra el ajuste:

Alrededor de 100 personas participaron en el escrache al diario La Mañana de Córdoba (...) se trasladaron al diario, donde cortaron tres cuartos de calzada (...) desplegaron paneles informativos sobre el manejo de la información realizado por este medio. (...) un estudiante disfrazado de gorila, que tecleó sobre una máquina de escribir. (El Ancla, N° 12: 23)

En diciembre de 2001, ante la crisis financiera, el Poder Ejecutivo establece la restricción a la extracción de dinero en efectivo de plazos fijos, cuentas corrientes y cajas de ahorro, medida conocida como “corralito financiero”. Frente a esto, entre el 19 y el 20 de ese mes, se produjeron masivas manifestaciones de protesta en los principales centros urbanos del país aún a pesar del estado de sitio dispuesto por el gobierno nacional. Se produjeron “cacerolazos” con el reclamo de “que se vayan todos” en alusión a la clase política. También hubo saqueos en supermercados. En esas jornadas, murieron 39 personas a manos de fuerzas policiales y de seguridad, incluyendo nueve niños de menos de 18 años. Finalmente, De la Rúa renunció a la presidencia el 20 de diciembre de 2001. Ante la acefalía presidencial, se sucedieron cuatro presidentes provisionales en una semana. Uno de ellos, el entonces gobernador de San Luis, Alberto Rodríguez Sáa, decretó el *default* financiero. El último de ellos fue el entonces senador justicialista Eduardo Duhalde, quien encabezó la transición como presidente interino hasta 2003 cuando transfirió el mando a un presidente electo por el voto (ver Novaro, 2009).

⁸⁹ Por ejemplo, en el dossier sobre Movimientos sociales y representación política (Umbrales, oct./nov. 2000).



Sociedad Civil en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información



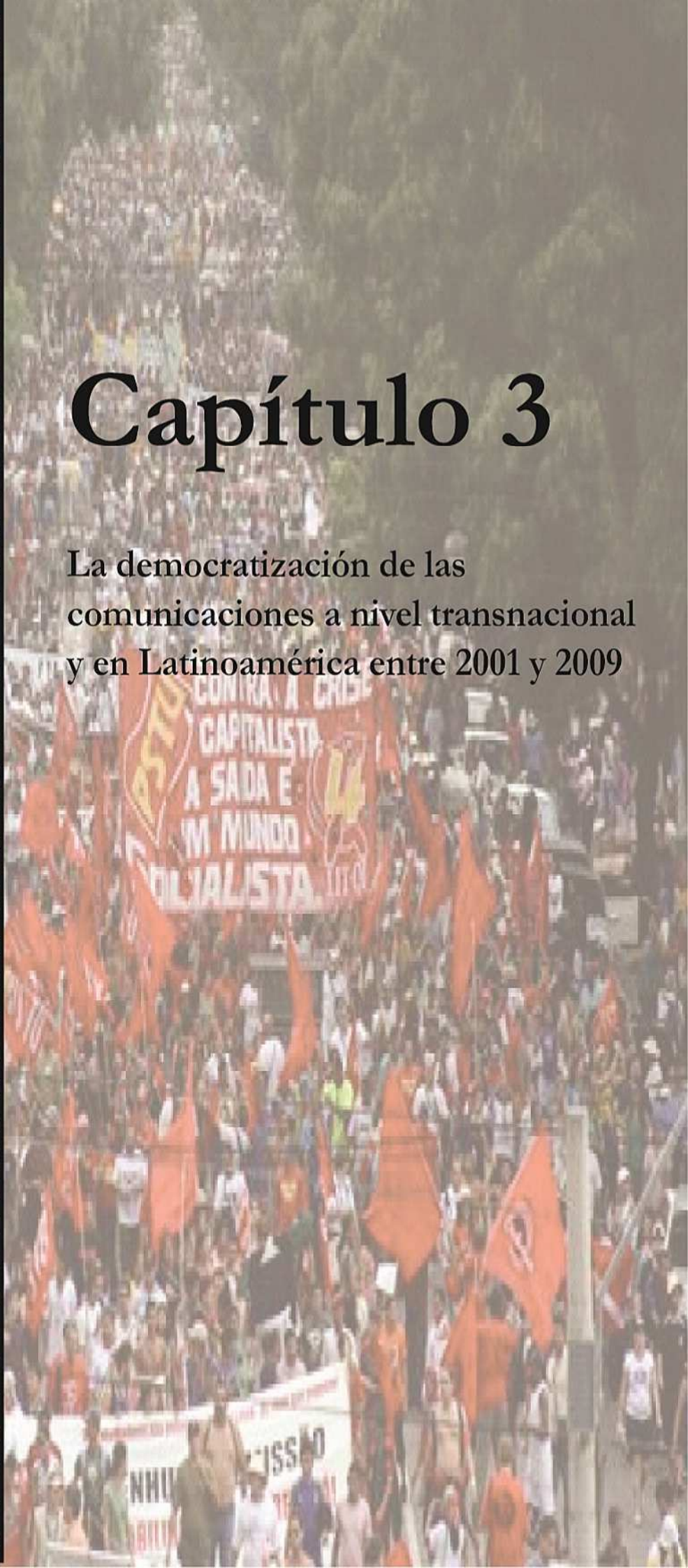
Foro Social Mundial

Otra comunicación es posible. Las organizaciones latinoamericanas de comunicación que promueven los derechos de la comunicación, reunidas en la ciudad de Quito en el marco del Foro Social de las Américas...

Carta pública de las redes latinoamericanas de comunicación

Capítulo 3

La democratización de las comunicaciones a nivel transnacional y en Latinoamérica entre 2001 y 2009



Capítulo 3

La democratización de las comunicaciones a nivel transnacional y en Latinoamérica entre 2001 y 2009

Concentrarnos en el estudio de las recurrencias y diferencias en las tomas de posición de las organizaciones sociales que impulsaron de algún modo la democratización de las comunicaciones en Córdoba entre 2001 y 2009, hace necesario que describamos –entre otros elementos- las condiciones objetivas dentro de las cuales, los sujetos sociales realizaron sus opciones.

Estas prácticas fueron producidas en un momento de resurgimiento, a nivel transnacional y a nivel regional en Latinoamérica, de la movilización de las organizaciones de la sociedad civil en torno a esta reivindicación. Las acciones internacionales y continentales de las redes de comunicación se coordinaron y planificaron. No así, en cambio, las desarrolladas a nivel nacional, aún cuando fueron coincidentes históricamente y tuvieron similar orientación. Sin embargo, la participación de las redes regionales y mundiales de comunicación que actúan en cada país y los contactos entre agentes vinculados a las organizaciones y universidades aseguraron los diálogos e intercambios de experiencias. Además, la producción misma de una estrategia –sobre todo, si resultaba novedosa y/o eficaz- constituía fuente de “inspiración” para ser replicada en otros lugares. Por lo tanto, entendemos que la producción de estas propuestas en otros países latinoamericanos, a nivel continental y transnacional, contribuyó a ampliar el espacio de posibles para la producción de prácticas similares en la Argentina y en Córdoba en particular.

Por eso, en este capítulo, luego de una breve referencia a los procesos políticos, económicos y sociales de la región durante este período -con particular énfasis en los aspectos referidos al sistema comunicacional-, y al resurgimiento del debate multilateral sobre políticas de comunicación en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, analizamos las prácticas de los movimientos sociales transnacionales que impulsaron la democratización de las comunicaciones a partir de 2001 frente a la Cumbre y en el Foro Social Mundial, de los movimientos continentales desarrollados en Latinoamérica en el mismo sentido, y de las organizaciones nacionales de la región que tuvieron similar orientación: observatorios y veedurías de medios, alianzas que impulsaron reformas de legislaciones y políticas de comunicación, proyectos de periodismo cívico o público, y de periodismo ciudadano o 3.0.

3.1. Crisis de representación política y de credibilidad mediática

Luego de una década de políticas aperturistas y privatizadoras, la emergencia, en el ámbito de la sociedad civil, de prácticas tendientes a la democratización de las comunicaciones en Latinoamérica se vincula, según Rey (2003b) con dos procesos articulados: la crisis de representación de la política y la crisis de credibilidad de los medios.

En primer lugar, la fractura de la confianza en las organizaciones políticas representativas y en el Estado como ente regulador de la vida social, y la devaluación de la política como deliberación y participación colectiva en la construcción del bien común, se vincula con la desestabilización producida por los graves problemas económicos de la región, lo que pone en cuestión la sustentabilidad del sistema económico, el poder afianzado de las compañías transnacionales insertas en sectores estratégicos, el empobrecimiento de sectores sociales que en el pasado habían conformado una estructura social móvil y variada (Rey, 2003b) y un Estado que perdió el control sobre los bienes colectivos, como la seguridad y la justicia (Miralles, 2006: 2).

Como expresión de la generalizada insatisfacción ante el funcionamiento del modelo que, aún en los casos y en los momentos en que obtuvo altas tasas de crecimiento económico no sólo demostró ser incapaz de redistribuir la riqueza, sino que también profundizó la desigualdad y la pobreza, desde fines de los 90 el signo político de los gobernantes de la región comenzó a cambiar⁹⁰. Las propuestas políticas de sus partidos o coaliciones incluyen a la izquierda ortodoxa, fuerzas reformistas y nacional-populares “cuya orientación programática era contraria a los esquemas neoliberales aplicados hasta entonces” (Nazareno, 2010: 175) y que, en conjunto, pueden ser ubicadas en sentido amplio “a la izquierda del centro” (Panizza, 2005: 716) en la medida en que “presentan desafíos al *stablishment* económico y activan a los sectores populares” (Etchemendy, 2008: 104). Estos nuevos gobiernos –protagonistas del llamado “giro a la izquierda” de la política latinoamericana⁹¹- procuran avanzar con reformas graduales y acumulativas que restrinjan el fundamentalismo del mercado⁹².

⁹⁰ Este período se inauguró con la asunción de Hugo Chávez en Venezuela en 1999 al frente de una alianza de partidos y fue continuado por Ricardo Lagos de la Concertación en Chile en 2000 (sucedido en 2006 por Michelle Bachelet), Luiz Inácio Lula Da Silva del Partido de los Trabajadores en Brasil en 2002, Néstor Kirchner del Partido Justicialista en la Argentina en 2003 (sucedido en 2007 por Cristina Fernández), Tabaré Vázquez del Frente Amplio en Uruguay en 2005, Evo Morales del Movimiento al Socialismo en Bolivia en 2006, Daniel Ortega en Nicaragua en 2007, Fernando Lugo en Paraguay en 2008 al frente de la Alianza Patriótica para el Cambio. En 2006, el Partido de la Revolución Democrática de México gana los gobiernos del DF y otros cuatro estados.

⁹¹ Sobre este tema, ver *Nueva Sociedad* No 197 “La Izquierda en el Gobierno”, May.- Jun. 2005.

⁹² Por los resultados de sus políticas, en general, “la nueva izquierda implicó, a pesar de su moderación programática, una diferencia en términos económico-sociales respecto de los gobiernos de derecha” de la región como los de Colombia y México (Nazareno, 2010: 175- 191).

Entre estos gobiernos de la “nueva izquierda latinoamericana” y los empresarios de medios de comunicación se registran altos niveles de confrontación (Waisbord, 2008: 6; Lázzaro, 2010: 179; Padilla, 2010; Ramonet, 2009). “El quiebre del sistema de partidos en algunos países como Venezuela, Bolivia o Ecuador, abrió un espacio que fue ocupado por los medios, que en algunos casos, lideraron a las fuerzas opositoras” (Natanson, 2010: 15). Una de las formas que asumió esta disputa fue la legal y uno de los ámbitos de reforma política para restringir el fundamentalismo del mercado fueron las leyes de radiodifusión.

Por lo tanto, la llegada al poder de fuerzas políticas que impulsan políticas más estatistas que sus antecesores, que desarrollan diversas medidas de inclusión de ciertos actores sociales en el gobierno y de participación en la definición de algunas políticas públicas (Etchmendy, 2008; Panizza, 2005) son vistos como una oportunidad por las organizaciones que impulsan reformas democratizadoras en las políticas de comunicación en la región. De hecho, los gobiernos comenzaron a asumir estas propuestas a partir de mediados de la década. Hasta entonces, las “asimetrías entre los sectores [de la radiodifusión] [era]n profundas, y parecieran irreversibles aún en contextos de gobiernos regionales de izquierda” (Monje, 2007b). Sin embargo, a partir de ese momento, se logra imponer la Ley de Radiodifusión Comunitaria en Uruguay en 2008, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la Argentina en 2009 y el gobierno brasilero impulsa el debate en la Conferencia Nacional sobre Comunicación ese mismo año, mientras que Ecuador incorpora el derecho a la comunicación en su Constitución en 2008 y Bolivia, en 2009. Estas reformas legales sientan las bases para la formulación e implementación de políticas de comunicación que reestructuren los sistemas mediáticos en vistas a su mayor democratización.

Esto se tornó particularmente necesario en el nuevo milenio dado el avance de los procesos de concentración de la propiedad de los medios. Durante las décadas de los años 80 y 90 la legislación sobre radiodifusión en Latinoamérica se había readecuado a las condiciones macroeconómicas a nivel mundial, con políticas privatizadoras y “re-reguladoras” (Mastrini y Mestman, 1996). En casi todos los países de la región estas normativas definían a los servicios de radiodifusión por el interés público antes que por el servicio público, lo que permitió que la legislación respondiera a las demandas del sector privado y favoreciera la concentración, la convergencia tecnológica y el ingreso de capitales extranjeros. El sector público fue relegado a un papel subsidiario, y el sector comunitario quedó excluido o limitado en su desarrollo⁹³. Se

⁹³ A las radios comunitarias, “[e]n algunos países de América latina se las persigue como si fueran delincuentes (Brasil, Guatemala, México); en otros se las autoriza con restricciones draconianas que limitan su radio de influencia y les impiden sobrevivir (Chile, Brasil); en otros países se las tolera (Bolivia, Paraguay, Argentina) y en algunos incluso se las protege porque se entiende que cumplen un papel importante en el desarrollo y el cambio social (Perú, Venezuela, Ecuador, Colombia, Uruguay).” (Gumucio Dragon, 2008)

reconfiguró así “un escenario público ‘naturalizado’ como privado” en el que los Estados ocupan un rol de administrador y garante de las reglas de juego del mercado (Monje, 2008).

En consecuencia, en el primer quinquenio del siglo en Latinoamérica, se registraba “la consolidación, con una tendencia a incrementarse, en el proceso de concentración de medios” (Becerra y Mastrini, 2009: 211). Si bien estos procesos se desarrollaban en casi todo el planeta, “la profundidad y consolidación que muestra[n] en América Latina es distintiva” (211). Las cuatro principales empresas en cada industria de la cultura y la información controlaban, en promedio del 77% al 82% de los mercados. Estos valores superaban con creces los estándares de concentración considerados altos, incluso para los ocho primeros operadores⁹⁴. En tanto, el dominio del mercado por parte del primer operador alcanzaba un valor promedio del 45% en 2004, es decir que “casi la mitad del mercado de productos y servicios de la información y la comunicación en la región se halla[ba], en promedio, controlado por un solo operador” (216). A los procesos de “concentración horizontal o monomedia” registrados en la región antes de la década del 90, se añadió la progresiva complejidad de las “concentraciones multimedias y conglomerales”, muchas protagonizadas por actores extranjeros y, en algunos casos, ajenos a las industrias infocomunicacionales y vinculados con los mercados financieros, es decir que pocos grupos tenían predominio en el cruce de sus propiedades en varias industrias en simultáneo (222).

Frente a esto, se incrementaron y articularon las demandas sociales relativas a la información y las propuestas de reformas. El surgimiento de los movimientos que reivindican el derecho a la comunicación, se vincula también con la crisis de credibilidad mediática que pone en cuestión “los modelos de construcción de información, del periodismo y de los medios”. Esta crisis se manifiesta en “las distancias entre la información ofrecida y las demandas y expectativas de la sociedad” y en “la invisibilidad de unos temas y actores o la legitimación de otros” (Rey, 2003b). La crisis de credibilidad mediática reviste particular relevancia si consideramos que tiene lugar en sociedades donde la centralidad de los medios masivos de comunicación en la configuración del espacio público se ha agudizado en los últimos tiempos, debido a la profundización de las violencias y exclusiones urbanas -que hace que la gente se resguarde en el espacio privado-, junto al desproporcionado crecimiento de las industrias de medios, la crisis de las instituciones políticas y la falta de representación de la academia (Martín Barbero, 2006: 150-151).

Esta doble crisis mediática y política, se manifiesta en problemáticas coyunturas locales y nacionales frente a las cuales surgen estos movimientos, organizaciones y experiencias por la democratización de las comunicaciones, junto a movimientos que reivindican otros derechos.

⁹⁴ Becerra y Mastrini (2009: 212) toman como referencia los estándares definidos por Albarran y Dimmick (1996) quienes consideran que la concentración existe y es alta al superar un promedio de 50% del control de un mercado por parte de los cuatro primeros operadores y un 75% por los ocho primeros operadores.

3.2. El debate multilateral sobre políticas de comunicación

Luego de la caída de los valores bursátiles tecnológicos y la quiebra de varias empresas de telecomunicaciones, la decisión de la Asamblea General de Naciones Unidas de desarrollar la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) –realizada en dos fases, en Ginebra en 2003 y en Túnez en 2005- reactivó el debate multilateral sobre políticas de comunicación e información. Esta reaparición veinte años después del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) conllevó muchos cambios.

La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información fue convocada y organizada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). El debate se desplazó así de un órgano dedicado a los problemas de la cultura como la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), a un órgano económico-técnico. La UIT es el organismo de la ONU que trabaja sobre tecnologías y acuerdos de homologación, en el que están asociadas como miembros las principales empresas de telecomunicaciones. “[E]s, hoy por hoy, la organización de Naciones Unidas más exitosamente semiprivatizada desde 1992. Siemens, Motorola, Bell, Nec, Alcatel, Ericsson y AT&T forman parte de su principal y cuasi deliberante órgano consultivo” (Pasquali, 2002 citado por Mastrini y de Charras, 2005). La UNESCO, que hasta el principio de los años 80 era una de las principales tribunas para debatir sobre cultura, información y comunicación (Mattelart, 2002: 73), está fuera de la discusión de políticas de comunicación desde entonces, cuando fracasa la implementación del Informe MacBride. “De modo que el advenimiento de la ‘Sociedad de la Información’ (...) es contemporáneo con el replanteo de los ámbitos de decisión de las estrategias y políticas de regulación y ordenamiento de las comunicaciones” (Becerra, 2003b: 2).

En el debate multilateral sobre políticas de comunicación, se incorporaron nuevos actores. La CMSI fue la primera en sumar a las organizaciones de la sociedad civil –donde se incluyó a los académicos- como interlocutores de los gobiernos. Esto implicó su reconocimiento como actores legítimos en los debates de los foros internacionales (Raboy y Landry, 2004: 184). Además, se incluyó a las corporaciones privadas, muchas de las cuales estuvieron doble o triplemente representadas por la eficacia de sus *lobbies* sobre los gobiernos y porque algunas cámaras empresarias de medios se incorporaron como parte de la sociedad civil. En tanto, los países periféricos ya no se presentaron como bloque de los No Alineados de modo que perdieron peso⁹⁵.

⁹⁵ El Movimiento de Países No Alineados, que había sido protagonista e impulsor de los debates sobre el NOMIC, desde el final de la Guerra Fría en 1992 perdió parte de sus apoyos. Sin embargo, desde mediados de los 90, los gobiernos que lo integran procuran revitalizarlo. En 2006, pusieron en marcha la red de noticias NNN (*Non Aligned*

Aparecieron nuevos ejes de debate ligados a los desarrollos tecnológicos, como el uso social de las tecnologías, el *software* libre, la propiedad intelectual y la gobernanza de *internet*. Sin embargo, finalmente, la declaración de la Cumbre no hizo referencia a la concentración de la propiedad de medios y su correlato nocivo en la pluralidad de voces para la democracia y el control del Estado, puso un marcado énfasis en las soluciones de mercado; no incluyó la recomendación a los gobiernos de implementar el *software* libre; no hizo mención del derecho a la comunicación⁹⁶; se refirió escuetamente a “los medios tradicionales”, obvió el rol de los medios comunitarios y pasó por alto el papel de los medios públicos. Hizo hincapié en la necesidad de saldar la “brecha digital” sin considerar que más que una brecha, es un desequilibrio, que se origina en la desigualdad socioeconómica. En tanto, no se habló de la brecha entre quienes poseen y acceden a los medios de comunicación y quienes no, desconociendo que “la información y la comunicación, aún en el siglo XXI no se reduce a *internet*”. No previó el financiamiento destinado a cerrar la “brecha digital” en los países en desarrollo; aunque sí incluyó la recomendación a los Estados de “velar por la libre competencia” y fomentar el “entorno habilitador” para los inversores privados en tecnología (Burch, León y Tamayo, 2004: 138-146; Mastrini y de Charras, 2005; WSIS, 2005).

En esta década, los únicos avances impulsados por la UNESCO en materia de políticas de comunicación, se habían realizado en torno a la llamada "excepción cultural", que desarrolla en la Declaración sobre la Diversidad Cultural. En la Declaración aprobada por unanimidad en la 31ª Conferencia General del organismo celebrada en París en 2001 (dos meses después de los atentados del 11 de septiembre de ese año en los Estados Unidos), se eleva la diversidad cultural a la categoría de “patrimonio común de la humanidad” y su defensa se erige en imperativo ético indisociable del respeto de la dignidad de la persona. Su artículo 8 define “[e]l carácter específico de los bienes y servicios culturales que, en la medida en que son portadores de identidad, de valores y de sentido, no deben ser considerados como mercancías o bienes de consumo como los demás” (UNESCO, 2001). En la Argentina, como veremos en el Capítulo 5, se formulará en este sentido la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales en 2003. Además, en el marco de los debates sobre la sociedad de la información, esta declaración fue considerada una relativización de las tecno-utopías que consideran a las tecnologías infocomunicacionales como salvadoras de la economía y la democracia (Mattelart, 2002).

News Network) como un modo de recuperar la experiencia del *Pool* Informativo de la década del 70. Ese año, la Argentina se reincorporó al Movimiento en calidad de “país invitado”.

⁹⁶ En las negociaciones entre las delegaciones gubernamentales, hubo tres posiciones frente a la definición del Derecho a la Comunicación: (1) En sentido amplio, como conjunto de derechos asociados a la comunicación y los medios; (2) en sentido restringido, como principio del acceso universal a las telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación; (3) su rechazo total (León, Burch y Tamayo, 2004: 141-142).

No obstante, en la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales adoptada en la 33ª Conferencia General de la UNESCO celebrada en París en 2005, se introduce un matiz en la excepción cultural que reduce su radicalidad. Ahora se dice: “las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse como si sólo tuviesen un valor comercial” (UNESCO, 2005).

Asimismo, también en noviembre de 2001, los relatores sobre Libertad de Expresión de la ONU, la Organización de Estados Americanos (OEA) y la Organización de Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE) emitieron una declaración conjunta titulada “Desafíos a la Libertad de Expresión en el Nuevo Siglo”. Coincidieron en que “la promoción de la diversidad debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión; la diversidad implica igualdad de género en la radiodifusión e igualdad de oportunidades para el acceso de todos los segmentos de la sociedad a las ondas de radiodifusión” (ONU, OEA y OSCE, 2001). En 2002, la Relatoría sobre Libertad de Expresión de la OEA criticó la exclusión y las restricciones que se imponen al sector social en la prestación de servicios de radiodifusión: “resulta inadmisibles el establecimiento de marcos legales discriminatorios que obstaculizan la adjudicación de frecuencias a radios comunitarias” (OEA, 2002). En 2007, otra declaración conjunta -que ahora incluyó también a la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP)- demandó a los Estados que favorezcan la “diversidad” en los medios de comunicación y limiten la “concentración de la propiedad” (ONU, OEA, OSCE y CADHP, 2007).

3.3. Movimientos sociales por la democratización de las comunicaciones

En estas condiciones, los movimientos sociales por la democratización de las comunicaciones que surgieron en este nuevo milenio implementaron estrategias en diversos niveles. En la escala subnacional, continuaron desarrollando prácticas de comunicación comunitaria y alternativa mientras experimentaban nuevos modos de hacer periodismo. A nivel nacional, impugnaron las regulaciones existentes sobre comunicación y propusieron otras nuevas, e impulsaron observatorios de medios. Además, en la medida en que la legitimidad y las posibilidades de los Estados nacionales para formular políticas y garantizar derechos son puestas en cuestión por su nueva vulnerabilidad frente a las corporaciones transnacionales (Fraser, 2006 y 2003), también actuaron a nivel transnacional. En esta escala, participaron en los foros intergubernamentales

como la Cumbre y en los de organizaciones sociales como el Foro Social Mundial⁹⁷, al tiempo que multiplicaron las “voces independientes”, como las del colectivo Indymedia o la Minga Informativa de los Movimientos Sociales (Calabrese, 2004: 323). En este nivel, además de impulsar sus demandas, aspiran a democratizar los procesos a través de los cuales se establecen y modifican los marcos jurídicos de los derechos (Fraser, 2006: 47). “Estos desarrollos alientan las señales de un movimiento global por los derechos a la comunicación que no está centrado simplemente en encajar dentro de moldes institucionales” (Calabrese, 2004: 323).

Estas estrategias tuvieron dos planos de acción: (1) En alianza con otros movimientos sociales que trabajan en otros ámbitos de lo social, como en el Foro Social Mundial; los observatorios y veedurías de medios; las alianzas que impulsan reformas legales relativas a la comunicación; o las nuevas modalidades periodísticas; (2) frente a Estados y empresas transnacionales, como la campaña Derechos a la Comunicación en la Sociedad de la Información (CRIS); y el Foro Mundial sobre el Derecho a la Comunicación realizado durante las dos fases de la CMSI.

3.3.1. Nivel transnacional

Como se dijo en el Capítulo 2, las articulaciones entre las organizaciones de la sociedad civil internacional y, en particular, entre las redes de comunicación latinoamericanas, en torno a la demanda de democratizar las comunicaciones, ya habían comenzado a fines del siglo XX. Esto permitió, a principios del nuevo milenio, contar con “puntos básicos para avanzar en la formulación de una agenda común”: la reivindicación del derecho a la comunicación “como una aspiración que se inscribe en el devenir histórico”, que comenzó con el reconocimiento de derechos a los propietarios de medios de comunicación, luego a los trabajadores del sector y finalmente a todas las personas; la necesidad de establecer políticas públicas democráticas, impulsar “medios de comunicación públicos de carácter ciudadano”, frenar la “monopolización de los medios” y la “mercantilización de la información”, y desarrollar información diversa, plural y con perspectiva de género. Para ello, era prioritario involucrar a los gremios de periodistas y movimientos de consumidores, desarrollar la investigación y la capacidad de “lectura crítica de los medios” en la ciudadanía, y “abrir un amplio debate público” (León, 2002).

A principios del siglo XXI, en enero de 2001, durante la realización del primer Foro Social Mundial en Porto Alegre, Brasil, (a 30 años de iniciados los Foros Económicos Mundiales en Davos, Suiza), la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) y *Women Action*, promovieron un Taller sobre

⁹⁷ Sobre acción colectiva transnacional, ver Tarrow, 1998: 247-271.

Comunicación y Ciudadanía, en el marco del Eje Temático N° 4 “La afirmación de la sociedad civil y de los espacios públicos, Numeral 3 ¿Cómo asegurar el Derecho a la información y a la democratización de los medios de comunicación?”. En la declaración final de este taller se acordó coordinar una “minga informativa”, ampliar las instancias de debate sobre el tema y reclamar a los organizadores del Foro que otorguen mayor importancia a esta discusión. La Comunidad Web de Movimientos Sociales y la Minga Informativa de Movimientos Sociales siguen funcionando desde entonces impulsadas por las principales coordinaciones y redes sociales de la región: la Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo, el Frente Continental de Organizaciones Comunes, la Red de Mujeres Afrolatinoamericanas y Afrocaribeñas, el Grito de los Excluid@s y Enlace Indígena, entre otras (León, Burch y Tamayo, 2001, 2005a y 2005b)⁹⁸.

En noviembre de ese año, la Plataforma por los Derechos de la Comunicación –que desde 1996 aglutinaba a ONGs internacionales que trabajan en comunicación como ALAI, APC, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) e Inter Press Service (IPS), entre otras- lanzó la Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información. CRIS buscaba articular a la mayor cantidad posible de actores de la sociedad civil para lograr que la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información incluyera a la sociedad civil como contraparte en el proceso de preparación y realización del evento, y que se concibiera la discusión sobre la sociedad de la información desde la perspectiva de los derechos humanos y el desarrollo social, económico y cultural de la gente y las comunidades. Para lograrlo, la campaña incluyó la producción de documentos, la realización de foros, seminarios y otros eventos de reflexión, debate y movilización, y acciones de lobby ante gobiernos. La Campaña CRIS se lanzó en el segundo Foro Social Mundial realizado el año siguiente en Porto Alegre, durante una conferencia titulada “Democratización de las comunicaciones y los medios” y un Seminario sobre Comunicación y Ciudadanía, organizados por ALAI, APC y APRESS.

Sin embargo, recién en el tercer Foro Social Mundial realizado en 2003 en Porto Alegre, meses antes de la realización de la primera fase de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, el tema de la comunicación es incorporado por primera vez como uno de los cinco Ejes Temáticos del Foro. La inclusión del Eje 3 “Medios, Cultura y Contra-hegemonía” o “Medios de comunicación, cultura y alternativas a la mercantilización y homogeneización” implicó la realización de mesas redondas los tres días de duración del Foro, además de la Conferencia “Globalización y Medios”, talleres y seminarios.

⁹⁸ En el Foro Social Mundial, varios intelectuales, militantes y organizaciones sociales argentinas participan desde su constitución. Entre ellos, del campo comunicacional, la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) colaboró desde 2001 a impulsar que el debate sobre la comunicación se convirtiera en uno de sus ejes centrales; en el III Foro Social Mundial apoyó la iniciativa de creación de un Observatorio Global de Medios.

En ese espacio se creó *Media Watch Global* —oficialmente registrado en París, Francia, en enero de 2003—, asociación internacional que promueve el derecho de los ciudadanos de todo el mundo a ser debidamente informados, promovido por dos organizaciones comprometidas con la democratización de la comunicación y las relaciones sociales: Le Monde Diplomatique⁹⁹ e IPS¹⁰⁰. MWG tiene capítulos nacionales en Francia, Italia, Brasil y Venezuela. La difusión del Observatorio Global de Medios impulsada por su director Ignacio Ramonet, contribuyó a multiplicar las prácticas de observación mediática en el mundo.

En diciembre de 2003 en Ginebra, Suiza, se realizó -convocado por la Campaña CRIS- el Foro Mundial sobre el Derecho a la Comunicación, en coincidencia con la primera etapa de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. En esa instancia, se destacó que estas organizaciones lograron articular y consensuar “sentidos comunes globales frente a la cuestión de los derechos humanos vinculados a la información y la comunicación” (Mastrini y de Charras, 2005), a pesar de sus diferencias¹⁰¹. Un saldo positivo de la Cumbre fue que se estableció “una relación de confianza entre actores que tradicionalmente no se hablaban y que han llegado a compromisos que son un importante precedente” (Frau-Meigs, 2007). Es más, la participación de la sociedad civil -ahora global, asentada sobre una forma de lucha colectiva de base pluralista, asociativista y voluntaria- ha sido considerado uno de los logros más importantes de este proceso (Burch, León y Tamayo, 2004: 136)¹⁰². Si en la etapa NOII/NOMIC el Movimiento de Países No Alineados había jugado “un rol primordial al momento de analizar críticamente el *status quo*, en la actualidad ese rol quedó prácticamente en manos de las OSC” (Mastrini y de Charras, 2005). “[E]n muchos sentidos las aspiraciones articuladas en la Declaración de la Sociedad Civil de 2003 no son tan diferentes” al NOMIC. En este sentido, el reciente movimiento por los derechos a la comunicación y la comunicación democrática es “el heredero de un discurso y un conjunto de aspiraciones que preceden largamente a la reciente cumbre mundial” (Calabrese, 2004: 325).

⁹⁹ Le Monde Diplomatique fue una de las organizaciones impulsoras del Foro Social Mundial y de ATTAC.

¹⁰⁰ La agencia de noticias alternativa IPS surgió como respuesta al NOMIC en 1979 y fue el *carrier* oficial del MPNA.

¹⁰¹ “[E]l espectro del NOMIC, sin embargo, todavía ronda los espíritus e incluso dentro de la sociedad civil, el derecho a comunicar, antes defendido por la Comisión MacBride, se encuentra en el corazón de una controversia”. Entre las organizaciones de la sociedad civil hubo dos sentidos del derecho a la comunicación en disputa. Uno restringido como “libertad de expresión” en tanto “información liberada de toda interferencia” impulsado por organizaciones tales como Reporteros sin Fronteras, Federación Internacional de Periodistas y *World Press Freedom Committee*; y otro amplio ligado a la “comunicación social” defendido por la Red CRIS (Raboy y Landry, 2004: 184).

¹⁰² No obstante estos logros, cabe consignar algunas salvedades respecto de la participación de las organizaciones de la sociedad civil en la CMSI: la representatividad de las organizaciones participantes fue relativa; las ONGs de los países más desarrollados ejercieron un rol protagónico; la presencia en la Cumbre otorgó representatividad a quienes carecían de ella; se aceptó como integrantes a instituciones privadas con ánimos de lucro (Becerra, 2005a: 131); la estrategia de construcción de su legitimidad se centró en apelar a principios morales en lugar de a intereses políticos, lo que dificultó la posibilidad de plantear reclamos a actores con capacidad de tomar decisiones (Calabrese, 2005).

En el Foro Social Mundial de 2004 que se realizó en Bombai, India, AMARC, ALAI e ISIS Internacional Manila expusieron los resultados de la primera etapa de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información en el evento “¿Sociedad de la Información para quién? El derecho a la comunicación y los medios alternativos”. El V Foro Social Mundial realizado en Porto Alegre al año siguiente, cuyo Eje temático 4 fue: “Comunicación: prácticas contra- hegemónicas, derechos y alternativas”, fue precedido por el I Foro Mundial de la Información y la Comunicación para organizar mingas informativas y la cobertura alternativa del evento.

En diciembre de ese año, tuvo lugar en Túnez la segunda etapa de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. Entonces volvieron a reunirse las organizaciones de la sociedad civil y produjeron un documento alternativo a la Declaración oficial. Allí reivindicaron que la sociedad de la información tuviera como eje central al ser humano y como prioridad sus derechos y necesidades fundamentales; que las tecnologías fueran medios para el desarrollo humano y no fines en sí mismos; que la “brecha digital” fuera entendida como expresión y resultado de las demás brechas sociales y que, por lo tanto, no bastaba con solucionar barreras técnicas, sin considerar las políticas, económicas, sociales, educativas y de género (*Civil Society Statement, WSIS, 2005*). Retomaron la bandera histórica del derecho a la comunicación y los postulados que vinculan la comunicación con el cambio social, que tuvieron su origen en las discusiones impulsadas por el MPNA en el seno la UNESCO en los años 60 y 70. En este nuevo siglo, las organizaciones de la sociedad civil se opusieron a teorías neo-difusionistas que proponían otra vez una modernización lograda a partir de la transferencia de conocimientos e información y de infraestructura y tecnologías de los países más ricos a los más pobres, y de los sectores altos y medios a los bajos. Pusieron así de manifiesto que “la comunicación democrática es el alma de todos los otros esfuerzos hacia la justicia global” (Calabrese, 2004: 327).

Después de la finalización de la CMSI, el debate sobre comunicación en el Foro Social Mundial corrió suerte dispar. En el policéntrico Foro Social Mundial de 2006, en Bamako, Mali, el tema 6 fue “Cultura, media y comunicación: crítica y reconstrucción, violencias simbólicas y exclusiones” y en Caracas, Venezuela, fue “Comunicación, culturas y educación: dinámicas y alternativas democratizadoras”. En cambio, en Karachi, Pakistán, no constituyó un eje de debate central. En 2007, el eje “Conocimiento/Información/Comunicación” fue el N° 14.

3.3.2. Las acciones continentales

En junio de 2002, se realizó en Quito, Ecuador, el Encuentro Latinoamericano “¿Y por qué no una sociedad de la comunicación?”, del que participaron más de treinta redes y organizaciones

de comunicación y sociales del continente. El encuentro tuvo la finalidad de establecer acuerdos para una intervención concertada en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. Los participantes acordaron impulsar activamente en la región la campaña CRIS y formularon propuestas para llevar el tema al siguiente Foro Social Mundial a realizarse en Porto Alegre en 2003. El encuentro había sido convocado por la ALAI con el apoyo de la UNESCO, la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) y el Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert (FES)¹⁰³. Se definió como objetivo para la participación de la sociedad civil de la región en la Cumbre, la defensa del derecho a la comunicación en la sociedad de la información, se enfatizó la necesidad de rescatar los conceptos de comunicación y participación a la par del de información, y de impulsar un enfoque de derecho humano frente a un enfoque economicista y tecnológico de la comunicación¹⁰⁴.

El primer Foro Social de las Américas se realizó en Quito en julio de 2004 y adoptó como Eje 4 “Culturas y comunicación: las resistencias, la memoria, la construcción de identidades; espacios y prácticas de creación; lenguajes críticos y alternativos; democratización de la comunicación”. Las organizaciones latinoamericanas de comunicación impulsaron allí la Carta Pública de las Redes Latinoamericanas de Comunicación en apoyo a la campaña CRIS, titulada “Otra comunicación es posible”, que fue firmada por más de cien personas e instituciones.

En este documento, reconocen la “influencia de la comunicación y de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información”. Denuncian la concentración de la propiedad y la producción de contenidos en pocas manos, lo que transforma a la información en mercancía. Llaman a democratizar la comunicación, definida como derecho humano fundamental, necesario para la búsqueda del bien común, el desarrollo, la paz, la promoción de lo público, la cultura deliberativa, el pensamiento autónomo y comprometido con la democracia. Para eso, reclaman marcos legales que aseguren los derechos de la comunicación, e impulsan políticas públicas sustentadas en la participación ciudadana que limiten “el poderío de los intereses articulados por la lógica de mercado” y tiendan a garantizar la pluralidad de fuentes, la diversidad cultural y el acceso a tecnologías; impulsar medios públicos de carácter ciudadano; apoyar a medios alternativos e independientes; presionar a medios masivos para que tengan responsabilidad social e inspiración democrática; promover medios comunitarios; fortalecer una ciudadanía informada y

¹⁰³ La FES es una de las dos principales agencias de cooperación internacional que intervienen en el campo de la comunicación en Latinoamérica. Fue creada en 1925 como legado del primer presidente democrático del Reich alemán. Hoy es una institución político-cultural privada sin fines de lucro que se reconoce “comprometida con los principios y los valores básicos de la democracia social”. Su presupuesto es financiado por el Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania. Tiene 18 oficinas en Latinoamérica, una de ellas en la Argentina. El Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, es dirigido por el colombiano Omar Rincón.

¹⁰⁴ Sin embargo, a causa de la escasez de recursos, pocas organizaciones latinoamericanas pudieron estar presentes en las reuniones preparatorias de la Cumbre (Burch, León y Tamayo, 2004: 136).

con capacidad de lectura crítica de medios; apoyar a veedurías y observatorios; construir redes de comunicación; y abrir el debate público sobre los derechos a la comunicación.

En los foros siguientes, la democratización de las comunicaciones siguió siendo un eje central de debate. En el Foro Social de las Américas realizado en Caracas en 2006, el sexto eje fue “Comunicación, cultura y educación: dinámicas y alternativas democratizadoras”. En el realizado en 2008 en Guatemala, el quinto eje fue: “La disputa ideológica: comunicación, culturas, conocimientos, educación”, donde se debatió acerca de la comunicación contra-hegemónica, la democratización y las resistencias a la comunicación dominante.

En tanto, representantes de la sociedad civil de la Argentina, Uruguay, Perú y Nicaragua, participaron de la Conferencia Regional Preparatoria sobre la Sociedad de la Información realizada en Río de Janeiro entre el 8 y el 10 de junio de 2005, organizada por el gobierno de Brasil y la CEPAL, de la que también participaron ministros y representantes de gobiernos de América Latina y el Caribe, organizaciones internacionales y multilaterales, y del sector privado. Allí publicaron una Declaración de la Sociedad Civil en la que expresaron “la necesidad de que las estrategias y planes de acción para la sociedad de la información en la región tengan como marco de referencia los derechos humanos, el interés público, el empoderamiento desde la perspectiva de género, raza y etnia, así como los objetivos de desarrollo del milenio”. En ese marco, ALAI, ALER, AMARC-América Latina y el Caribe (ALC), APC, Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC), WACC-ALC, Radialistas e IPS-AL lanzaron la Campaña Continental por los Derechos de la Comunicación con el lema “la comunicación es un derecho, no una mercancía”. Fue parte de la Campaña mundial CRIS y tomó como punto de partida la Carta Pública de las Redes Latinoamericanas de Comunicación de 2004.

Luego de su participación en el VI Foro Social Mundial realizado en Caracas en enero de 2006, que permitió un mayor acercamiento con otras iniciativas y organismos del movimiento social, las redes de comunicación que impulsaron la Campaña Continental por los Derechos de la Comunicación, eligieron dos temas prioritarios para el 2006 y 2007. En primer lugar, promover en nuestros países la ratificación de la Convención sobre Diversidad Cultural adoptada por la UNESCO y, como segundo eje, fortalecer las veedurías y observatorios de la comunicación.

Así, en el proceso descrito, “se han formado redes transnacionales generadoras de redes nacionales y locales, que han establecido múltiples relaciones entre sí” como “resultante de una lenta acumulación” como la Red CRIS y “el amplio frente de la comunicación”, que en Latinoamérica agrupa a organizaciones tales como ALAI, ALER, AMARC, OCLACC, IPS, WACC, etc. (Mattelart, 2005a: 37).

3.3.3. Nivel Nacional

En esta década en la mayoría de los países latinoamericanos, organizaciones de la sociedad civil desarrollaron prácticas de similares características tendientes a la democratización de las comunicaciones. Sin embargo, como se dijo, no constituyeron un proceso coordinado ni planificado a nivel regional, sino que, por el contrario, se trató de prácticas coincidentes en el tiempo, que presentan semejanzas en las estrategias desarrolladas por agentes equivalentes frente a condiciones similares. Además, en la producción de estas experiencias, los planos de acción se combinaron, y la mayoría de las organizaciones protagonizó varias de estas experiencias.

3.3.3.1. Observatorios y veedurías de medios

En las condiciones descritas, surgió y se expandió en los cinco continentes un nuevo tipo de prácticas de ejercicio de la ciudadanía comunicativa (Mata, 2006): los observatorios y veedurías de medios. Los observatorios de medios suelen enfatizar el seguimiento, monitoreo o investigación de la información que difunden los medios, mientras que las veedurías tienden a desarrollar un trabajo de mayor movilización e intentos de incidencia en las políticas de comunicación. Ambos suelen ser iniciativas de la sociedad civil o de la academia: universidades, gremios y asociaciones de profesionales de la comunicación y periodistas, y/u otras organizaciones sociales. Son experiencias que, aunque recientes, han ido construyendo y poniendo a prueba su legitimidad como herramientas para la acción ciudadana (ver, entre otros, Rey, 2003; Solís Leree, 2004).

En Latinoamérica, hay observatorios y veedurías en casi todos los países. En cada sociedad, estas experiencias responden a sentidas necesidades, como la paz interna en Colombia, la democratización luego del fujimorato en Perú, la polarización política en Venezuela, o la recomposición social y política en la Argentina luego de 2001. Los únicos observatorios en Latinoamérica que no surgieron directamente como respuesta a una coyuntura nacional o local particular, sino que intentaron reproducir un modelo externo, fueron los capítulos nacionales de Venezuela y Brasil de *Media Watch Global* (Córdoba, 2008b).

En Latinoamérica, la Veeduría Ciudadana de Comunicación Social de Perú es una experiencia paradigmática de las que ponen el acento en la movilización ciudadana por los derechos de comunicación. Surgió en la década del 90 impulsada por la Asociación Civil Calandria¹⁰⁵, durante la caída del fujimorato en Perú y los intentos de democratización posteriores. Surgió “frente a la certeza de que los medios (...) son factores claves en la legitimación del poder político y del no-poder ciudadano y frente a su influencia en los campos cultural y ético” (Rey, 2003).

¹⁰⁵ Calandria tiene más de veinte años de trayectoria, dirigida por la investigadora y militante Rosa María Alfaro. Impulsó prácticas relevantes en todos los tipos de experiencias aquí considerados.

En tanto, los Capítulos Nacionales de Venezuela y Brasil del Observatorio Global de Medios (MWG por sus siglas en inglés), son el modelo de observatorio que se centra en el análisis de medios y la denuncia de las violaciones al derecho a la comunicación. En cada país, funciona en alianza con universidades y ONGs locales. En Brasil, se destaca, además, la experiencia de la Red ANDI (Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia), ONG fundada por periodistas en 1993 y que en 2003 se extendió por otros países latinoamericanos, con el fin de contribuir a defender los derechos de los niños y los adolescentes. Además, existen observatorios de medios desde mediados de la década del 90 en varias universidades como las de San Pablo y Campinas.

En Colombia, varios observatorios se centran en la cobertura mediática del conflicto armado, en el tratamiento de los derechos humanos y el derecho internacional humanitario, y en las medidas de protección de los periodistas. Entre ellos, se cuentan el observatorio del Centro de Análisis de Información, el Proyecto Antonio Nariño de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, y observatorios en universidades tales como la Javeriana de Bogotá, la Bolivariana, y la de la Sabana. En México, se destaca el Observatorio de Medios de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) desde 2007. Este observatorio se enmarca en el trabajo de AMEDI tendiente a un “desarrollo democrático de las políticas de comunicación”. También hay observatorios en las universidades como la Autónoma de México-sede Xochimilco y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. En Chile, se destaca el Observatorio de Medios de FUCATEL que también genera investigaciones y promueve debates públicos sobre el rol de los medios en la sociedad actual y las políticas de comunicación.

En la Argentina, la primera experiencia de este tipo fue lanzada por la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) en 2002. El Observatorio Político, Social y Cultural de los Medios de la UTPBA apoyó, al año siguiente, el lanzamiento de MWG en el III Foro Social Mundial. Al año siguiente, las carreras de Comunicación Social de las Universidades Nacionales de Buenos Aires, Quilmes y Córdoba impulsaron una Veeduría Ciudadana de Medios de Comunicación de la Argentina, en la línea de la experiencia peruana. En Córdoba, la COMIPREN puso en marcha el Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación en 2007. En 2006 organismos del Gobierno nacional habían creado el Observatorio Nacional contra la Discriminación que fue públicamente conocido en 2008. Ese año, durante los debates sobre la reforma de la ley de radiodifusión, la Universidad Nacional de La Plata lanzó el Observatorio de Medios de la Argentina. Haremos referencia a estas experiencias en los próximos capítulos.

Este análisis crítico de medios, si bien los constituye en herederos de las corrientes que procuraban desmontar la ideología subyacente en los mensajes de los medios, también los diferencia en la medida en que los observatorios y veedurías pretenden mostrar cómo se produce

lo común en los medios de modo contradictorio y complejo, y a partir de una mirada situada y contingente. Con respecto al Defensor del Público o Lector, algunos consideran que, si bien constituyeron una iniciativa con similar orientación (Morales, 2007), terminaron siendo utilizadas para mejorar la imagen de las empresas de medios. En tanto, otros las reconocen como “instancias que podrían posibilitar una participación ciudadana formativa y legitimar la crítica como un ejercicio ciudadano natural” (Alfaro, 2004). Se diferencian también de las propuestas de comunicación alternativa que consideraba central la disputa por la propiedad de los medios para cambiar sus emisores, mensajes, modalidades de expresión y destinatarios legítimos. En estas experiencias, en cambio, se exige a todos los prestadores de servicios de comunicación concebirla como derecho, independientemente de los regímenes de propiedad de medios.

Algunos observatorios realizan monitoreos sistemáticos efectuados con metodologías rigurosas que someten a crítica y contrastación, mientras otros formulan denuncias y/o elaboran ensayos y artículos de opinión. En cualquier caso, estas observaciones son colectivas, pero no representativas, se proponen como lugares de participación. Pertenecen institucionalmente a organizaciones sociales, académicas y/o gremiales¹⁰⁶. El destino de las observaciones es brindar herramientas para que diversos actores sociales tengan mejores instrumentos para comprender el papel de los medios y para reivindicar sus derechos a la comunicación. De este modo, los observatorios pretenden efectuar un aporte para la acción ciudadana, y también para el trabajo periodístico en las negociaciones con editores y dueños de medios, para que la sociedad tenga elementos de juicio para comprender el papel que los medios están jugando hoy y argumentos más rigurosos para sostener sus críticas¹⁰⁷, para que los dueños de medios y periodistas sepan que su credibilidad y legitimidad está en juego, y para que el Estado disponga de más y mejores elementos para diseñar y aplicar políticas de comunicación (Mata, Segura, Sallietti y Simo, 2007).

Sin embargo, los observatorios adolecen de serias limitaciones en sus posibilidades de incidencia, como consecuencia del mismo problema que estas experiencias critican. Las posibilidades de divulgación de los resultados de los observatorios son escasas cuando son los medios comerciales de comunicación masiva los divulgadores centrales y no suelen publicar informes en su contra (Alfaro, 2004). Su accionar también es restringido en países donde las condiciones de trabajo de los periodistas son precarias y sus niveles de formación bajos (Alfaro,

¹⁰⁶ No a las empresas periodísticas, las observadas, pero tampoco a los gobiernos, debido, no a la utopía liberal que sostiene que los medios son los representantes de la sociedad para controlar a los gobiernos, sino, por el contrario, por comprobar que las empresas mediáticas y los gobiernos mantienen relaciones de mutua necesidad y beneficio que los aleja de las necesidades ciudadanas (Alfaro, 2004).

¹⁰⁷ Los públicos “si bien saben de la mediocridad de los medios y los critican duramente, se sienten conectados a ellos culturalmente” (Alfaro, 2004; Mata y otros, 2009). Por eso, los observatorios proporcionan pruebas y argumentos para sustentar una sensación preexistente en la población (Córdoba, 2008a). El problema, por ende, no es de conocimiento, sino la resignada actitud que las personas asumen frente a los medios. “Como si de algún modo los derechos a la comunicación se borrasen ante la condición de público de los medios” (Segura y Mata, 2008).

2004), y donde la acción ciudadana con respecto a los medios y las acciones de crítica a los medios (desde analistas y comentaristas especializados, hasta *Ombudsman*) son casi nulas. Además, gran parte de los observatorios no recibe financiamiento y al ser su trabajo voluntario, se dificulta asegurar la continuidad, regularidad y sistematicidad del trabajo.

Los observatorios y veedurías parten de reconocer la centralidad que en nuestra sociedad tienen los medios de comunicación masivos para la construcción de ideas, valores y opiniones y como una de las principales fuentes de información y conocimiento para grandes sectores de la población. Por eso, consideran que la lucha central es por otro tipo de medios, basados en el derecho a la comunicación como superador de la libertad de expresión, de prensa y del derecho de acceso a la información pública (Mata, Segura, Sallietti y Simo, 2007). Por lo tanto, no sólo analizan los medios, sino que proponen una visión prescriptiva sobre el papel que deberían tener. Como este deber ser está reñido con la lógica mercantil predominante en los medios masivos, los observatorios y veedurías buscan incidir para modificarla¹⁰⁸. Consideran que, dado que la comunicación es un derecho, los medios deben prestar un servicio público, cualquiera sea el régimen de propiedad que tengan; y que los ciudadanos –amparados por el Estado- tienen el derecho de exigirselo. Si bien apuestan a una mayor autonomía entre poder político y mediático (Alfaro, 2004), reconocen al Estado como instancia privilegiada de construcción y regulación de lo público, y la necesidad de su intervención activa tendiente a garantizar el derecho a la comunicación tanto en términos de propiedad (las ondas radioeléctricas) como en términos de acceso (la expresión y la información) (Beltrán Salmón, 2002). Cuando las normativas existentes en cada país no los definen así, la acción de los observatorios tiende a ampliar la vigencia de los derechos a la comunicación. Por eso, muchas organizaciones que desarrollaron observatorios o veedurías de medios también impulsaron reformas legales relativas a radiodifusión.

3.3.3.2. Organizaciones pro-reforma de leyes de comunicación

Otro de los “indicios de la ‘ciudadanización’ de los problemas de la comunicación” (Mattelart, 2005a: 38) son las presiones ejercidas en diversos países con el fin de reformar leyes de radiodifusión. Luego de los avances privatizadores y aperturistas de la década pasada, alianzas de organizaciones de la sociedad civil de varios países latinoamericanos impulsaron reformas democratizadoras del sistema de medios, particularmente durante la segunda mitad de la década. Los logros que alcanzaron se registran en diferentes niveles: en algunos países consiguieron que el derecho a la comunicación fuera incorporado a sus constituciones recientemente promulgadas; en

¹⁰⁸ Algunas experiencias promueven la responsabilidad social de las empresas mediáticas (Alfaro, 2004), mientras otros consideran que esto implicaría aceptar que su condición de organizaciones con fines de lucro justifica la apropiación privada del derecho a la comunicación.

otros, se centraron en la legislación sobre servicios de comunicación audiovisual; mientras que en unos terceros, en la legislación sobre radiodifusión social-comunitaria. En tanto, en otros países, el movimiento por la democratización de las comunicaciones es reactivo y defensivo.

Muchas de las organizaciones que impulsan estas reformas son las que venían sosteniendo experiencias de observatorios y veedurías de medios. Son los casos, por ejemplo, de AMEDI en México y Calandria en Perú, además de los gremios de trabajadores de prensa y las carreras de Comunicación Social en la Argentina. Pasan así de una estrategia defensiva, de seguimiento, crítica y control del respeto a los derechos a la comunicación por parte de los medios de comunicación, a una estrategia propositiva al impulsar iniciativas ciudadanas de reforma del sistema comunicacional en su conjunto. Algunas de estas organizaciones también formaron parte de las campañas continentales e internacionales por los derechos a la comunicación frente a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y en el Foro Social Mundial.

En Argentina, Brasil, Perú y México, organizaciones sociales impulsan reformas de la legislación de radiodifusión en general.

En nuestro país, los 21 Puntos de la Iniciativa Ciudadana presentada en 2004 por la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD) –a los que nos referiremos en los Capítulos 5 y 6– fueron la base de la propuesta de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada por el Congreso de la Nación en 2009. Cabe destacar que, si bien en todos los países mencionados se registran organizaciones que vienen trabajando de modo más o menos articulado por la democratización de las comunicaciones desde los años 70 y 80, la CRD fue la primera alianza de organizaciones, académicos y militantes que elabora una propuesta consensuada para una reforma legal en materia de radiodifusión en Latinoamérica. Le sucedieron luego, entre otras, la Plataforma de Bolivia y el Foro de Ecuador en 2007¹⁰⁹.

En tanto, la ley No 28.278 de radio y televisión de Perú promulgada en 2004 es resultado del debate de 20 proyectos presentados en el Congreso, uno de los cuales fue el de la Iniciativa Ciudadana que la Veeduría Ciudadana de Comunicación Social había elaborado en 2002 y 2003. Fue resultado del esfuerzo de múltiples organizaciones ciudadanas que se movilizaron a partir del año 2000, cuando se comprobó la corrupción de los dueños de los canales de televisión durante el gobierno de Alberto Fujimori en los años 90. “No ha sido, por tanto, poca cosa, que en el Perú se haya logrado en tres años conciliar posiciones y concertar pareceres entre ciudadanos, políticos y empresarios para lograr la promulgación de la primera Ley de Radio y Televisión” (Anaya, 2005: 129). La norma no satisface las expectativas de estas organizaciones sociales, pero puede ser base

¹⁰⁹ Se conformó luego la Coalición por una Comunicación Democrática de Uruguay en 2010. El Foro de Comunicación y Participación Ciudadana de ese país había sido creado en 2004 dos meses después que la CRD en la Argentina, pero no llegó a consensuar una propuesta de reforma legal sino hasta 2010.

de mejores realizaciones en el sector audiovisual. A principios de 2009, la Veeduría, Calandria y el Consejo Consultivo de Radio y Televisión organizaron un debate sobre el anteproyecto de ley de radiodifusión estatal. Reivindicaron que la televisión debía ser pública pero no gubernamental.

En Brasil, el gobierno federal convocó para diciembre de 2009 a la I Conferencia Nacional de Comunicación (CONFECOM) organizada por representantes del sector público-estatal, privado, y social-comunitario, con el fin de debatir y negociar políticas públicas de regulación de las comunicaciones. Si bien ésta fue una iniciativa gubernamental, la Coordinación Ejecutiva del CONFECOM en 2006-2008 estuvo conformada por representantes de los tres sectores.

En México, en 2001 se formó la Mesa de Diálogo de la Sociedad Civil donde, durante nueve meses, se formularon propuestas en materia de medios electrónicos que fueron presentadas en la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de Medios Electrónicos que convocó el Poder Ejecutivo Nacional ese mismo año (Ávila, Calleja y Solís, 2001). La normativa mexicana databa de 1960 y desde hacía una década, académicos y organizaciones sociales –entre las que se destacó AMEDI- impulsaban su modificación. En 2002, presentaron en el Senado mexicano una Iniciativa Ciudadana de Ley para reformar la Ley Federal de Radio y Televisión. Tres años después, habían logrado mucho consenso entre los senadores. Sin embargo, de pronto y en apenas tres meses se aprobó la nueva ley mexicana de radiodifusión que fue conocida como Ley Televisa, en cuyo proyecto -se sospecha- participó la empresa, y que otorga importantes beneficios a este canal y a TV Azteca, el duopolio mediático mexicano. Si bien en 2007 la Corte Suprema de Justicia declaró inconstitucionales los artículos centrales de la nueva norma, tal como quedó, la actual ley de radiodifusión mexicana no varía sustancialmente con respecto a la anterior, por lo que las organizaciones sociales volverían a impulsar la Iniciativa Ciudadana (Segura, 2008).

En Bolivia y Ecuador, organizaciones sociales de comunicación impulsaron y consiguieron que el derecho a la comunicación fuera incorporado en sus nuevas Constituciones Nacionales.

En 2007, ante el ascenso de Rafael Correa a la Presidencia y su convocatoria a una Asamblea Constituyente, organizaciones sociales, comunicadores comunitarios, gremios y académicos evaluaron que contaban con un contexto favorable para proponer una reforma de la ley de radiodifusión y conformaron el Foro Ecuatoriano de la Comunicación. En 2008, el Foro entregó los 14 Puntos Irrenunciables, muchos de los cuales fueron integrados a la nueva Constitución al año siguiente. Ahora, presentaron al Congreso uno de los tres proyectos de ley de radiodifusión en debate. Sin embargo, el gobierno de Correa había encargado la redacción del proyecto a un grupo transnacional vinculado a grupos financieros y propietarios de medios (Nieto, 2009)¹¹⁰.

¹¹⁰ Luego del período considerado en esta tesis, en abril de 2009, a instancias del Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL), se conformó también el Colectivo Ciudadano por los Derechos de Comunicación integrado por representantes de organizaciones sociales, organizaciones no gubernamentales,

En Bolivia, también en 2007, las organizaciones sociales reunidas en la Plataforma por los Derechos a la Comunicación y la Información presentaron una propuesta que fue incorporada en la nueva Constitución del país promulgada a principios de 2009.

En Uruguay, en 2007 las organizaciones que trabajan por el derecho a la comunicación lograron la aprobación por el Congreso de la Nación de una ley de radiodifusión comunitaria, modelo en la región. La nueva ley uruguaya es “ejemplar” tanto con respecto a los procesos institucionales y discusiones públicas sobre la base de las cuales se construyó, como al reconocimiento de los derechos y garantías para el sector comunitario. En este sentido, “recoge las mejores experiencias de legislación en la materia a nivel mundial” (Monje, 2008). La ley establece que un tercio de las frecuencias disponibles deberán concederse a medios comunitarios; define a las radios y televisiones comunitarias como “servicios de interés público independientes del Estado, proporcionados por asociaciones civiles sin ánimo de lucro”; y fija pocas restricciones para calificar a un medio como “comunitario” y concederle el derecho a emitir (Hervieu, 2007). Enseguida, las organizaciones de la sociedad civil uruguaya que habían participado de este proceso, iniciaron debates públicos sobre políticas de radiodifusión (Gelves, 2008)¹¹¹. En Chile y Paraguay, las asociaciones de radiodifusores comunitarios son centralmente reactivas¹¹².

Del mismo modo que las acciones transnacionales, continentales y nacionales antes analizadas, las propuestas de reformas de leyes de radiodifusión se centran en el derecho a la comunicación como superador de las libertades y derechos vinculados a ésta, 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. También recuperan así los postulados de las luchas por democratizar las comunicaciones desarrolladas desde hace 40 años: acceso, participación, servicio público, libertad y diversidad, equidad y equilibrio en los flujos. Las propuestas actuales, sin embargo, problematizan también las nuevas condiciones de producción de valor de la comunicación, el orden público internacional sobre derecho a la información y los desarrollos tecnológicos. Desde esta perspectiva, se plantea la necesidad de repartir en tres tercios las ondas de radio y televisión entre los medios estatales y gubernamentales, los sin fines de lucro y comunitarios, y los

asociaciones de gobiernos locales, universidades y organizaciones ciudadanas, académicas, organismos internacionales de desarrollo y especializados en comunicación, representantes de medios comunitarios, privados y públicos, asambleístas. Meses después, en julio de ese año, estos colectivos se integraron junto a otros en la Coordinadora Social de la Comunicación. Elaboraron los “10 Puntos para una ley de comunicación democrática en Ecuador” y más adelante presentaron sendos proyectos de nueva ley de radiodifusión al Parlamento.

¹¹¹ Este proceso alcanzó su punto cúlmine en diciembre de 2010 cuando la Coalición por una Comunicación Democrática de Uruguay presentó una propuesta de 16 Puntos para una nueva ley de radiodifusión en vistas a que el Gobierno nacional está elaborando un proyecto de ley de telecomunicaciones.

¹¹² En 2010 en Chile diversas organizaciones, entre las que se cuenta el Observatorio de Medios de FUCATEL y la Fundación Friedrich Ebert, impulsaban el debate sobre los proyectos de ley de televisión digital terrestre.

comerciales, para asegurar el acceso equitativo de todos los sectores sociales al espectro radioeléctrico, que debe ser administrado por los Estados.

3.3.3.3. Periodismo público o cívico¹¹³

Para hacer frente a la doble crisis de representación política y de credibilidad mediática, desde fines de los 90 se comienza a experimentar con nuevas modalidades periodísticas tendientes a estimular una mayor participación ciudadana tanto en la producción de la información como en los asuntos públicos, y a mejorar el vínculo entre periodistas, públicos/ciudadanos y representantes políticos. El periodismo público o cívico fue una de ellas. Se desarrolló inicialmente en los Estados Unidos a fines de los 80 y luego se difundió en algunos países de Latinoamérica desde mediados de los 90, donde adoptó rasgos particulares.

El *civic* o *public journalism* replantea la función de la prensa en relación con la construcción de ciudadanía. Comenzó a desarrollarse en vinculación a la crisis de la prensa estadounidense en tres niveles: económico por la caída en las ventas; tecnológico por el aumento de la oferta informativa en *internet*; y de credibilidad porque los ciudadanos perdieron confianza en los medios y los consideraron parte del problema político, entre otras (Rosen, 1996). En 1988, ante al disgusto de muchos ciudadanos y algunos periodistas por la cobertura mediática de la campaña en vistas a las elecciones presidenciales (Bustos, 2000), Davis “Buzz” Merrit, periodista del diario *Wichita Eagle* de Kansas, propuso realizar coberturas periodísticas centradas en los ciudadanos y no en los políticos y profesionales de los medios. La primera experiencia, *Your vote counts*, se desarrolló en 1990 en ese diario. Entre 1994 y 2001, la quinta parte de los diarios norteamericanos realizó alguna experiencia con esta modalidad. El 75% de estos proyectos fueron realizados por diarios regionales con un promedio de 250 mil ejemplares o menos de tirada (Friedland y Nichols, 2002).

El periodismo cívico llegó a varios países de Latinoamérica a fines de los 90, a partir de un proceso de difusión promovido por organismos gubernamentales, fundaciones empresarias y periodistas. En la región, fue implementado por organizaciones sociales y académicos en alianza con empresas de medios masivos de comunicación. Las primeras adaptaron los mecanismos de construcción de agenda ciudadana que se difundían desde Estados Unidos y los segundos difundían y extendían el debate público. Para ello se recurrió a la puesta en marcha de sondeos abiertos de opinión, paneles de debate, entrevistas en profundidad, investigaciones especiales y presentaciones públicas de agenda. De este modo, los medios de comunicación en estos países fueron interpelados para repensar sus rutinas de producción informativa.

¹¹³ En este apartado se tiene en cuenta el desarrollo realizado por Sallietti y Casas, 2009.

Las experiencias pioneras fueron desarrolladas desde 1999 en Colombia por la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. En 1996, los redactores del diario El Tiempo impulsaron conjuntamente con la universidad la primera experiencia de esta modalidad en Colombia. En 1997 comenzó Voz y Voto, un proyecto con miras a abrir un debate público ante la elección de Alcalde Mayor de Bogotá. La universidad cuenta con el apoyo financiero de la Embajada de los Estados Unidos y del proyecto Comunicación y Ciudad auspiciado por la UNESCO.

Del mismo proyecto de la UNESCO, forma parte Voces Ciudadanas, una experiencia de periodismo cívico realizada por la Asociación Civil Calandria de Perú desde el año 2000. Es considerada la experiencia de periodismo cívico más exitosa y duradera de América Latina. A partir del objetivo de “replantear el rol de la comunicación y el periodismo en la construcción de lo público-democrático”, Voces Ciudadanas abarcó diversos temas de interés colectivo y buscó promover la participación ciudadana y convertir a los medios de comunicación en escenarios para el debate. Entre los años 2003 y 2005, Calandria utilizó estrategias de periodismo cívico al implementar encuestas nacionales y promover debates para elaborar “agendas ciudadanas” de temas que luego eran entregadas a candidatos y funcionarios. Paralelamente, inició en América Latina un trabajo de capacitación a periodistas y otros grupos.

En la Argentina, como ya se mencionó en el Capítulo 2, fue el diario La Voz del Interior, el más antiguo y más leído de la provincia de Córdoba, el que desarrolló la primera experiencia de periodismo cívico del país a fines de los 90.

La aplicación de las técnicas y estrategias ligadas al periodismo cívico que se hizo en Latinoamérica es diferente de la realizada en los Estados Unidos (Miralles, 2002). A saber:

- En lugar de impulsar el “autogobierno ciudadano”, se demanda un Estado más fuerte. Esta idea de lo público establecería un sistema de garantías a la ciudadanía que puede favorecer un ambiente deliberativo en términos de libertad de expresión, pero también de seguridad y protección y la posibilidad de recurrir al Estado y encontrar respuesta (13).
- Los proyectos latinoamericanos se desarrollaron en ciudades grandes, con temas de gran alcance. El debate sobre políticas urbanas se convirtió en el elemento central, privilegiando el diálogo ciudadano a pesar de que las convocatorias a veces fueron masivas desde medios situados en posiciones de poder en el espacio público mediático (13).
- La agenda ciudadana no se orienta a que el ciudadano resuelva los problemas, sino a la construcción de deliberación en la esfera pública a través de estrategias de participación. Se pretende construir comunidad y no meramente públicos que provean temas y enfoques.
- Se preocupa por la calidad de ese debate, busca escuchar y entender mejor las perspectivas de la ciudadanía, aunque no esté articulada institucionalmente. En la formación de opinión

pública el periodismo cívico haría su aporte a la democracia. Para ello, recurre a nuevas estrategias de información, comunicación y a nuevos formatos (64-65).

3.3.3.4. Periodismo ciudadano o participativo y activismo en la red

Otra de las nuevas modalidades periodísticas que procuran vías de democratización de la comunicación mediática, fue el denominado periodismo ciudadano o participativo¹¹⁴. El también llamado periodismo 3.0¹¹⁵ postula las herramientas digitales como motores de la socialización de la información. En esta modalidad periodística, los usuarios participan en la elaboración del mensaje informativo, a través de *blogs*, foros y “medios hiperlocales”¹¹⁶. En Córdoba en 2006 se pusieron en marcha *Sosperiodista*, medio de comunicación digital que se autodefine como periodismo ciudadano, e *Indymedia-Córdoba*, experiencias que se analizarán en el Capítulo 5.

Las condiciones que hicieron posible el surgimiento de este tipo de periodismo son, fundamentalmente, el incremento de la actividad de los usuarios en *internet*, y la emergencia de mercados publicitarios locales con los que se hizo posible mantener estos medios (Varela, 2004).

Los elementos definatorios del periodismo 3.0 son: en primer lugar, la irrupción de los ciudadanos en el espacio público para informar y comentar, reduciendo la intermediación para entrar en contacto más directo con la fuente y los hechos; el rechazo de una concepción tradicional de objetividad periodística y su reemplazo por la manifestación de la subjetividad y el uso de la primera persona en el relato; además, la sustitución del patrón unidireccional de la comunicación por uno interactivo (Varela, 2004). Por lo pronto, estas nuevas maneras de comunicarse ya están forzando algunos cambios en la prensa convencional.

El periodismo participativo en la *web* aparece como un nuevo modo de vigilancia y control de calidad sobre el trabajo de los periodistas en la medida en que cada usuario “aún cuando regrese a su sillón de consumidor de información (...) [t]iene elementos para evaluar el producto que se le ofrece desde una perspectiva distinta” (lavaca, 2006: 39). En *internet*, “el usuario tiene acceso a información más compleja y puede contrastar” al tener acceso a “*blogs*, correos electrónicos, y distintos sitios que le dan un panorama informativo amplio donde el periodista no posee el monopolio de la expresión pública” (Ronderos y Fogel, 2006).

¹¹⁴ Se emplean también expresiones más descriptivas como “periodismo digital” o “ciberperiodismo” (Quiroga, 2009: 12-15), para diferenciarse de quienes saludan con optimismo la explosión de voces en el espacio virtual. El colectivo argentino lavaca (2006), por ejemplo, sostiene que esto culminará con “el fin del periodismo”.

¹¹⁵ El término fue acuñado por el periodista Dan Gillmor tras la reacción de la “blogósfera” y los medios sociales a los atentados en Nueva York el 11 de Septiembre (Varela, 2004).

¹¹⁶ “Los medios ciudadanos hiperlocales pretenden convertir a los propios vecinos en productores de la información más pegada a la vida e intereses cotidianos de la comunidad. (...) llegar allá donde los medios tradicionales no pueden extender su cobertura informativa (...) dirigidos a nanoaudiencias con la esperanza de establecer un sistema de información conversacional y en red...” (Varela, 2004)

En casos extremos como atentados terroristas, catástrofes naturales, guerras o rebeliones, los *blogs* se convirtieron en una inestimable fuente de información para los periodistas y medios tradicionales. Así lo entendieron los medios británicos el 7 de junio del 2005 ante los atentados en Londres: la *BBC*, *The Guardian* y *The Times* hicieron un llamamiento a los ciudadanos para que contaran sus historias y enviaran sus fotos o videos. También están siendo usados como fuentes de información local no sólo por sitios de reporteros de su localidad, sino por diarios y agencias de noticias que procuran incorporarlos de modo permanente.

Están incidiendo asimismo en los modos de expresión del periodismo tradicional. En su intento de acomodarse a los nuevos tiempos, los medios convencionales que tienen versión digital incorporan *blogs* de sus periodistas en ocasión de coberturas especiales, como una modalidad de expresión más informal, subjetiva y de color.

Estos nuevos modos de comunicación tienen particular relevancia al intentar mostrar la información que los medios tradicionales invisibilizan, ocultan o minimizan. Así, ante los atentados del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos y luego, ante la invasión a Irak, los llamados *warlogs* se convirtieron en fuente de información alternativa a la oficial.

Las TICs son utilizadas también como novedosos modos de comunicación en nuevas formas de activismo social y político, entre cuyos pioneros se cuentan los grupos antiglobalización que se movilizaron en Seattle en 1999. Fueron usadas también en la convocatoria a las manifestaciones contra el manejo de la información que el gobierno de José María Aznar había hecho sobre el atentado del 11 de marzo de 2004 en Madrid (Varela, 2004). En Latinoamérica, a mediados de la década del 90 el activismo en la red del Ejército Zapatista de Liberación Nacional se convirtió en paradigmático (León, Burch y Tamayo, 2005a: 17). En el siglo XXI, se destacó la expansión del “uso ciudadano de *internet*” en la Argentina durante la crisis de 2001-2002 (Levis, 2002) y en Venezuela durante el golpe de Estado contra el presidente Hugo Chávez en 2002 (Padilla, 2010).

Sin embargo, las nuevas tecnologías de socialización virtual permiten extender vínculos de afinidad débiles, que pueden incidir en la corrección de algunos aspectos del sistema, pero son ineficaces para cuestionarlo. “El activismo que enfrenta al *statu quo* —que ataca problemas de raíces profundas- no es para flojos. El activismo de alto riesgo es un fenómeno de lazos fuertes” (Gladwell, 3/10/10). Las plataformas de las redes sociales permiten difundir innovaciones e información, y son efectivas para incrementar la participación cuando ésta no requiere un alto nivel de motivación. Además, el activismo que desafía al *establishment* requiere organización jerárquica, estrategia y disciplina, mientras que las redes son desordenadas y toman las decisiones por consenso. Al mismo tiempo, “[e]sta estructura hace que las redes sean enormemente resistentes y adaptables en situaciones de bajo riesgo” (Gladwell, 3/10/10).

Aunque Lavaca (2006: 36) sostiene que “el problema no es el patrón” (la forma de organización de la producción de un medio), sino el diseño de otro modelo de comunicación, la propiedad y el acceso a los medios siguen siendo centrales para la libertad de expresión.

Por un lado, las corporaciones multimedia están facilitando la expansión de las redes autónomas y horizontales de comunicación digital, porque “reconocen su potencial comercial”: “El contenido generado por los usuarios y la acción social autónoma son ahora componentes fundamentales de la red global de comunicación”. No obstante, “para poder aprovechar este reservorio de clientes activos, deben respetar la cultura específica de estos nuevos media”: no deben disminuir demasiado la libertad de expresión y tienen que limitar sus intromisiones en la privacidad de los usuarios (Arsenault y Castells, 2008: 743-744)¹¹⁷.

Por otro lado, el periodismo ciudadano tiene serias limitaciones en países como la Argentina donde a mediados de la década accedía a *internet* sólo el 35 por ciento de la población (Monje, 2007a: 74). Además, la brecha digital se manifiesta no sólo en el acceso al medio, sino también en las competencias necesarias para utilizarlo.

Además, a pesar de los logros que ya pusieron en cuestión el monopolio de la intermediación pública que ejercían los medios de comunicación masiva, la multiplicación de posibilidades expresivas no alcanza para asegurar el pluralismo si no se garantiza que esas diversas voces se escuchen y tengan posibilidades de generar algún impacto (Segura, 2007: 77). “Las redes sociales hacen que sea más fácil para los activistas expresarse, y más difícil que esa expresión tenga un impacto” (Gladwell, 3/10/10). La capacidad de incidencia plantea entonces la cuestión del poder:

En España, el poder de la opinión está concentrado: sólo un par de periódicos y un par de radios tienen verdadera influencia (...). El peor becario de *Wall Street Journal* se rasca el sobaco y tiemblan 100 empresarios en nuestro país. En el otro campo, cuando uno de los *bloggers* españoles más influyentes tiene un mal viaje y denuncia la actitud de la aerolínea con la que viajó, no pasa nada. (...) La información no es una democracia, la información es poder, y todo el mundo lo quiere. (Monjas citado por Fernández y Moyano, 2006)¹¹⁸

3.4. Las federaciones académicas

En consonancia con los nuevos tiempos, en los estudios de comunicación de la primera década del 2000, se verifica una renovada preocupación por el nexo entre comunicación y política, la continuación de las reflexiones sobre comunicación alternativa y hegemónica y

¹¹⁷ La traducción es nuestra.

¹¹⁸ En los años siguientes al período aquí considerado (2009-2010) en algunos países de Latinoamérica como Argentina y Brasil, *bloggeros* se organizan en movimientos y se manifiestan en el espacio público urbano, participan en las disputas por la redefinición de las normas que regulan el sistema de comunicación masiva, se alinean con las fuerzas políticas gobernantes de cada país, y realizan acciones de contrainformación (Lacerda, 2010; Romero, 2009).

comunicación para el desarrollo, y un renovado interés por los estudios de economía política de los medios. De este modo, ante la crisis del modelo neoliberal en los países latinoamericanos, los investigadores en comunicación retoman las discusiones económicas y políticas de los años 70.

Desde los años 90 se registraba un resurgimiento de los estudios de economía política de la comunicación. A principios del nuevo milenio, ya funcionaban los grupos de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (EPTIC) en ALAIC, en la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (INTERCOM) y en la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (IAMCR/AIECS/AIERI por sus siglas en inglés, español y francés). En 2002, se conformó la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) con el fin de facilitar la organización del campo académico de los estudios sobre comunicación, información y cultura, en la perspectiva crítica de la Economía Política. El año anterior, en el Primer Encuentro de Economía Política de la Comunicación del MERCOSUR se había firmado la “Carta de Buenos Aires” que impulsaba su creación. Allí se sostiene que este “conjunto de enfoques críticos y heterodoxos, contrapuestos al llamado ‘*main stream*’” ha sido “un tema marginado hasta hace muy poco tiempo”.

Este documento sintetiza el diagnóstico que hacen estos investigadores sobre las transformaciones de la comunicación a principios del siglo XXI: el papel central de las tecnologías de la información y la comunicación en la producción y en la vida social; la “brutal concentración y centralización” de las empresas de comunicación “apoyad[a]s por el poder estatal”; estudios de comunicación predominantemente “tecnocráticos e instrumentales”; formación inadecuada de profesionales; y acción política carente de sustento teórico. Manifiesta también el compromiso de estos investigadores con “las posibilidades liberadoras y de bienestar” que abren las TICs pero que son restringidas por “el sistema económico y de poder que llevó a esos desarrollos”, y con los “actores no hegemónicos que podrían presentar una alternativa democrática y progresista de los sistemas de comunicación” (Carta de Buenos Aires, 2001).

Por otra parte, en 2001, se conformó la Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y la Comunicación (AIDIC) integrada por abogados del área de casi todos los países de la región e impulsada –y financiada en gran medida– por la Konrad Adenauer Stiftung (KAS)¹¹⁹. Produce investigaciones y análisis sobre el estado de los derechos a la comunicación en Latinoamérica y procura contribuir a la conformación del Derecho de la Información y la Comunicación en tanto corpus de derecho positivo, jurisprudencia, convenios colectivos,

¹¹⁹ La fundación alemana KAS es, junto con la FES, uno de los principales organismos de cooperación internacional que financian proyectos de comunicación en Latinoamérica. El Programa Regional de Medios de Comunicación y Democracia en América Latina tiene sede en la Argentina, donde KAS trabaja desde hace 35 años. La KAS se creó en 1955 con el nombre de Sociedad para la Educación Cívica Democrática y Cristiana, y once años después adoptó el nombre del primer canciller de la República Federal de Alemania y uno de los impulsores de la Unión Europea.

tratados internacionales y reglamentaciones nacionales diversas que estructuran y dan soporte al derecho a la información y la comunicación (Rodríguez Villafañe E, 2008: 1; Loreti, 2005: 12-13). El representante argentino es cordobés y la presidió: Miguel Julio Rodríguez Villafañe, quien lograría la declaración de inconstitucionalidad del artículo 45 de la ley de radiodifusión 22.255.

Los debates sobre el vínculo entre comunicación, democracia y ciudadanía específicamente, también comienzan a hacerse presentes en esos años en la academia.

Se convirtió en uno de los ejes centrales de reflexión en los Encuentros de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), instancia de consagración y legitimación de perspectivas en el área. En el X Encuentro realizado en Sao Paulo, Brasil, en 2000, uno de los ejes fue “Comunicación, ethos y construcción de ciudadanía”; y en el siguiente, en San Juan, Puerto Rico, en 2003 el lema fue “Comunicación, democracia y ciudadanía”. Este encuentro, fue seguido por encuentros nacionales de facultades de comunicación que pusieron en discusión similares problemáticas (Mata y otros, 2005). En 2006, el XII Encuentro realizado en Bogotá, Colombia, tuvo como lema “Ciudadanías de la Incertidumbre. Comunicación, poder y subjetividad”. La misma preocupación se refleja en la revista *Diálogos de la Comunicación* de FELAFACS: en el N° 57 de 2000 se estimulan reflexiones sobre la articulación comunicación y política en torno a los ejes: Estado, ciudadanía y modelos sociales; en los números 64 y 65 de 2002 y en el 68 de 2005 se otorga relevancia al vínculo entre comunicación y ciudadanía en artículos de Mata, Buonanno, Alfaro y Krohling Kunsch; y el N° 75 de 2007 fue dedicado a ponencias del XII Encuentro sobre “Ciudadanías de la Incertidumbre”.

También cobró relevancia en ALAIC cuando a mediados de la década del 90 se constituyó el grupo de trabajo “Medios comunitarios y ciudadanía”. Entre las producciones de cada universidad, se destacan las publicaciones de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá (*Revista Signo y Pensamiento* N° 38; Rodríguez, 2003; Pereira y Villadiego, 2004), de la Universidad Autónoma de México-sede Xochimilco (Winocur, 2002), y del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) de Guadalajara, México, donde trabajan Rossana Reguillo y Jesús Galindo Cáceres¹²⁰.

Las investigaciones y debates académicos se produjeron, en muchos casos, en alianza con organizaciones de la sociedad civil y entidades de cooperación internacional. Un ejemplo de estas alianzas es el trabajo realizado por el Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la FES que financia investigaciones, eventos y publicaciones. Algunos de los ejes temáticos que promueve son: comunicación y política, comunicación ciudadana y el derecho a la

¹²⁰ Estos desarrollos teóricos del vínculo entre comunicación y ciudadanía en los últimos años en Latinoamérica, pueden agruparse, de acuerdo con Mata (Mata y otros, 2007b), en tres dimensiones: en relación con la política y la democracia, el espacio público urbano, y el espacio público mediático (Ver Segura, 2008: 705-723).

comunicación, medios y libertad de expresión, y comunicación y seguridad ciudadana. Entre sus últimas publicaciones sobre políticas de comunicación, se destacan sobre la relación Estado-medios de comunicación, Rincón, 2010; sobre agenda de debates sobre comunicación, Martín Barbero, 2009; sobre medios públicos en la Argentina, Amado, 2010; sobre comunicación ciudadana y derecho a la comunicación, Rincón, 2007 y Rodríguez, 2008.

3.5. Las asociaciones gremiales

La Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), la asociación gremial de la región más tradicional, fundada en 1976, participó junto a otras organizaciones de la sociedad civil internacional en los debates preparatorios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, aunque no tuvo un rol protagónico —que estuvo reservado a las redes de comunicación antes mencionadas—. En 2004, se creó la Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe (FEPALC) en el seno de la Federación Internacional de Periodistas (FIP). Las dos entidades dieron apoyo y seguimiento a los procesos de discusión de los proyectos de reforma de las leyes de radiodifusión en cada país que las integra, entre ellos la Argentina.

La FELAP es presidida por el argentino Juan Carlos Camaño, y el gremio nacional que más gravitación tiene en ella es la UTPBA (no así el CISPREN), donde tiene una de sus sedes. En tanto, la FATPREN es el miembro argentino de FEPALC, pero no integra su Comité Ejecutivo.

La FELAP ha procurado impulsar el debate sobre la Sociedad de la Información, con debates sobre el trabajo del periodista en el marco de la producción de hegemonía y la globalización, y de la democracia y las disputas político-ideológicas. Con este fin, organizó el Seminario Internacional “Del nuevo orden informativo a la sociedad de la información” en Buenos Aires en 2004. Ante la tensión existente entre los medios masivos de comunicación y los movimientos sociales, a causa de las restricciones sufridas por estos últimos en su derecho a comunicar, la FELAP resalta la diferencia entre el periodista y “su patrón”, el dueño del medio para el que trabaja (Comité Ejecutivo, 2004). Impulsa las prácticas de comunicación alterativa y alternativa, y “comunicación contracultural”. En esta línea, organizó el Primer Encuentro de Medios Alternativos en Centroamérica. FELAP trabaja en “la resistencia al capitalismo en su etapa neoliberal”, en consonancia con los movimientos sociales, y vincula las agresiones a periodistas con la existencia de sociedades desiguales (Comité Ejecutivo, 2004).



Mobilizaciones 2001- 2002



Mobilizaciones 2001- 2002



Diario Comercio y Justicia



Radio Revés



SOS País



Cordobanexo



Prensared

Capítulo 4

La expansión del modelo alternativo en Córdoba (2001- 2003)

Capítulo 4

La expansión del modelo alternativo en Córdoba (2001-2003)

...la historia humana se vuelve cada vez más una carrera entre la comunicación y la catástrofe. El uso pleno de la comunicación en todas sus variadas formas es vital para asegurar que la humanidad tenga más que una historia: para asegurar que nuestros hijos tengan un futuro. (MacBride, 1987: 18-19)

A partir del año 2001 y hasta 2009 se multiplicaron en Córdoba -y en otras grandes ciudades del país- medios alternativos, veedurías y observatorios de medios, alianzas entre organizaciones para controlar la vigencia de los derechos de comunicación o para impulsar reformas legales en el área y colectivos de militantes que ofrecían servicios de comunicación a organizaciones sociales. Desde entonces, la comunicación comienza a aparecer como una problemática de creciente importancia en la agenda pública tanto gubernamental como de los movimientos sociales.

Estas prácticas que propusieron diferencias –de adaptación o ruptura- con respecto a lo dominante en el campo, constituyeron opciones realizadas por los agentes que las produjeron, en el marco de las luchas por la definición de las reglas de juego en el campo de la comunicación mediática. En la aproximación que proponemos es necesario, además de analizar las características específicas de las prácticas producidas e identificar sus recurrencias y variaciones, establecer las condiciones objetivas que hicieron posible su emergencia, los intereses generales a partir de los cuales se constituyeron y consolidaron, las transformaciones de esas condiciones a lo largo de los años en relación con el proceso social global de la sociedad argentina en el período estudiado, y reconstruir las posiciones y trayectorias de los agentes que las produjeron.

En este Capítulo abordaremos el análisis de las recurrencias y variaciones registradas en las tomas de posición de las organizaciones sociales en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en Córdoba entre el año 2001 y marzo de 2003. En esta etapa la mayor parte de ellas produjeron medios alternativos y cooperativos ligados a la intensa movilización social del período (Radio Revés, Comercio y Justicia, Cordobanexo, Prensared e Infored), también propusieron asesoramiento en prensa a organizaciones sociales (SOS País, Comunicadores Solidarios) y produjeron algunos planteos sobre comunicación pública (ADCS).

En primer lugar, reconstruiremos sus condiciones objetivas de producción: las características de la movilización social y de la crisis económica y política general del período por un lado, y las posiciones y tomas de posición de los agentes colectivos participantes del sistema de relaciones por el otro. En segundo término, caracterizaremos las tomas de posición de las organizaciones sociales y medios alternativos de Córdoba antes mencionados, a partir del análisis discursivo de

sus documentos fundacionales y, de modo complementario, del examen de sus modos de intervención, de organización institucional y económica. Finalmente, estableceremos la relación entre las prácticas analizadas y su lugar de producción: la competencia de los agentes que las produjeron y las condiciones sociales que se volvieron operantes en el proceso de realización de estas opciones, en el horizonte de luchas por la definición de lo valioso en el campo.

4.1. Las condiciones de emergencia

Para comprender/explicar las recurrencias y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones sociales en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en Córdoba entre 2001 y 2003, a nivel de contexto, procuramos responder aquí al interrogante sobre cuáles fueron las condiciones del proceso social global que hicieron posible la emergencia de las prácticas analizadas en el sistema de relaciones comunicacional y cuáles, los intereses generales imputables a las posiciones de sectores o grupos sociales.

Durante las intensas movilizaciones que caracterizaron a este período, se multiplicaron los colectivos “contraculturales” que vinculaban arte y política (Longoni, 2005; Svampa, 2008a) y, particularmente, las experiencias organizativas que impulsaban otro tipo de comunicación y la progresiva inclusión de la cuestión comunicacional en la agenda de la sociedad civil.

¿Por qué cobra relevancia la comunicación en estos años, por qué es el sector social en particular el que desarrolla tal cantidad de experiencias de intervención en comunicación en este período y por qué optan predominantemente por estrategias alternativistas? En estos años resulta a primera vista paradójico que, justamente durante una crisis material en la que estaban en juego las condiciones objetivas de existencia de la mayoría de la población, es cuando la cuestión comunicacional, cultural, simbólica, adquiere mayor relevancia en las reflexiones y las prácticas.

4.1.1. Crisis, piquetes y cacerolas 1

La Argentina inició el siglo XXI con el estallido de una crisis estructural de la economía que expulsó de la matriz productiva a millones de trabajadores y elevó los índices de pobreza, y una fenomenal crisis del sistema político, un “colapso de la confianza pública en el país” (Novaro, 2002: 9-30 y 31-106; Mocca, 2002: 253-288). Las nuevas condiciones favorecieron la mayor visibilidad de los movimientos sociales existentes, particularmente de las agrupaciones piqueteras, y potenció la emergencia de otras formas de auto-organización social: asambleas barriales, clubes

de trueque, grupos de ahorristas, cartoneros, fábricas gestionadas por sus trabajadores, colectivos contraculturales y de contrainformación o comunicación alternativa. Estas nuevas organizaciones, según Svampa (2008a: 117-118), expresaron “el mandato destituyente” de las jornadas de diciembre de 2001 —expresado en la consigna “¡Que se vayan todos y que no quede ni uno solo!”— e impulsaron un corrimiento a favor de la política como una dimensión originaria de lo social.

Córdoba fue una de las tres ciudades de la Argentina —junto con Rosario y Buenos Aires— donde más se desarrollaron las asambleas barriales a partir de diciembre de 2001. Entre febrero y marzo de 2002, se crearon alrededor de veinte asambleas cuyo número, a fines de año, disminuyó a cerca de diez. “Sin embargo, (...) la actividad desarrollada hacia el interior de los barrios fue intensa y, en algunos casos, aumentó la cantidad de participantes” (Cabral, 2004: 1). Mientras tanto, durante la primera mitad del 2002 se desarrollaron dos cacerolazos con frecuencia estable: frente al Patio Olmos en el centro de la ciudad y en la Avenida Rafael Núñez en la zona norte¹²¹. Estas protestas eran masivas, tenían diversidad de demandas y sumaron a diversos actores (Cabral, 2008: 6). Surgieron y se multiplicaron también los clubes de trueque. A mediados de 2002 calculaban que, a los cuatro o cinco nodos preexistentes en la ciudad, en el curso de ese año se habían sumado unos 40 nodos nuevos. La participación tendía a crecer en todos los sectores sociales (consultora Delfos citada en Desafíos Urbanos No 37, jun./jul. 2002: 41).

Muy ligados a esta movilización barrial, ese año se registraron múltiples foros, asambleas y redes de la sociedad civil: el Foro de la Esperanza impulsado por el Arzobispado de la Iglesia Católica de Córdoba, coordinado por el presidente de la Pastoral Social —quien dirigía FM Libre, emisora parroquial integrante de FARCO—; escritores e intelectuales cordobeses participaron del “Manifiesto a la Nación” impulsado por Mempo Giardinelli; la Red Ciudadana Principio del Principio (Tobal E, 2008: 6-10) promovida desde diciembre de 2001 a nivel nacional por la ONG Poder Ciudadano —que integraría inicialmente la Coalición por una Radiodifusión Democrática—, cuyos miembros en Córdoba provenían de fundaciones y ONGs; el Foro de Instituciones de Promoción y Desarrollo que nucleaba a las ONGs, entre ellas a CECOPAL, responsable de Radio Sur; la Red de Voluntarios de Córdoba integrada desde noviembre de 2001 por trabajadores de la educación y la cultura; entre otros (Desafíos Urbanos, jun./jul. 2002).

Además, a comienzos de 2002, estaban activas en Córdoba cuatro organizaciones piqueteras: la Federación Tierra y Vivienda de la CTA y la Corriente Clasista y Combativa de la “línea sindical” (Svampa y Pereyra, 2003: 58), el Polo Obrero ligado al Partido Obrero de la “línea

¹²¹ A partir de los cacerolazos del centro, el gremio de empleados municipales impulsó junto con otras organizaciones la revocatoria del mandato del ex intendente Germán Kammerath y, a partir de las movilizaciones en zona Norte, se constituyó la asamblea del Cerro de las Rosas (ver Tobal E, 2008: 6-10).

partidaria” (63), y el Movimiento Territorial Teresa Rodríguez¹²². El “desocupado” es un actor “que no tiene un ‘lugar’ en la sociedad y que por ello mismo aparece, en primera instancia como ‘irrepresentable’”, pero se tornó visible “en una dimensión dramática nunca vista en nuestra sociedad, a costa de la exposición del propio cuerpo en las rutas” (54).

En este sentido, uno de los factores que incidieron en la mayor importancia atribuida a la comunicación en esta época fue el hecho de que las protestas de estas organizaciones se orientaran más hacia el espacio público (marchas, cortes, cacerolazos, escraches, etc.) que hacia la puja corporativa (paros, huelgas) (Schuster y otros, 2006: 38 y 47-49). Además, si bien no hubo mayor cantidad de protestas que en la década anterior, éstas tuvieron mayor impacto político, lo que se vincula con su dimensión comunicacional. En esos años, “el impacto político de la movilización social parece estar más vinculado con las distintas formas de expresión del reclamo en el espacio público que con el peso relativo [y las trayectorias] de las organizaciones en el sistema político” (17), y se incrementó con “la emergencia de nuevos actores, la formulación de nuevos problemas y la elaboración de nuevas estrategias discursivas en relación con problemas preexistentes” (61). Es decir que las protestas que tuvieron mayor impacto fueron las que asumieron diversos modos de visibilización en el espacio público y que demostraron mayor capacidad de incidencia para modificar los criterios de valoración del sistema político nacional y de los tópicos que son definidos como “públicos”¹²³.

Efectivamente, a partir de diciembre de 2001, cobró relevancia la posición de quienes impulsaban cambios en los criterios de valoración política al poner el acento en la política como dimensión originaria de lo social, en la democracia asamblearia, horizontal y no delegativa¹²⁴. En relación con esta disputa, se pusieron en cuestión también los criterios de valoración de la relación entre comunicación y política. Ante la crisis de las políticas neoliberales y de la democracia representativa, la comunicación se tornó necesaria para disputar nuevos sentidos y definiciones del orden social común. La emergencia de nuevos actores socio-políticos conllevó la necesidad de disputar la visibilidad y los sentidos de la propia identidad y de las demandas para la presentación en el espacio público también mediático. El modo de organización y práctica política asamblearia, horizontal y no delegativa, implicó la necesidad de articular prácticas en red

¹²² En Córdoba no se registraban entonces los intentos de articulación que habían caracterizado a las dos primeras asambleas piqueteras nacionales realizadas en La Matanza en julio y septiembre de 2001.

¹²³ La performatividad política de una protesta –en términos de la teoría de la acción colectiva– remite a “la capacidad inherente a toda enunciación pública de redefinir las reglas y los recursos que constituyen el campo simbólico dentro del cual se produce y se reconoce” (Schuster y otros, 2006: 8).

¹²⁴ Smulovits (2004: 81-84) sostiene que el “malestar en la relación de representación” que da lugar al surgimiento de estos movimientos que cuestionan la autoridad de los representantes, es introducido por la irrupción del ciudadano como “actor líbero de la política” que pretende incidir en ella y tiene reclamos sobre ella, pero entiende que “su legitimidad para exigir y ser parte no depende de la masividad de su voz”, sino que se encuentra fuera del vínculo representativo, por lo que “toda autoridad representativa que desconozca su petición se vuelve cuestionable”.

con otros semejantes para construir poder “desde abajo”¹²⁵. Todo esto hizo que las organizaciones sociales y políticas, además de los públicos/ciudadanos (en otros términos: la sociedad civil organizada colectivamente o los sujetos individuales desagregados), otorgaran cada vez mayor relevancia a la cuestión comunicacional y la considerasen inescindible de las disputas políticas.

Así, la aparente paradoja que habría implicado el incremento de la relevancia de lo comunicacional y cultural ante la masiva crisis estructural y material de 2001-2002, el incremento de la relevancia de lo comunicacional en estas circunstancias es comprensible si se tiene en cuenta que la comunicación aparecía como “condición necesaria para revertir, mediante la participación de los individuos en la esfera pública y política, los crecientes niveles de exclusión económica y social y para consolidar el sistema democrático” (Mata y otros, 2005). Esto es así porque la democracia necesita participación igualitaria y por lo tanto, justicia; y a su vez, la justicia necesita de la 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, y, es más, el significado mismo de la justicia va desarrollándose en el tiempo y se expande como resultado de la participación política en la esfera pública (Fraser, 2006).

4.1.2. La debilidad de las empresas mediáticas 1

En los inicios del siglo XXI en la Argentina existe “una numerosa cantidad de periódicos que cubren la mayoría de las ciudades del país, muchos de ellos con varias décadas de existencia” (Mastrini y Becerra, 2006: 80), “la penetración de la radio alcanza el 99% de los hogares” (81), la de la televisión alcanza al 98% de los hogares, y el porcentaje de personas conectadas a *internet* es bajo: en el año 2000 se registraban 27 conexiones a *internet* cada 1000 habitantes (84). De todos modos, ni la radio ni la televisión abierta ofrecen emisoras de alcance nacional. Sólo Radio Nacional, la radio del Estado, cubre una parte importante del país, con 40 repetidoras. En cuanto a la televisión, un porcentaje importante de canales provinciales brinda la misma programación que los de Buenos Aires (81). El consumo de industrias culturales alcanza igualmente un promedio importante, especialmente en el sector audiovisual y en la prensa escrita (85). En el sector, pocas empresas tienen posiciones dominantes en varios mercados y fuerte influencia política (87). Como se mostró en el Capítulo 2, en esos años, estos grupos también habían pasado a controlar los principales medios de Córdoba: Clarín era dueño del diario La Voz del Interior y

¹²⁵ Ante las celebraciones de las formas de “democracia directa” de las organizaciones emergentes, muchos advertían sobre la imposibilidad de la democracia directa en una sociedad de masas y mediática, a menos que esas acciones emergentes pudieran “articularse en un proyecto colectivo, democrático, popular y nacional” (Huerco, 2002).

de Canal 12, Telefónica de España era propietaria de Canal 8, y el grupo Vila-Manzano aspiraba a tener el control de LV2, de la señal de cable Canal 2 CBA y del diario La Mañana de Córdoba.

El proceso de concentración de la propiedad de los medios a partir de la compra de pequeñas empresas y competidores en la década de los 90, se había realizado gracias al fuerte endeudamiento externo de las empresas capaces de emitir obligaciones negociables en dólares (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 17). Esto las ubicó en una posición sumamente frágil ante la salida de la convertibilidad. “Una de las constantes que producen las crisis económicas profundas como la que eclosionó en la Argentina, es el impacto en el consumo de productos culturales” (Becerra y Mastrini, 2009: 60). Por eso, la profundización de la crisis política y económica a partir de fines de 2001, se extendió “particularmente a la industria cultural” (Mastrini y Becerra, 2006: 78). Entre 2000 y 2004, se observa un descenso tanto de las ventas como de la facturación publicitaria de los medios gráficos del país (80). La recesión también afectó decisivamente el futuro de los diarios gratuitos que, como se mostró en el Capítulo 2, eran un fenómeno en alza desde 1999¹²⁶. El mercado publicitario argentino, si bien en el año 2000 ya sufría los efectos de la recesión desatada en 1998, a partir del año 2002 sufrió una caída estrepitosa del 25% con respecto a los ya alicaídos valores del año 2000 (84). La televisión fue la principal afectada ya que es la principal receptora de la inversión publicitaria, seguida por la prensa escrita. A partir de 2001 sólo perduró un operador de televisión satelital: DirecTV. A pesar de la crisis, *internet* continuó creciendo, aunque se vieron afectados la expansión y renovación de equipos, y el desarrollo de nuevos mercados de conexión (84). Al mantener sus ingresos en pesos, con escasas posibilidades de trasladar los aumentos a los precios, debido a la elasticidad de la demanda cultural, las empresas mediáticas se vieron particularmente afectadas por la devaluación. Importantes medios de comunicación y empresas de telecomunicaciones se encontraron en situación de quiebra técnica (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 17). Con la crisis de 2001, el sector infocomunicacional “requirió de la asistencia del Estado para evitar la quiebra de las empresas y grupos más importantes” (Mastrini y Becerra, 2006: 87).

En tanto, por presión de los organismos internacionales de crédito, el Congreso de la Nación había restituido en febrero de 2002 el mecanismo de *cram down* para los casos de quiebras empresariales, mediante el cual los acreedores externos tienen prioridad para adjudicarse las empresas insolventes. Este cambio legislativo dejaba en una situación aún más frágil a los grupos de comunicación endeudados, que comenzaron una campaña pública y privada destinada a evitar ser absorbidos por sus acreedores. Las corporaciones mediáticas multiplicaron los llamados a

¹²⁶ Para el año 2002, de los tres grandes diarios gratuitos que se disputaban el mercado de la ciudad de Buenos Aires, apenas quedaba uno. El Diario de Bolsillo sólo continuó editándose en Mendoza y Córdoba hasta su desaparición en 2002. En El Diario de Bolsillo trabajaron futuros integrantes de Prensared y de la COMIPREN. En Córdoba surgió luego Reporte Directo y fue el único diario de distribución gratuita que logró subsistir a la crisis.

proteger el patrimonio cultural de los argentinos apelando a la necesidad de defender los valores nacionales, pero “[l]a argentinidad quedó limitada, en la propuesta empresarial, a la defensa de la propiedad argentina de las industrias culturales, y especialmente a la defensa de los actuales propietarios” (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 18). De este modo, pretendieron limitar el alcance de la discusión pública en torno a las políticas culturales y de comunicación “a una intervención estatal que legitime sus posiciones y establezca los mercados luego de la crisis” (11). La campaña abarcó también a grandes empresas como las petroleras y mineras que participaron de un fondo fiduciario destinado a servir de “hospital de medios” (20).

En ese marco, y de modo similar a lo que sucedía en otros países latinoamericanos y a nivel transnacional según vimos en el Capítulo 3, también comenzaron a registrarse en la Argentina los primeros signos de una crisis de credibilidad mediática a causa de la participación de los medios masivos de comunicación en la legitimación de las políticas predominantes en la década anterior, y de la concentración del mercado mediático. “El derrumbe tuvo como protagonista a las más importantes herramientas de intermediación social. Entre ellas, los medios comerciales de comunicación” (Lavaca, 2006: 21). Esto alcanzó su punto cúlmine cuando el 27 de junio de 2002, al día siguiente de la represión a la movilización de organizaciones piqueteras en Puente Pueyrredón en provincia de Buenos Aires -en la que la Policía asesinó a dos manifestantes e hirió con balas de plomo a otros 33- los medios de comunicación masiva callaron lo sucedido. Ese día, el diario Clarín no publicó las fotos que su propio reportero gráfico había tomado en el lugar y que mostraban claramente lo sucedido, al tiempo que tituló “La crisis causó 2 nuevas muertes” y dio lugar a la versión del Gobierno nacional que hablaba de un enfrentamiento entre los piqueteros. Al segundo día, sí lo hizo (Escobar y Finvarb, 2006). En aquel tiempo, en las paredes de la capital argentina aparecieron *graffitis* que replicaron: “Nos mean y la prensa dice que llueve”.

Los periodistas se preguntaban si la crisis de credibilidad de los medios también los alcanzaba: “Cuando en el 2001 en las asambleas barriales la gente reclamaba ‘que se vayan todos’ incluyeron a algunos medios en la repulsa, pero ¿también a los periodistas?” (Cytrimblum, 2004: 14). El Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) creado en 2002, sostenía que existía “una crisis en la relación del periodismo con su audiencia” que se expresaba “a través de la disminución de la lectura y del crecimiento del info-entretenimiento” (2003). En Córdoba, en 2001 la imagen de los periodistas había caído 11 puntos con respecto a 1999. Antes de la crisis, los periodistas habían sido los segundos actores sociales con mejor imagen en la provincia (45%), sólo superados por los productores rurales, mientras que dos años más tarde, estaban en el cuarto puesto luego de tres sectores productivos (rurales, industriales y comerciantes) y la mayoría de los cordobeses (el 63%)

creía que contribuían poco (45%) o nada (18%) al desarrollo de la provincia, mientras que sólo el 34% consideraba que contribuían mucho (Delfos, 1999 y 2001).

En estas condiciones, las empresas mediáticas desarrollaron algunas estrategias para adecuarse al contexto y repositionarse frente a sus públicos, procurando responder a las nuevas demandas informacionales y expresivas de la ciudadanía. Una de estas estrategias consistió en multiplicar los segmentos dedicados al sector social en los que exaltaban a personas que realizaban acciones solidarias. En Córdoba, el diario La Voz del Interior publicó desde marzo de 2002 un suplemento llamado El Oasis (ver Jornet, 12/12/08; Maldonado E, 2008: 30-32). En la televisión abierta, desde fines de los 90 hubo programas como “Corazón Corazón” conducido por Claudio María Domínguez en Canal Azul, segmentos como “Desfile de Modelos” en el programa periodístico Día D conducido por Jorge Lanata (La Nación, 24/09/97) y campañas como “Dar es dar” en Telefé. Esta apelación a la “solidaridad” ocultaba las contradicciones y conflictos sociales y legitimaba el retiro del Estado del abordaje de la cuestión social (Boito, 2006; Segura, 2003).

En estos años, la periodista Alicia Cytrimblum (2004), de la asociación civil porteña Periodismo Ciudadano, propuso el “Periodismo Social”, según el cual el periodista debería privilegiar fuentes de información provenientes de la sociedad civil antes que las ligadas al poder económico y político. Este enfoque fue introducido en Córdoba por Cytrimblum con Aracely Maldonado de SOS País, quien, sin embargo, tomó distancia de esta perspectiva (E, 2008: 35).

Otra de las estrategias tendientes a modificar la relación entre los medios y sus públicos, fue la continuación del proyecto de periodismo cívico en el diario La Voz del Interior. Como dijimos en el Capítulo 2, esta iniciativa “se proponía acercar a los ciudadanos a la política en un contexto de descreimiento generalizado hacia el sistema político y caracterizado por el surgimiento de nuevas formas de participación, articulación y expresión ciudadana” (Sallietti y Casas, 2009: 186-187).

4.1.3. Salvataje de los medios 1: el auxilio del Estado

Ante la presión de los grandes medios y frente a una coyuntura política inestable, el presidente interino Eduardo A. Duhalde (2002-2003) impulsó la sanción de la ley de defensa de las industrias culturales “a la medida de los intereses de los grandes grupos de medios”. El gobierno de transición de Duhalde “necesitó de los grandes medios de comunicación como sostén, por su debilidad política” y los grandes grupos multimedia “precisaron de decisiones específicas del Estado para superar su debilidad económica” (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 20). Sin embargo, los tiempos del Congreso de la Nación y su apresurada salida del Poder Ejecutivo le

impidieron a Duhalde terminar la tarea (20) y la ley fue finalmente sancionada a un mes de asumir Néstor C. Kirchner la presidencia.

Además, Duhalde intentó avanzar con una ley que aplicara sanciones penales a quienes no dispusieran de licencias de radiodifusión, mediante una reforma del Código Penal. “Esta sanción estuvo fuertemente marcada por las presiones de los grandes grupos mediáticos y se constituyó en una clara avanzada contra las radios comunitarias. Esto despertó fuertes críticas de FARCO” (Blank, Debanne y Martínez, 2003: 24). La puja en el Congreso por este tema continuó hasta los primeros meses del gobierno de Kirchner (Busso E 2011: 55-67 y Lázzaro E, 2011: 8-10).

Con respecto a los medios públicos, Duhalde disolvió el multimedio estatal creado por De la Rúa. Y en los últimos días de su mandato, permitió por decreto a las provincias contar con un canal de televisión por aire y una frecuencia de AM, y a los municipios, poseer una de FM¹²⁷. Esta fue una medida tendiente a que el Estado asumiera un rol complementario –ya no subsidiario– como prestador de servicios de radiodifusión. Sin embargo, la medida no llegó a concretarse plenamente. De haberlo hecho, hubiera implicado introducir una diferencia en las reglas de juego dominantes en el campo al fortalecer a otro de los tres sectores de la radiodifusión.

4.1.4. Precarización, defensa de fuentes laborales y medios propios

Frente a las nuevas condiciones descriptas, en los gremios de trabajadores de prensa se pone en cuestión el rol de los sindicatos del sector tanto como el de los propios trabajadores de prensa. Continúan los debates y la producción de estrategias alternativas –que describimos en el Capítulo 2- referidas ya no sólo a la disputa con “el patrón”, el dueño del medio, por mejores salarios y condiciones de trabajo, sino fundadas en la defensa de la fuente laboral, lo que implica, en algunos casos como los dos de Córdoba, la opción por apoyar la lucha de los trabajadores para recuperar empresas periodísticas y conformar cooperativas de medios. En tanto, los trabajadores de prensa comienzan a pensarse no sólo como empleados de empresas periodísticas que deben trabajar en las “brechas” o “fisuras” que la línea editorial del medio permite, sino que también se piensan en la conformación de “medios propios” tanto para expresar a la propia institución gremial, a los periodistas, como a las organizaciones sociales cuyas demandas comunicacionales no son satisfechas por los grandes medios. Así, el CISPREN continúa editando la revista gremial *Proyección* y la revista *Umbrales. Crónicas de la Utopía*, que finalmente deja de salir en 2001. Además, desarrolla Prensared, la Agencia de Noticias del CISPREN, una de las prácticas que analizamos en este capítulo, y, como se adelantó en el

¹²⁷ Cabe destacar que muchas provincias ya disponían de los medios que autorizaba el decreto.

Capítulo 2, alienta la conformación de las cooperativas de trabajo en El Diario del Centro del País de la ciudad de Villa María, y en el diario Comercio y Justicia, otra de las experiencias analizadas más adelante (Dreizik E, 2010: 1-3 y Giuliani E, 2010: 1, 3, 6-7, 18).

Además, ya en este período algunos gremios de prensa del país, como la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) impulsan y participan de la conformación de entidades que realizan monitoreos del estado de los derechos a la comunicación. Como se dijo en el Capítulo 3, la UTPBA lanzó en mayo de 2002 el Observatorio Político, Social y Cultural de Medios. “Frente a la concentración de los grandes medios, el Observatorio se propone concentrar los esfuerzos colectivos de los sectores sociales, sindicales, políticos y culturales que vienen trabajando en ese sentido” (Rey, 2003a). Este observatorio provee análisis no sólo de contenidos, sino también de condiciones laborales, estructuras de propiedad, etc. En Córdoba, algunos años después, el CISPREN también integrará –a través de la COMIPREN- un observatorio de medios, experiencias que analizaremos en el Capítulo 5.

4.1.5. La construcción de un nuevo público

Ante el cambio de condiciones objetivas, el campo comunicacional se reconfiguró a partir de las nuevas tomas de posición de sus agentes. En particular, la mella en la credibilidad de las instituciones mediáticas hegemónicas, hizo propicia la búsqueda de nuevas fuentes alternativas de información y expresión. Uno de los modos de tomar posición dentro del campo comunicacional fue la constitución de públicos para estos nuevos medios. “[R]econocerse y actuar como público de unos determinados medios de comunicación es auto-asignarse un lugar –un status- preciso dentro del campo cultural, un reconocimiento por inclusión y exclusión, por cercanía y distancia, por similitud y diferenciación, se convierte en vía identificatoria” (Mata, 1997: 15).

En la medida en que los públicos se construyen “en la intersección de unas ofertas y unas expectativas generadas en un terreno común, el de las formaciones sociales en el cual ambas – ofertas y expectativas- se inscriben también como agentes de reproducción y transformación” (14)¹²⁸, las nuevas condiciones posibilitaron la construcción de un público para los nuevos medios alternativos, para las actividades que estos medios impulsaron y para los nuevos modos de circulación de la información que propiciaban las tecnologías de la información y la comunicación. Este nuevo público de las experiencias de comunicación alternativa, si bien -como

¹²⁸ En otros términos, la recepción “es resultado de un proceso de opciones, realizado en el cruce entre los condicionamientos que genera el texto y la particular competencia del agente que opera en recepción”, a lo que se agregan “los posibles discursivos que condicionan –en un nuevo juego de coacciones y posibilidad de opciones- la producción textual en recepción” (Costa y Mozejko, 2009: 18).

mostramos en el Capítulo 2- se había ido configurando en relación con las ofertas producidas a fines de los 90, excedía ampliamente al que habían tenido en períodos anteriores.

Y esta página [Cordobanexo], de pronto, tenía muchas visitas. (Roitman E, 2008: 26)

...la Radio [Revés] era un agite constante (...) el contexto sociopolítico del país estaba en plena efervescencia y sentíamos que estábamos en un momento importante, que habíamos llegado justo a decir algunas cosas. Había mucha demanda de las organizaciones sociales con respecto a la posibilidad de contar con otros interlocutores diferentes a lo que eran los medios tradicionales. (Ramos E, 2009: 31)

Los militantes y profesionales de la comunicación, también estaban motivados para participar de este tipo de iniciativas, por lo que las convocatorias para forma parte de nuevos medios alternativos o de colectivos de intervención en comunicación, eran numerosas.

...cuando hicimos una fuerte convocatoria [para participar de Prensared], de repente éramos 20, 23 personas, la mayoría jóvenes, todo un grupo de egresados de la Escuela de Ciencias de la Información. (De Pascuale E, 2009: 2)

...decidimos implementar durante todo el año 2000 un taller de discusión y definición del proyecto [de Radio Revés]. Entonces nos juntábamos una vez por semana (...) invitábamos a participar a toda la comunidad [educativa de la ECI]. Al principio la convocatoria era impresionante, había 70, 100 personas cada miércoles. (Ramos E, 2009: 7)

La participación era alta también en propuestas que trascendían el vínculo mediático e impulsaban mayor participación de los públicos, como las “asambleas de oyentes”.

...la Asamblea de Oyentes en la [Radio] UTN. (...) un aula llena, cincuenta, sesenta personas... que era mucho, teniendo en cuenta que era gente grande, había que sacrificar los sábados, la tarde. (...) se profundizaba lo que se hablaba al aire, se discutía... Y, al mismo tiempo, lo que se discutía en asamblea volvía al aire de alguna manera. (...) era el tiempo de absoluta incertidumbre y desde la absoluta necesidad de juntarse para pensar. (...) fue desde 2001 y llegó hasta el 2003. (Tagle E, 2008: 37-47)

Estas referencias dan cuenta del interés suscitado por estas nuevos medios y, por lo tanto, de una necesidad expresiva e informativa y de la búsqueda de su satisfacción por medio de propuestas innovadoras, diferentes a los medios masivos de comunicación tradicionales. Además, ponen de manifiesto cómo los actores que impulsaban estas experiencias percibían esta demanda. Por lo tanto, constituyen indicadores del ensanchamiento de las posibilidades objetivas para el hacer propuesto, tanto como de las que los agentes eran capaces de visualizar como tales.

4.1.6. Medios alternativos y redes democratizadoras nacionales

Svampa (2005: 276) sostiene que “uno de los legados más relevantes del período es la visibilidad y multiplicación de colectivos culturales”, grupos de arte político, de contrainformación, comunicación alternativa y contraculturales, que si bien habían comenzado a desarrollarse a mediados de los 90, se potenciaron en 2001. Estos colectivos culturales “crearon nuevos sentidos políticos y culturales, al tiempo que asumieron el rol de reproductores de los

acontecimientos, en un escenario de clara intensificación de los conflictos sociales” (276). Los colectivos de contrainformación que se conformaron en Buenos Aires, “no sólo se proponen romper el cerco informativo instalado por los grandes medios de comunicación y dar visibilidad a las nuevas formas de protesta y autoorganización, sino también formar en el uso de esas mismas herramientas a las propias organizaciones de base” (276 y 277). Vinelli y Rodríguez Esperón (2004), y el colectivo lavaca analizaron la multiplicación de experiencias de comunicación alternativa en este período, aunque pusieron acentos diferentes. Los primeros enfatizaron la subordinación de las prácticas de comunicación alternativa –para ellos, inseparable de lo contrainformacional que procura desmontar la manipulación de los grandes medios- al fin político de enfrentamiento con lo hegemónico. Por su parte, lavaca (2006), destacó el carácter democratizador de estos “medios sociales de comunicación” emergentes al sostener que, a diferencia de los valores y tradiciones que rigen a los grandes medios y al periodismo profesional, se caracterizaron por establecer una comunicación colectiva, horizontal y sin diferencias entre productores y receptores; por basarse en experiencias de política asamblearia, en las que “se diluye el poder de intermediación”; por postular otra concepción de la noticia, no fundada en la excepcionalidad, sino en la complejidad y la larga duración de los procesos; y por hacer circular la información en lugar de concentrarla para acumular poder. En esta línea, se desarrollará –como veremos más adelante- la mayoría de los medios alternativos que surge en estos años en Córdoba.

En tanto, como se dijo en el Capítulo 2, el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) en esta etapa desarrolla estrategias tendientes a su fortalecimiento institucional, a incorporar a mayor cantidad de radios comunitarias del país y a incidir en políticas públicas de comunicación, inicialmente para derogar el artículo 45 de la ley 22.285 que impedía a las organizaciones sin fines de lucro ser licenciatarias de servicios de radiodifusión (Farías E, 2008: 29-30).

A nivel nacional, en esta época se conforman asociaciones profesionales de periodistas que impulsan el respeto de los derechos a la comunicación desde una perspectiva liberal y con un enfoque profesionalista como FOPEA (Foro de Periodismo Argentino). Su finalidad es “contribuir a mejorar la calidad del periodismo a través de la capacitación profesional, la elevación de los estándares éticos y la defensa de la libertad de expresión”, ante la precarización laboral, la falta de autonomía de los periodistas y la crisis en la relación con los públicos (FOPEA, 2003). Fue creado en 2002 y continúa en actividad. Reúne a 270 docentes y periodistas, de los cuales una quincena son cordobeses, en su mayoría del diario La Voz del Interior, pero también de Día a Día y Hoy Día Córdoba, corresponsales de Clarín y La Nación, el director de contenidos de Radio Nacional Córdoba (ex redactor del diario La Voz del Interior), y sólo un no periodista: el ex presidente de AIDIC. Periodistas cordobeses, que incluso lo integraban, plantearon

diferencias con respecto a este tipo de entidades que no profundizan el debate sobre un sistema de medios que privilegia al sector privado (Oliva E, 2008: 6; Saravia E, 2008: 14-25).

Por otra parte, la Fundación Friedrich Ebert (FES) y el colectivo La Tribu organizaron en 2002 el seminario “Hacia una veeduría de medios de comunicación en la Argentina”, para impulsar experiencias de este tipo en el país, donde sólo existía una (ver Rincón E, 2010). A partir de este encuentro, se impulsará la Veeduría de Medios, a la que nos referiremos en el Capítulo 5.

4.1.7. Los debates académicos

Entre los agentes universitarios, en esta época se registra también una reflexión sobre el papel que les cabía a las universidades públicas y específicamente a las carreras y los profesionales de Comunicación Social, en estas nuevas condiciones. Se trataba de producir “otro conocimiento” y otras prácticas en articulación con organizaciones sociales (Debanne E, 2008: 64).

Empezamos a decir qué hacemos, la universidad tiene que salir y empezamos a hacer. (...) desde el principio hicimos una lectura muy desde afuera de la institución. Había dos alternativas: tratar de meterse en la universidad y ahí producir otro conocimiento; o tratar de estar afuera y, desde ahí, tratar de producir otro conocimiento también. (Roitman E, 2008: 8)

En estas condiciones objetivas en que también los saberes aceptados son puestos en cuestión, la universidad pública como lugar de producción, disputa y consagración de saberes, es un espacio valorado no sólo por los agentes que desarrollan sus experiencias comunicacionales dentro de ese marco institucional, sino también por los que lo hacen desde afuera. Esto es comprensible porque la mayoría de estos agentes son estudiantes, egresados recientes o, incluso, docentes-investigadores, y porque aspiran también a un lugar dentro de la universidad como docentes o investigadores. Por otra parte, se pone de manifiesto una necesidad de reflexividad, de objetivar las propias prácticas y de analizarse, exponerse y “decirse a sí mismos” con categorías académicas. Así lo demuestra la importante cantidad de producción académica (ponencias en congresos, artículos en revistas científicas y tesinas de grado) que los propios agentes participantes de las prácticas analizadas realizaron. Entre otros trabajos, cabe mencionar, sobre Radio Revés: Hirtz, Mastromarino y Suárez, 2002; Blank, Debanne y Martínez Luque, 2003; Zerba, 2004; Liponetzky y Ramos, 2005; Ramos, 2008; sobre Prensared: Cabral, Murúa y Gambino, 2003; y sobre Cordobanexo: Buffa, Pensa, y Roitman, 2003.

Por otra parte, como se expuso en el Capítulo 3 a nivel latinoamericano, de acuerdo con las nuevas condiciones de producción, investigadores argentinos y cordobeses volvieron a poner el acento en las relaciones entre comunicación y política, en estudios sobre economía política de los medios (Mastrini y Bolaño, 2000; Carta de Buenos Aires, 2001), ciudadanía y comunicación

(Mata, 2002). En las disputas por la definición de lo que está en juego en los estudios de comunicación, estos académicos pusieron el acento en proveer de argumentos, estudios y reflexiones a las organizaciones que trabajan por la democratización de las comunicaciones.

4.1.8. La relevancia de lo comunicacional y el sector social

A partir de diciembre de 2001, la emergencia de nuevos actores socio-políticos, las nuevas condiciones objetivas y los nuevos criterios sociales de valoración, convirtieron la comunicación en condición indispensable para la política en varias dimensiones: (1) para las prácticas políticas que caracterizaban a los nuevos actores: las asambleas y las acciones directas, y (2) para la disputa por la definición de su identidad y legitimidad como sujetos políticos. Es más, en este proceso, ante la vasta crisis del modelo neoliberal y de la democracia representativa ocurrida en la Argentina en 2001- 2002, (3) la disputa por los nuevos sentidos de la política, la democracia y el desarrollo, tornaron central la deliberación pública en una triple escala: local, nacional y global. Estas disputas por la definición misma de la comunicación permitieron pensar también en la necesidad de (4) reivindicar la comunicación como un derecho universal que debe ser garantizado más allá de quién sea el prestador del servicio.

Éstas pueden ser consideradas las demandas comunicacionales de los grupos movilizadas. Si bien los medios masivos de comunicación, en sus estrategias para reacomodarse a las nuevas condiciones, hacían visibles las consecuencias de la crisis y los nuevos actores, les imponían restricciones a sus posibilidades de construir su identidad y legitimidad pública, presentar sus demandas y disputar los sentidos del orden social. En tanto, los medios públicos, además de su rol subsidiario, adolecían de la crisis que afectaba la institucionalidad del Estado.

Frente a esto, los medios y redes alternativas y las organizaciones y experiencias de intervención en comunicación surgidas entre 2001 y 2003 en Córdoba, en procura de responder a estas demandas comunicacionales en el marco de las condiciones existentes, se propusieron intervenir en la disputa por los tres sentidos de lo público: la visibilidad (de actores y modalidades expresivas), la accesibilidad (de las condiciones estructurales de propiedad y organización de la producción de los medios) y lo común (los tópicos) (Rabotnikoff, 1997 y Fraser, 1997).

4.1.8.1. Visibilizar actores

En las circunstancias descritas, los nuevos actores que pugnaban por participar de la disputa por la definición de lo que era considerado público, común a todos, debieron a su vez, hacerse públicos a sí mismos y construir un lugar desde donde hablar. Hacerse públicos a sí mismos en el

sentido de hacerse visibles, “manifiesto[s] y ostensible[s]” a diferencia de “aquello que es secreto, reservado, oculto: lo que no puede verse, aquello de lo que no puede hablarse”¹²⁹ (Rabotnikoff, 1997: 18). La emergencia pública –primero en rutas y calles, luego en los medios- de actores sociales antes invisibilizados como los pobres y desocupados, y la lucha por su visibilidad en el espacio público mediatizado, junto con la disputa por su legitimidad y los sentidos de su identidad, fue una condición para que los actores asignaran centralidad a la cuestión comunicacional. Veían la comunicación como necesaria para su aparición y constitución como sujetos, para la presentación de demandas y proposiciones en el espacio público, ya sea en los medios o en el territorio, para hacerse visibles y hacerse visibles positivamente –es decir, para disputar la construcción de su identidad social-, para evitar o contrarrestar el estigma. Esta doble disputa relativa a su identidad pública se hacía necesaria porque no se trataba sólo de actores diferentes por lo novedosos, sino también de actores que surgieron con las marcas de la exclusión y el menosprecio público tanto por su origen social subalterno¹³⁰ como por sus formatos privilegiados de acción: las protestas que irrumpían en el espacio público urbano.

Esta disputa por la visibilidad y por la construcción de una identidad positiva, se dio en una sociedad en la que los medios masivos con fines de lucro –como sostuvimos en el Capítulo 1- eran el lugar por excelencia de construcción de lo público; medios que habían contribuido a construir y legitimar una imagen de éxito del modelo socio-económico predominante en la década de los 90, que fue desmentida por la gravedad de la crisis y por las movilizaciones sociales de impugnación. Es más, esta imagen era puesta en cuestión por la mera visibilidad pública que los mismos medios masivos otorgaban a sectores populares en situación de indigencia y pobreza¹³¹. De este modo, “la cultura mediática, aunque con otros intereses, contribuyó a tematizar lo invisibilizado”, lo que permitió que se hicieran manifiestas no sólo “las situaciones límites producidas en la existencia de vastos sectores de la sociedad”, sino también “la acción no pública de privilegio e impunidad de la clase dirigente”. Cuando esto se hizo público, comenzó “la crisis de la capacidad interpelatoria del discurso hegemónico”, de su capacidad para lograr que sectores sociales se reconocieran en él (Huergo, 2002).

Para colaborar con las organizaciones de base que necesitaban visibilizarse positivamente en su práctica política, se conformaron colectivos de comunicadores que los asesoraron con este fin.

¹²⁹ La connotación espacial de esta noción de lo público como visibilidad es coherente con el hecho de que esos actores hayan privilegiado formatos de protestas de irrupción en el espacio público urbano para aparecer ‘a la luz pública’.

¹³⁰ En el caso de piqueteros y organizaciones de sectores populares, no así en el caso de asambleístas y ahorristas.

¹³¹ Por ejemplo, en abril de 2002, provocó gran conmoción la imagen de una niña tucumana de ocho años llamada Bárbara Flores, llorando por hambre en televisión (en el programa “Detrás de las Noticias” de Jorge Lanata). Se convirtió en un símbolo mediático: se la presentó como “el primer rostro del hambre”. Un año después todavía era una de los 22 mil niños desnutridos registrados en su provincia (Clarín, 29/05/03).

Para ellos, la comunicación era un instrumento tendiente a hacer visibles a estos actores, sus demandas y sus propuestas, y a disputar la definición como sujetos políticos de movimientos de desocupados, asambleas barriales, empresas recuperadas, etc. en los medios masivos, pero también a través de medios alternativos propios. Se hace patente así el carácter político de la producción discursiva alternativa en tanto “el discurso que hace visible una identidad colectiva excluida, popular, marginada termina de constituirse, termina de darle existencia social al hacerla visible, dándole una cara y una voz” (Da Porta, 2008: 41). El tipo de representación que realizan se define, como veremos, en las estrategias de enunciación que construyeron. Las experiencias que tuvieron estas características en Córdoba en esos años, fueron Comunicadores Solidarios y SOS País. Éste último fue un proyecto de comunicación impulsado por una periodista y financiado por fundaciones empresarias, cuya principal actividad fue trabajar la capacidad de incidencia de las organizaciones sociales en los medios masivos. Se preparó durante 2001, se lanzó en 2002 y decayó en 2004, aunque realizó actividades incluso hasta en 2007.

Fue tratar de darle visibilidad pública a las organizaciones sociales a través de los medios masivos de comunicación, también comunitarios. Intenta meterse en la fisura que hay en los grandes medios para difundir algo de lo que hace la sociedad. El proyecto tuvo un éxito terrible porque vino lo que vino después de diciembre de 2001. Porque los medios, ante el prestigio de la clase política, se volcaron a lo social¹³². (Maldonado E, 2008: 8)

Comunicadores Solidarios fue un colectivo conformado por estudiantes, militantes sociales y profesionales de la comunicación con la finalidad de asesorar comunicacionalmente a organizaciones sociales tanto para aparecer en medios masivos como para crear sus propios medios alternativos. Se lanzó a principios de 2003, en 2005 fundaron Indymedia Córdoba –que analizaremos en el Capítulo 5- y mantuvieron su actividad hasta fines de 2009.

Hay una impronta de organizaciones políticas y sociales, algunas organizadas en hechos reivindicativos muy puntuales (...) al plantear esta necesidad de querer comunicar, ausencia total de conocimiento de herramientas o de manejo. (...) lo que caracterizó el año 2001 fue empezar a tomar estos actos de comunicación que están necesitando visibilización por mano propia. (...) El objetivo de Comunicadores (Solidarios) fue colaborar para que esas nuevas estructuras pudieran tener algo de comunicación propia. (Fernández E, 2008: 1-3)

También se conformaron nuevos medios alternativos, como Infored y Radio Revés, que visibilizaron estas prácticas políticas ante un público de “otros diferentes” –intelectuales, universitarios, profesionales, empresarios, financiadores- “a quienes se interpela solicitando atención, solidaridad, apoyo para las propias causas, porque se considera que ellas trascienden lo particular y atañen a todos, si lo que se busca es un mundo más justo” (Mata, 2010: 1).

Infored fue un medio de comunicación digital perteneciente a la Asociación por el Desarrollo de la Comunicación Social (ADCS). Publicaba noticias de los movimientos sociales con el fin de

¹³² En 1996, la mayoría de las asociaciones civiles sin fines de lucro de Córdoba señalaba como su principal problema “la falta de conocimiento de la sociedad respecto al sector no-gubernamental (...) Este se vincularía con el segundo problema: falta de una política de comunicación de las organizaciones hacia la sociedad” (Ortega, 1997: 79)

llegar a los decisores de políticas públicas: funcionarios, académicos, directivos y técnicos de ONGs y agencias de financiamiento. Surgió en 2002 y se desactivó en 2005.

El objetivo principal es aportar en dar visibilidad a las acciones, historias, proyectos e ideas de los grupos sociales y movimientos sociales, que muchas veces no son registrados por los medios de comunicación. Infored está dirigida a las ONGs, fundaciones empresarias, empresas, universidad y aquellos que tienen la posibilidad de estar conectados a *internet* (...) públicos que trabajan con grupos sociales de base, toman decisiones y diseñan políticas en temas sociales que son los que abordamos. (Iturriza citada por Segura, 2004b)

Radio Revés es la radio de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Información (ECI) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Procura tener una impronta alternativa tanto en contenido como en estética. Surgió en 2001 y continúa transmitiendo.

Que fuera un espacio donde se les pudiera hablar a la intelectualidad o al sector profesional más o menos clase media cordobés desde experiencias organizativas, políticas, etc. (Medina E, 2009: 129)

4.1.8.2. Articular prácticas

Los movimientos protagonistas del año 2002 se caracterizaron por prácticas vinculadas a la territorialidad y autoorganización comunitaria, la acción directa no convencional y disruptiva, las formas de democracia directa (horizontalidad, participación, profundización democrática, asamblea) y la demanda de autonomía (autodeterminación y creación de mundos alternativos). Al adquirir tales características las prácticas políticas de los nuevos movimientos sociales, la comunicación cobró relevancia para el debate y la militancia, ya que es condición indispensable para la práctica asamblearia y la democracia directa, para la construcción de “otra política” pensada desde la movilización social y comunitaria. Es también condición para la construcción de “otra sociedad posible” en tanto necesaria para la reconfiguración de otros lazos sociales que el proceso de desregulación y fragmentación de la ciudadanía de los años 90 había fracturado, produciendo una “fuerte dinámica descolectivizadora” (Svampa, 2008a: 173).

Frente a esto, los medios alternativos procuraron no limitarse a trabajar por otorgar visibilidad y “dar voz” a la diversidad de nuevas organizaciones sociales, sino que buscaron también contribuir a su articulación en tanto intervención estratégica en la “organización y proyección social de quienes luchan por transformar la realidad más allá de las voces que pone al aire en su programación” para poder impactar en “las situaciones de injusticia y desigualdad”, cuestionar y tender a revertir las “relaciones de poder” (Ramos, 2008: 76-77). Desde esta perspectiva que considera la comunicación como herramienta para la articulación de estas nuevas prácticas políticas, se conformaron en Córdoba otros medios alternativos como Prensared y Cordobanexo. Prensared es la agencia de noticias digital del CISPREN. Surgió en 2002 y continúa.

[A PrensaRed] también se lo veía, no solamente como un medio de comunicación disponible para distintos actores sociales que no aparezcan en la prensa hegemónica y que

necesiten prensa, sino también como herramienta de articulación política de una sociedad. (Oliva E, 2008: 98)

...la idea era que tenía que haber no solamente un medio que reflejara todas estas cosas que empezaron a suceder en el 2001 (...) nuevos movimientos sociales empiezan a aparecer (...) como comunicadores nos planteábamos (...) no solamente reflejar lo que está pasando en nuevos medios y hacerlos llegar a los medios tradicionales y, además, que esta gente tenía necesidades de capacitación y (...) de conectarse entre ellos. (De Pascuale E, 2009: 2)

Cordobanexo era un medio digital que divulgaba las actividades de los movimientos sociales emergentes, especialmente de las asambleas barriales de Córdoba y que funcionaba –aunque no dependía institucionalmente- en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC y era sostenido por docentes de esa institución. Surgió en 2002 y desapareció en 2004.

...habida cuenta de que las coordinadoras no funcionaban, languidecían, (...) la primera problemática fue política: (...) cómo coordinar las asambleas y cómo generar un espacio transparente, libre, donde todos pudieran expresarse (...) el proyecto tenía que ver con eso y no con un proyecto comunicacional. Era un proyecto político¹³³. (Roitman E, 2008: 12-19)

En este sentido, los nuevos medios alternativos que se proponían como “articuladores” de las experiencias organizativas, privilegiaban a los públicos de “iguales” ante quienes es posible hacer que “la voz acallada” sea reconocible como legítima, en vistas a la construcción de acuerdos y proyectos comunes; y de “otros diferentes” a quienes se interpela solicitando apoyo para las propias causas (Mata, 2010: 1). Estas prácticas tienen entonces un carácter polémico, de confrontación con lo dominante, pero también un carácter estratégico, como espacio de articulación “en el que otras prácticas y grupos sociales se vinculen interactuando en pos de objetivos emancipatorios compartidos”, y de mediación “en el que distintos sectores excluidos puedan dialogar y expresar sus problemáticas, ideas y demandas” (Da Porta, 2008: 32).

4.1.8.3. Disputar sentidos

Los movimientos surgidos a partir de las jornadas de diciembre de 2001 planteaban el debate sobre “nuevos mundos posibles” alternativos a las sociedades capitalistas neoliberales, en los que se pasara de la política institucional a la política como dimensión originaria de lo social, de una concepción de desarrollo extractivo a otro ecológico, etc. Para poder participar en estas luchas y para hacerlo con mayor capacidad de incidencia, es cada vez más evidente la necesidad de disputar la apertura del espacio público tanto urbano como mediático. Durante las movilizaciones de 2001-2002, en los intentos por participar en estas disputas, muchas organizaciones cuyo objeto principal no era la comunicación, llegaron a comprender el papel de los medios de comunicación

¹³³ El énfasis puesto en que se trataba de un “proyecto político” implica entender el “proyecto comunicacional” como herramienta subordinada al fin político.

masiva en la construcción y legitimación del modelo neoliberal¹³⁴ y a plantearse la necesidad de pelear por la democratización del sistema comunicacional global.

Estos nuevos actores proponen nuevos tópicos para ser considerados públicos en la medida en que la definición misma de lo que es considerado público está siempre indeterminada (Fraser, 1997). Con tal fin, primero deben hacerlos “visibles”, para luego poder disputar para que pertenezcan a todos, que se conviertan en “lo común y general” (Rabotnikoff, 1997: 17-18). Sin embargo, no se trata sólo de cambiar los temas de la agenda pública, sino también de modificar los “marcos interpretativos”: “las categorías dentro de las cuales ‘ordenar’ o ‘ubicar’ la información de manera significativa”, los marcos con los que se comprende el mundo, y también su jerarquía (Wolf, 2004: 165-166). Se trata de disputar nuevos sentidos y jerarquías para antiguos tópicos. En esta disputa, los nuevos medios y actores socio- políticos cuestionaron el “carácter de orden fabricado según intereses particulares o sectoriales” y el “carácter altamente ‘desintegrador’ en virtud de su capacidad de exclusión de actores, temas, discurso, de la esfera pública” (Mata, 2008) que tiene la agenda mediática. Si bien los medios alternativos surgidos en esos años tuvieron propósitos y características diversas de acuerdo con las trayectorias colectivas e individuales que les dieron origen, su constitución fue otra de las acciones tendientes a favorecer el ejercicio y ampliación de los derechos de comunicación usurpados por los grandes medios. Surgieron como lugares para decir lo que no se decía en los medios comerciales.

...el contexto sociopolítico del país estaba en plena efervescencia y sentíamos que estábamos en un momento importante, que habíamos llegado justo a decir algunas cosas. Había mucha demanda de las organizaciones sociales con respecto a la posibilidad de contar con otros interlocutores diferentes a lo que eran los medios tradicionales. Eso llevó a que la radio se convirtiera en un polo de militancia, de agitación, de manifestación política cultural del momento, (...) era un buen termómetro de lo que estaba pasando. (Ramos E, 2009: 31)

La Revés surge (...) con toda la mística de la contrainformación. (...) la radio sale con el objetivo de ser la alternativa para una masa crítica que no encontraba expresión en los medios. (Debanne E, 2008: 20 y 59)

Si bien había consenso sobre que en estas nuevas condiciones objetivas había que incorporar nuevos tópicos y con nuevos sentidos, se entabló una disputa acerca de cuáles eran esos temas y significados de la nueva agenda que ahora había que construir. En Cordobanexo y Prensared, la prioridad era la información sobre movimientos, organizaciones y experiencias sociales, “constituidos en ‘nuevos actores sociales’: vinculados al reclamo, la protesta, la solidaridad y las demandas populares en general” (Andretich, 2005: 76¹³⁵). La agenda que intentaban construir estos medios seguía de cerca la agenda de la sociedad civil movilizada. “Prevalen los tópicos referidos a acciones de protestas y sus motivaciones y la discusión en torno a los movimientos sociales, en lo que respecta a su organización, actividades y roles” (76).

¹³⁴ Recordemos, por ejemplo, el escrache al diario La Mañana de Córdoba, al que se hizo referencia en el Capítulo 2.

¹³⁵ Las citas de Andretich se refieren al análisis de contenido de Cordobanexo, pero valen también para Prensared.

En esos años, los trabajadores de la empresa que editaba el diario Comercio y Justicia, la recuperaron y conformaron la Cooperativa La Prensa que luego se convertiría en Comercio y Justicia Editores-La Cooperativa, que continúa en actividad (ver Rodríguez Riquelme, 2009). Esta cooperativa, si bien no nació con la finalidad específica de proponer nuevos sentidos sobre el modelo de país, ante las nuevas condiciones sociales globales y las específicas de su propia experiencia colectiva, planteó nuevas temáticas y enfoques en su ámbito de incumbencia: lo económico y jurídico.

...en los '90 los contenidos de todos los diarios económicos estaban ordenados a partir del sector financiero (...) eso produjo una crisis tremenda... Nosotros vivimos, en chiquito, la experiencia del país. (...) Entonces empieza a haber una discusión (...) acá lo que tiene que ordenar la economía es la producción (...) como un diario especializado en economía empezamos a ver esas cosas de manera más reflexiva (...) fue fuerte el sistema de trueque en el 2003, 2004 (...) las empresas recuperadas (...) las PYMES (...) Todos esos datos que manejábamos porque era nuestra materia nos hacían pensar: 'Bueno, hay otra cosa'. A priori parecía que era peor porque en general era una situación de crisis, pero como proyección parecía mejor porque, por lo menos, 'Esto es nuestro, no se va a ir...' (Mirad E, 2009: 32)

4.2. Las disputas por lo decible

Luego de haber abordado, a nivel del contexto, cuáles fueron las condiciones del proceso social global que hicieron posible la emergencia de las prácticas analizadas en el sistema de relaciones de la comunicación mediática en la Argentina y Córdoba entre 2001 y marzo de 2003, y cuáles, los intereses generales imputables a las posiciones de sectores o grupos sociales que participan de este campo, en esta sección analizamos cuáles son las características específicas de las prácticas producidas por los agentes colectivos de la sociedad civil de Córdoba en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en este período.

Las organizaciones sociales procuraron dar respuesta a las demandas comunicacionales de los nuevos actores movilizados, frente a la profunda crisis económica y política, a reglas de juego dominantes en el campo de la comunicación mediática, que privilegiaban a las empresas de medios mientras mantenían al sector público en un rol subsidiario y relegaban al sector social-comunitario a la ilegalidad; frente a los conglomerados de medios masivos de comunicación de propiedad privada que hacían visibles las consecuencias de las crisis y los nuevos actores, pero imponían restricciones a las posibilidades de estos últimos de presentar su identidad y demandas, proponer nuevos sentidos del orden social y articular con otros semejantes; y frente al Estado que padecía una profunda crisis institucional mientras actuaba en salvataje de los grandes grupos

mediáticos privados, procuraba pero no lograba cambiar su rol por uno complementario como prestador de radiodifusión y tomaba medidas represivas con respecto al sector social.

Dadas estas fuertes restricciones para ejercer el derecho a la comunicación en una sociedad mediatizada en la que los medios masivos de comunicación son centrales en el espacio público; las organizaciones de la sociedad civil que intervinieron en comunicación en esos años, optaron predominantemente por estrategias alternativas que produjeron una diferencia con respecto a las reglas de juego dominantes en el campo. Los intentos de ruptura de los paradigmas se inician, decía Khun (1992: 149), cuando un grupo percibe crecientemente que “las instituciones existentes han cesado de satisfacer adecuadamente los problemas planteados por el medio ambiente que han contribuido a crear”. Esto supone una reflexión sobre los principios presupuestos que pone en crisis la legitimidad de las formas institucionalizadas de hacer las cosas. En ese sentido, Elías (1987: 525-526) sostenía que en períodos de transición cuando “las antiguas pautas son parcialmente inadecuadas y todavía no existen pautas sólidas nuevas”, se pone en cuestión gran parte de lo que las generaciones anteriores consideraban “absolutamente natural”¹³⁶.

Las estrategias tendientes a democratizar las comunicaciones desarrolladas por las organizaciones sociales de Córdoba entre 2001 y marzo de 2003, fueron de tres tipos¹³⁷ y se diferenciaron por sus niveles de radicalidad en cuanto a su pretensión de reforma del sistema comunicacional, que fueron desde la adaptación a las reglas de juego dominantes en el campo, al establecimiento de una diferencia y hasta al intento de ruptura: (1) asesorar a organizaciones sobre cómo adaptarse mejor a las reglas de juego mediáticas para hacerse visibles en las “brechas” o “fisuras” de los medios masivos (SOS País y Comunicadores Solidarios); (2) construir medios alternativos con reglas propias (Radio Revés, Prensared, Cordobanexo e Infored) o modificar las reglas de juego internas en los casos de cooperativas de trabajo en empresas mediáticas recuperadas por sus trabajadores (Comercio y Justicia), con el fin de hacer visibles actores invisibilizados o despreciados por los medios privados, proponer demandas y tópicos silenciados o ignorados, y propiciar articulaciones con sujetos semejantes; e (3) impulsar cambios en las reglas de juego en versión defensiva: controlar violaciones al derecho universal a la comunicación y promover el respeto a los valores de pluralidad, diversidad, acceso y participación (ADCS)¹³⁸.

¹³⁶ En palabras de Durkheim (1912: 438): cuando “los antiguos dioses envejecen o mueren y no han nacido otros”.

¹³⁷ En el sentido que le da Weber (1973) a “tipo ideal”: un constructo teórico a partir del cual las experiencias empíricas se acercan o alejan, ya que no contempla todas y cada una de sus particularidades, sino que, por el contrario, acentúa un punto de vista desde el que se seleccionan y agrupan los fenómenos.

¹³⁸ Esta clasificación analítica realizada sobre la base de los objetivos de estas organizaciones y medios, no debe hacernos perder de vista la combinación de estrategias que muchos desarrollaron. Comunicadores Solidarios, por ejemplo, asesoraba a las organizaciones sobre cómo incidir en medios masivos, e impulsó la conformación de medios alternativos. ADCS lanzó el medio alternativo Infored, procuró inicialmente brindar asesoramiento en comunicación a organizaciones sociales y organizó debates e investigaciones para promover el derecho a la comunicación.

Estas opciones tendientes a “romper el silencio” (Mata, 2010), en la mayor parte de los casos, retoman la tradición de la comunicación popular/alternativa latinoamericana que intenta pronunciar “la palabra acallada” por “quienes en diferentes ámbitos establecen las reglas de juego del decir: los que habilitan voces, temas, lenguajes y modalidades expresivas” (Mata, 2010: 1).

En particular, propusieron modificaciones en los roles de los sujetos del proceso comunicativo que tendieron a incrementar la participación de los actores y, por lo tanto, a democratizar el proceso. El nuevo sujeto privilegiado de estas prácticas comunicacionales fue un sujeto colectivo (las organizaciones y movimientos sociales) que interviene en la realidad social y política.

A estas opciones específicamente comunicacionales las articularon con modos de organización institucional también asamblearia, no delegativa y en red, y organizaron su producción y trabajo con diferentes mecanismos autogestivos como cooperativa, ONG o colectivo. En la mayoría de los casos eligieron como soporte lo digital.

4.2.1. Algunos intentos de adaptación. Saber jugar

La estrategia con menor pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional global, fue la de ofrecer productos y servicios profesionales de asesoramiento y capacitación a organizaciones y grupos sociales que tienen escasa incidencia en los medios masivos para que se adapten con mayor eficacia a las reglas de juego existentes en la esfera pública hegemónica, al menos, hasta tanto puedan cambiarse esas reglas. En este caso, se consideró la comunicación como un instrumento en las disputas sociales, tendiente a hacer visibles a las organizaciones, sus demandas y sus propuestas, y a disputar la definición como nuevos sujetos políticos de piqueteros, asambleas, fábricas recuperadas, etc. en los medios masivos, pero también a través de medios alternativos propios que colaboraban a construir. Aunque divergieron en sus formas organizativas e identidades ideológicas, ésta fue la opción de SOS País y Comunicadores Solidarios.

En las prácticas de estas organizaciones se pone de manifiesto una naturalización de la constitución del actual sistema de comunicaciones en Córdoba y el país, y la centralidad de los medios masivos en la determinación de los temas prioritarios de la agenda pública y de la visibilidad e identidad de los sectores sociales. A partir de ese diagnóstico, ofrecieron sus servicios de expertos en el tema comunicacional a las organizaciones y grupos de la sociedad civil. Concibieron los medios masivos de comunicación como intermediarios entre las organizaciones y el resto de la población, el Estado o las empresas en tanto satisfactores de demandas particulares de estos grupos. Desde esta perspectiva, no planteaban el desarrollo de medios propios –salvo

ocasionalmente Comunicadores Solidarios- ni la demanda a los medios masivos de cambios en sus lógicas de producción. Al contrario, proponían a las organizaciones sociales conocer los códigos de la actividad periodística, adaptarse a su dinámica y tiempos, y posicionarse como fuentes de información para facilitar el trabajo de la prensa masiva.

Con ese fin, estos profesionales de la comunicación asistieron a las organizaciones sociales. Los agentes construyeron, desde su propio nombre, el lugar desde donde hablar como una posición de ayuda y asistencia a las organizaciones: SOS País alude al pedido de auxilio en una emergencia y Comunicadores Solidarios, a la actitud de quien responde a esa demanda. Estas nominaciones ponen el acento en una nueva ética social basada en la voluntad y la responsabilidad individual por los otros semejantes que, al mismo tiempo, oculta las contradicciones sociales y conflictos de poder –económico, pero también de saber, género, etc.- y legitima el retiro del Estado de su función de garante de derechos a los ciudadanos¹³⁹.

Comunicadores Solidarios y SOS País construyen su discurso¹⁴⁰ a partir de posicionarse como expertos. La legitimación del enunciador se basa en la construcción de su competencia cognitiva como especialista por su formación académica y trayectoria profesional, cuyo saber le permite evaluar lo correcto y lo incorrecto y, en consecuencia, hacer hacer a otros actores de acuerdo con lo que definen como correcto. A diferencia de la construcción de un enunciador eminentemente racional y pragmático en Comunicadores Solidarios, SOS País construye una competencia pasional que lo moviliza a la acción y lo hace poner en funcionamiento sus competencias cognitiva y pragmática (*“Cuando comenzamos a soñar este proyecto, nuestro país era otro. (...) sensibilizados por la situación, nos obligaron a reaccionar en forma correspondiente”*¹⁴¹). La autoridad del enunciador se construye basada también sobre la base de los valores de la autonomía y la independencia económica y político-ideológica con respecto al Estado, partidos políticos, religiones y empresas. Sin embargo, esta independencia conlleva un problema de financiamiento que en ambos casos se intentó resolver parcialmente a partir de que los servicios sean solventados por las organizaciones a las que se asiste. Esto es profusamente justificado en la presentación de Comunicadores Solidarios –es la parte más extensa-, mientras no aparece en la de SOS País. Las dos estrategias – la argumentación extensa y el silencio- pueden estar vinculadas con el tabú del financiamiento de la solidaridad, más aún si el pedido de financiamiento se dirige a aquellos a quienes se asiste¹⁴².

¹³⁹ Esta identificación axiológica es similar a la usada desde fines de los 90 en la Argentina por los gobiernos (Segura, 2003), empresas, organizaciones sociales y, como se dijo antes, por medios de comunicación masiva (Boito, 2006).

¹⁴⁰ Se analizaron las presentaciones institucionales en las páginas *web* y trípticos de SOS País y Comunicadores Solidarios. Los documentos están disponibles en el Anexo.

¹⁴¹ De aquí en adelante, las citas en cursiva corresponden a los textos del corpus de análisis.

¹⁴² Comunicadores Solidarios construye al mercado como principal obstáculo para el desarrollo de *“proyectos solidarios”* con *“independencia económica para evitar la dependencia política”*. El tabú de *“vivir”* de los pobres, es parcialmente superado: no *“vivimos” exclusivamente de este proyecto*. SOS País recibía financiamiento externo –lo que figura tanto en su folleto

Los destinatarios de sus acciones son organizaciones sociales. Sin embargo, las construyen de modo diferente de acuerdo con las antagónicas finalidades de su intervención. Comunicadores Solidarios procura ayudar a “organizaciones anticapitalistas” a “alcanzar sus objetivos”. SOS País, en cambio, propone colaborar con “organizaciones no gubernamentales” del “Tercer Sector” o “Sector Social” para conseguir financiamiento para su actividad, a través de su visibilización pública. A partir de esta diferencia configuran programas narrativos divergentes.

SOS País construye a sus enunciatarios sobre la base de una carencia cognitiva que deriva en una incompetencia pragmática que les impide subsanar por sí mismas la necesidad de darse a conocer: “¿Por qué las ONGs aún no tienen en los medios una presencia mayor? (...) porque (...) desconocen muchas veces los códigos que utilizan los distintos canales de información”. Por esta razón, las organizaciones tienen “bajo perfil”, escasa visibilidad pública, entendida como escasa presencia en los medios de comunicación. De allí, la necesidad que este proyecto subsanaría: “que su labor sea conocida a nivel masivo, para ser luego reconocida por los sectores interesados”. La potencialidad que les reconoce a sus destinatarios se vincula con su actividad específica para “presentarnos caminos alternativos a la hora de enfrentar los problemas cotidianos que se desprenden de la situación actual”, no con lo comunicacional.

Si la intervención de SOS País tiene por objetivo “contribuir a una mayor visibilidad pública del Tercer Sector” en los medios con el fin de conseguir financiamiento para sus actividades, las otras organizaciones se construyen no como potenciales aliadas, sino como oponentes¹⁴³, competidoras en la búsqueda de fondos. Los otros oponentes son los Bancos y el Estado:

...las organizaciones, afectadas de manera inmediata por la crisis, buscaron en nuestro servicio, emerger rápidamente a la visibilidad pública (...) Era, en apariencia, el único modo que tenían para conseguir los recursos necesarios para seguir funcionando, ante la estafa de los Bancos, la retirada del Estado, y la explosión de nuevas organizaciones comunitarias compitiendo en la demanda de aportes a las empresas donantes que no crecieron en igual número.

Los aliados son los periodistas y medios con los que SOS País los conectaría y que habilitarían la visibilidad pública. Las empresas y posibles financiadores son los principales destinatarios. En tanto, la sociedad o población en general aparece como un beneficiario de segundo orden, en el que las acciones emprendidas pueden generar conciencia solidaria y multiplicar acciones.

SOS País configura un punto de inflexión en el tiempo signado por la crisis de 2001-2002: “la crisis se agudizó hasta límites impensados, los pobres se transformaron en indigentes y la clase media descendió vertiginosamente en la escala social”. Sin embargo, no pone en cuestión la transformación del modelo socio-económico, ni su ayuda se dirige sólo a las organizaciones que lo combaten. El mundo social aparece naturalizado al no identificarse sus causas, actores responsables ni procesos. Frente a ese diagnóstico, trabajan con organizaciones cuya actividad se acentuó a raíz de este proceso.

como en la página web- y también solicitaba a las organizaciones sociales el pago de sus servicios (Maldonado E, 2008: 35), pero no explicitaba esto último en su presentación.

¹⁴³ El análisis de las figuras del aparato narrativo se realizó teniendo en cuenta a Greimas y Courtes, 1982.

Esta situación de crisis presenta, no obstante, oportunidades para la tarea propuesta: *“los medios de comunicación volvieron su mirada hacia la sociedad civil y sus representantes, creando espacios para la difusión de actividades de este sector”*. Es más: *“Hoy, ante la falta de interés por parte de la población respecto de estos temas [económicos y políticos], la labor de las ONGs comienza a revelarse ante los ojos de los comunicadores como una manera de interpretar el interés colectivo”*. Esta oportunidad podrá ser aprovechada por las organizaciones siempre y cuando puedan en *“tiempos sumamente acotados”* constituirse en *“una fuente que les provea [a los periodistas] datos y materiales que faciliten la búsqueda de esa información”*. El obstáculo que SOS País propone superar es la carencia que tienen estas organizaciones de *“un aparato mediático que les permita difundir sus actividades a través de los medios masivos de comunicación”*. Construye así, al mismo tiempo, la necesidad de su intervención profesional especializada.

Por su parte, Comunicadores Solidarios construye a estos destinatarios con carencias que ellos subsanarán: identidades y vínculos inexistentes o dañados e incapacidad de enunciar sus necesidades de comunicación de modo directo y explícito. Configura el mundo social como modificable al poner en cuestión el sistema económico y social imperante, no sólo por las características de los destinatarios de su acción, sino también porque plantea al mercado como el principal obstáculo para sus objetivos, mientras que otras organizaciones sociales y medios de comunicación son potenciales aliados. Así, da por supuesto que la comunicación es necesaria para que las organizaciones *“alcancen sus objetivos”* de transformación social. Sin embargo, no pone en cuestión, sino que -por el contrario- propone adecuarse a las reglas del sistema de medios en el que prevalece la lógica del mercado. Comunicadores Solidarios, además de la búsqueda de visibilidad y aparición en medios masivos, impulsa la construcción de medios de comunicación propios y plantea la necesidad de articularse con otras organizaciones a partir de *“la formación y reconstrucción de sus identidades”*, de su propia subjetivación pública: la construcción de un sí mismo público es condición para entablar vínculo con otros.

SOS País, por un lado, capacitaba a las organizaciones sobre cómo relacionarse con los medios en la misma práctica del asesoramiento (Maldonado E, 2008: 16) y por otro, ofrecía talleres de Periodismo Social¹⁴⁴ a comunicadores, periodistas y estudiantes de Comunicación Social (51-52). Comunicadores Solidarios también capacitaba en el acto mismo de la intervención para comunicar alguna acción de las organizaciones (Fernández E, 2008: 3). Además, desarrollaba estrategias complementarias de circulación de información: enviaba gacetillas periódicamente por correo electrónico a periodistas y militantes de organizaciones sociales (Fernández E, 2008: 3-4) y produjo un programa sobre empresas recuperadas en Radio

¹⁴⁴ El “Periodismo Social” fue conceptualizado como una “nueva disciplina” por la periodista argentina Alicia Cytrimblum. Ante la crisis de credibilidad del periodismo, propone un “abordaje sistematizado de los nuevos actores sociales en la agenda periodística” (2004: 31). Maldonado, sin embargo, se distancia de esta perspectiva (E, 2008: 35).

Nacional Córdoba durante seis meses. El programa fue una propuesta de la Clínica Junín y era financiado por la Mesa Provincial de Empresas, Fábricas y Cooperativas Recuperadas de Córdoba¹⁴⁵(Fernández E, 2008: 4-7, 15). En tanto, SOS País, además de asesorar en prensa¹⁴⁶, desarrolló algunos productos comunicacionales como la sistematización de la experiencia de Fundación La Luciérnaga -mencionada en el Capítulo 2- en el libro Mapa de Rutas.

4.2.2. Predominan estrategias alternativistas. Otras reglas de juego, medios propios

La estrategia predominante entre las organizaciones sociales que intervinieron en comunicación tendiendo a su democratización en Córdoba en este período fue la de generar medios alternativos para dar visibilidad a temas, actores y modalidades de expresión que eran ocultados o despreciados en los medios masivos¹⁴⁷, contribuir a la articulación de los sujetos y a que construyan y disputen los sentidos del orden social. Esta opción implicaba una pretensión mayor de radicalidad en la medida en que era un modo de retirarse de la esfera pública hegemónica dominada por las empresas mediáticas, para intentar ganar fuerza y volver a intentar incidir en ella (Fraser, 1997). Pretenden contribuir al cambio social, para lo que evalúan como necesario construir nuevos medios. “Las experiencias de medios masivos gestionados por organizaciones populares o instituciones aliadas a sus causas” es una de las tres formas que Mata (2010: 2) señala que fue tomando “la voz acallada” en las sociedades mediatizadas. Éstas fueron las tomas de posición de Radio Revés y los sitios *web* Prensared, Cordobanexo e Infored.

Además de la construcción de medios alternativos con reglas propias, otra versión de lo que denominamos estrategia alternativista consistió en modificar las reglas de juego (de propiedad, legalidad, organización del trabajo, rutinas de producción, política editorial y distribución de los ingresos) al interior del propio medio ya existente como lo hicieron en 2002 los trabajadores que recuperaron la empresa que editaba el diario Comercio y Justicia y fundaron Comercio y Justicia Editores Cooperativa. Si bien, como se dijo en el Capítulo 2, este diario existe desde 1939, la recuperación de la empresa y su conversión en cooperativa puede ser considerada una refundación del medio en la que toma un carácter más democrático.

¹⁴⁵ La Mesa Provincial de Empresas, Fábricas y Cooperativas Recuperadas de Córdoba estaba conformada por la Clínica Junín, el diario Comercio y Justicia, los talleres de capacitación de la CTA, Pauny-Zanello, la imprenta de HIJOS, una imprenta de Patria Libre, El Diario del Centro del País de Villa María, la cooperativa de choferes de colectivos de la ex empresa Konfort y algunas otras cooperativas (Fernández E, 2008: 5-9).

¹⁴⁶ Entre los trabajos de prensa a organizaciones realizados por SOS País, se destacó el “Tour del Chaco”: llevaron a periodistas de varias provincias a recorrer parajes del monte chaqueño guiados por la Red Agroforestal del Chaco

¹⁴⁷ “...el ‘cerco informativo’ (...) conforma así un mensaje unificado y totalitario que no sólo ignora o excluye las voces disidentes sino que trata de hacerlas inaudibles, intenta invisibilizar a los que emiten ideas discordantes con el mensaje unificador” (Cabral, Murúa y Gambina, 2003: 3)

4.2.2.1. Medios alternativos. Retirarse para avanzar

En sus discursos¹⁴⁸, los medios alternativos proponen como finalidad de su hacer la “*transformación social*” (Cordobanexo) en términos de justicia socio-económica (Prensared) o de “*democratización de la sociedad*” (Infored). Dado que postulan la inescindible relación entre el hacer mediático y el social y político (con mayor claridad, Prensared), para alcanzar ese fin, es necesario intervenir en el sistema de medios creando medios propios.

La creación de estos medios persigue tres objetivos: constituir un espacio de “*articulación*” y debate de las organizaciones sociales (Cordobanexo y Prensared) y entre la sociedad y la universidad en el caso de Radio Revés; “*dar visibilidad*” y “*dar voz*” a quienes no las tienen, divulgando informaciones, ideas y actividades (Prensared, Cordobanexo, Infored y Radio Revés); y de formación y capacitación para miembros de organizaciones sociales (Prensared, Infored y Radio Revés) y para periodistas y comunicadores en el caso de Prensared y Radio Revés, los medios pertenecientes a instituciones conformadas por estudiantes o profesionales.

Los destinatarios de su accionar son de tres tipos: “*organizaciones de la sociedad civil*” en todos los casos, específicamente asambleas y movimientos autoconvocados en Cordobanexo; particularmente los pertenecientes al “*campo crítico*” en Radio Revés; “*sectores populares*” en Cordobanexo y Prensared¹⁴⁹; los públicos específicos del trabajo institucional en Prensared y Radio Revés: periodistas y estudiantes de comunicación, a los que se convoca a trabajar al servicio de los actores construidos como destinatarios. Es interesante destacar que Prensared y Radio Revés caracterizan a sus destinatarios como excluidos comunicacionales: los que no tienen voz, “*los que se ven silenciados*”, los que no son visibilizados (Prensared), “*actores de la sociedad civil cordobesa no contemplados como actores comunicativos, sociales ni políticos por las radios comerciales en particular y la comunicación hegemónica en general*” (Radio Revés). Sólo Cordobanexo y Radio Revés configuran también a individuos como potenciales destinatarios. Cordobanexo incluye entre sus públicos a los “*ciudadanos*” y Radio Revés habla en general de “*voces y perspectivas independientes*”. Infored, por su parte, configura a los destinatarios como carentes de tecnología de la información y la comunicación que les permitirían fortalecer sus vínculos con otras organizaciones y también su

¹⁴⁸ Se analizaron: el Proyecto de creación de la Radio-Escuela de Ciencias de la Información; la Presentación en la página web de Cordobanexo; el artículo de Alexis Oliva titulado “Prensared, la agencia de noticias del CISPREN. Prensa propia contra el cerco informativo” publicado en la revista Proyección; el Proyecto de creación y la Presentación en la página web de Infored. Las copias están disponibles en el Anexo.

¹⁴⁹ Los “sectores populares” aparecen como beneficiarios de la acción propuesta, no como participantes de la articulación, por lo que la relación propuesta implica verticalidad. En Cordobanexo se habla de colaborar con “múltiples expresiones populares” a diferencia de la construcción de un “espacio pluralista y horizontal” de articulación que se propone a los “movimientos ciudadanos”. En Prensared, se propone una comunicación “al servicio de los sectores populares”. La colaboración y el servicio remiten a la solidaridad con estos actores que, como vimos, implica desigualdad en tanto uno tiene algo para dar y el otro sólo la necesidad de recibir.

capacidad de incidencia en las tomas de decisiones que las afectan. Las carencias de los destinatarios es lo que los nuevos medios vienen a subsanar y justifica su accionar.

A diferencia de las demás propuestas en las que el hacer surge de la voluntad de los sujetos, en Prensared, lo que legitima la propuesta de acción, además de las carencias atribuidas a los destinatarios, es el doble destinador de su acción: uno general, “*la sociedad*” que “*reclama que los comunicadores asuman su compromiso con la verdad y la pluralidad*”; y otro restringido, los trabajadores reunidos en congreso de prensa y comunicación. Se actualiza un doble vínculo de representación: entre la sociedad y los comunicadores, y entre los trabajadores de prensa y su gremio.

Los aliados para la acción propuesta son dos: otras organizaciones sociales en Prensared y Radio Revés; y otros medios tanto masivos –apostando a incidir en sus brechas, aún cuando esta estrategia es considerada insuficiente- en Prensared e Infored, como alternativos en Cordobanexo, Prensared e Infored, y en particular, los trabajadores de prensa en Prensared.

Prensared y Radio Revés configuran oponentes claros, mientras que en Cordobanexo se desprende de la construcción de la tradición local en la que se inserta (el Cordobazo y la Reforma Universitaria). En los tres casos, se trata de instancias de poder político y económico hegemónico generadoras de las carencias de los destinatarios que el protagonista del enunciado propone subsanar y a quienes se opone, critica, interpela, cuestiona. El actor del enunciado, sus aliados y los destinatarios de su acción se definen en oposición a estos otros antagónicos. En Prensared y Radio Revés, esas instancias de poder económico y político se articulan con las de poder mediático: “*la comunicación hegemónica en general*”, “*los medios comerciales*” (Radio Revés), “*los grandes medios de comunicación*” aparecen ligados a los disvalores a los que el protagonista del enunciado se opone: “*un sistema comunicacional que renuncia a su función social en procura del lucro y la acumulación de poder*”, y en los periodistas de estos medios, obsecuencia y complicidad que los lleva a supeditar su compromiso con la verdad a los imperativos del poder (Prensared).

La “*función social*” de los medios de comunicación es construida como un imperativo ético superior al que el ánimo de lucro y la acumulación de poder deben subordinarse. Esto será la base de las propuestas que consideran la comunicación como derecho humano y, por lo tanto, como servicio público¹⁵⁰. En Prensared, se vincula a las empresas mediáticas con fines de lucro con la historia de concentración económica general que se produjo en la década de los 90. De este

¹⁵⁰ Si bien no existe una definición única de servicio público, esta noción alude a “una actividad considerada de interés general para la comunidad y como tal reconocida por el Estado” que “no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado”, motivo por el cual “el Estado asume su responsabilidad y su control” (Tremblay, 1988), aún cuando no implica la obligatoriedad de la propiedad estatal. Dada su función social es considerado un servicio esencial regido por los principios de universalidad, continuidad y actualización, y signado por los valores de la diversidad y el pluralismo (Mastrini, 2010a: 153-154). Ver también Pasquali, 1991a y 1991b.

modo, sin llegar a proponer una estrategia tendiente a cambiar las reglas de juego del sistema comunicacional global, deja abierta la posibilidad de establecer esta conexión.

En condiciones de crisis de representación y alta movilización social, y tratándose de iniciativas de la sociedad civil, es particularmente relevante considerar el rol adjudicado al Estado. En este punto es en el que mayores diferencias se registran entre las tomas de posición analizadas. En Radio Revés, el Estado y los partidos políticos se configuran como oponentes en la medida en que se propone como aliados a organizaciones “*no partidarias de la sociedad civil cordobesa*” y como destinatarios a “*vozes y perspectivas independientes del Estado, partidos y –en general– poder político, económico e institucional*”, “*iniciativas populares (...) con autonomía y en ocasiones en situación de conflicto respecto del poder político, económico e institucional*” (Radio Revés). Cordobanexo no menciona al Estado, pero pone el acento en la politización social (“*movimientos ciudadanos: asambleas populares y autoconvocatorias ciudadanas e iniciativas solidarias*”). Sólo hace una alusión a que considerará la participación ciudadana en la gestión pública. Infored es el único de estos medios que constituye al Estado como potencial aliado –en correspondencia con el posicionamiento de ADCS que comienza a plantear en esos años el debate sobre comunicación pública-. Infored busca promover la visibilidad de las organizaciones de la sociedad civil y divulgar sus demandas y propuestas “*ante la opinión pública y el estado*”, para que puedan “*intervenir en el control de las gestiones de gobierno y participar en la toma de decisiones que las afectan*” y en la definición de las políticas públicas.

Las oportunidades para llevar adelante las acciones propuestas se configuran a partir de situaciones problemáticas que son construidas no sólo como límites, sino también como espacios de posibilidades de acción. Así, en Cordobanexo, el importante deterioro social producido por la crisis (“*el 49,6% de su población por debajo de la línea de pobreza y 15% en la indigencia*”) configura la posibilidad y necesidad de pensar y debatir alternativas y soluciones. En Prensared se construye una oportunidad a partir de una crisis que no es sólo social, sino también mediática (“*al volverse evidentes los efectos del feroz proceso de exclusión social y concentración empresarial ocurrido durante la última década, la crisis institucional que afecta a otros estamentos de nuestra sociedad ha llegado a los ámbitos del periodismo y la comunicación social*”). En Radio Revés, la oportunidad es configurada a partir de una carencia comunicacional en el espacio mediático: “*En Córdoba existe un espacio comunicativo, mediático y cultural susceptible de ser ocupado o construido por un proyecto radiofónico que logre diferenciarse del populismo comunicacional de las radios AM y del ‘paradigma shopping’ que uniforma a las emisoras FM*”. Sólo en Infored, no se registra esta operación de convertir en oportunidad una carencia, sino que la oportunidad viene dada por la potencialidad democratizadora de la transformación tecnológica que implicó el desarrollo de las telecomunicaciones, que originó “*nuevos tipos de relaciones sociales*” y “*formas innovadoras de accionar de las organizaciones de la sociedad civil*”.

Los obstáculos a superar para llevar adelante las acciones propuestas son la falta de recursos e infraestructura adecuada en Radio Revés y de acceso a equipos informáticos e *internet* en Infored. En Prensared, en tanto, los obstáculos tienen que ver con la configuración del sistema mediático y tienen una dimensión externa -el “*cercos informativo*” construido por “*un sistema cada vez más monopolístico de medios masivos*”, en el que “*el periodismo independiente*” está “*acorralado*” y que “*conforma un mensaje unificado y totalitario*”- y una dimensión interna a los sujetos como resultado de estas condiciones estructurales: lo que se ve como posible –“*cuántas veces han tratado de convencernos de que lo que está en los medios no existe*”- y la autocensura –“*en los grandes medios de comunicación los mecanismos internos de cooptación hacen que se generalice una autocensura tan sutil como efectiva*”-.

En todos los casos, pero especialmente en los de quienes proponen, además de visibilizar y articular, desarrollar acciones de formación (Prensared, Infored y Radio Revés), el enunciador se construye con una importante competencia cognitiva del orden del saber profesional; axiológica (sabe diferenciar lo bueno de lo malo, lo deseable de lo indeseable) referida a valores éticos y democráticos; y pragmática: sabe hacer lo propuesto. Es notable cómo, aún en estas propuestas de transformación del mundo social –y hasta mediático en el caso de Prensared-, se desarrollan estrategias de naturalización para legitimar el hacer propuesto. La apelación a los derechos humanos en tanto derechos naturales, y la democracia en cuanto gobierno del pueblo, voz originaria, son ejemplos de estas propuestas de retorno a un hipotético estado de naturaleza. La particularidad de estos medios alternativos está dada por la construcción del rol del medio: no como canal de difusión, sino como espacio de articulación y debate.

Para legitimarse y hacer aceptable y valorable su propuesta, el enunciador se inscribe en una tradición. Cordobanexo, como dijimos, resalta la tradición de movilización social, rebeldía e intentos de transformación de la historia de Córdoba. Radio Revés recupera las tareas de “*intervención social y cultural*” de la UNC en general y de la ECI en particular, como “*momentos de crítica y de compromiso social*” que generaron acciones similares a las que ahora impulsa la Radio: “*espacios de reflexión crítica sobre la comunicación, la cultura y la política con capacidad de incidir en la opinión pública*” y por medio de las cuales se establecieron vínculos con los mismos actores que ahora se propone como destinatarios. Prensared, por su parte, mientras ubica a los monopolios mediáticos y sus periodistas –construidos como oponentes- como herederos de una tradición nefasta en la que estuvieron al servicio de guerras y dictaduras (durante el 11-S y la guerra de Irak en los Estados Unidos, durante la dictadura militar en la Argentina) por lo que “*las empresas periodísticas han sido actores fundamentales en la conformación del orden social y económico vigente*”, se ubica a sí mismo en una genealogía antagónica, en la que sus héroes son mártires sacrificados por oponerse a la

dictadura como Rodolfo Walsh, y donde la relación periodismo-procesos sociales se comienza a dar sobre la base de otros valores, como durante la primavera democrática post-dictadura.

En lo informativo, todos los medios mantenían su producción y publicación periódica o diaria de información. Además, Cordobanexo, enviaba un boletín diario de noticias (Roitman E, 2008: 59) y Prensared realizaba trabajos de prensa en colaboración con otras organizaciones sociales como El Diario del Juicio con HIJOS (Oliva E, 2008: 130) y, en alianza con movimientos, organizaciones y militantes sociales, desarrolló acciones que llamaron de “para-prensa”, en las que la información y la visibilidad eran utilizadas como herramientas para la protección de las personas en circunstancias de represión como en los casos del Movimiento Campesino de Córdoba (Oliva E, 2008: 100), la Asociación de Mujeres Meretrices de Argentina (114), o durante una movilización callejera (De Pascuale E, 2009: 7-8). El comunicador aparece aquí como militante, manejando un recurso crítico de la información relevante y de los medios para visibilizar, mostrar a la luz pública y, de ese modo, prevenir o reducir la represión.

De acuerdo con la relevancia otorgada a la práctica asamblearia de reflexión, discusión, formación colectiva y –eventualmente- organización de la acción, se otorgó mucha importancia al debate público. Cordobanexo organizó tres foros de debate, sobre Crisis de Representación, Economía Solidaria¹⁵¹ y Comunicación Alternativa. Los dos primeros se hicieron en la Facultad de Ciencias Económicas y el último en la ECI (Roitman E, 2008: 35-45). Prensared también organizó un Encuentro de Prensa Alternativa y Derechos Humanos con la Asociación de Productores del Norte de Córdoba (APENOC) en el CISPREN en 2003, del que participaron el organismos de derechos humanos de Córdoba, el Movimiento Campesino de Santiago del Estero (MOCASE), el Movimiento Territorial de Desocupados Aníbal Verón, medios alternativos como Indymedia-Buenos Aires, En Red y Prensa de Frente –que más adelante conformarán la Red Nacional de Medios Alternativos-, y medios públicos como Télam y Radio Nacional. “Juntamos ciento y pico de personas (...) Eso fue *grasso*” (Oliva E, 2008: 100).

Se suponía además que los profesionales poseían una competencia pragmática, un saber hacer, del que carecían los integrantes de las organizaciones a quienes debían transferírsele. De allí la relevancia otorgada por estos colectivos de comunicadores a la capacitación. Infored desarrolló un ciclo semanal de formación para organizaciones de la localidad cordobesa de Villa General Belgrano durante varios meses, cuyo resultado fue la conformación de una Red de Mensajeros quienes difundían la información local en sus propios medios y a través de Infored (Iturriza E, 2008: 29). Prensared tenía previsto conformar una Red de Capacitación: “los compañeros que

¹⁵¹ A partir de la segunda mitad del año 2002, algunas de las asambleas barriales de Córdoba, conformaron comedores, compras comunitarias, clubes de trueque, huertas, ollas populares, roperos comunitarios. La distribución de planes sociales en las asambleas a través de organizaciones piqueteras o la CTA, permitió la incorporación de los sectores más empobrecidos del barrio y el desarrollo de micro-emprendimientos (Cabral, 2008: 7- 8).

hacían de corresponsales no eran periodistas acreditados ante una organización, sino alguien de la organización que necesitaba tener una capacitación en comunicación, por eso, se estructuró una red” (De Pascuale E, 2009: 7). Radio Revés también ofreció capacitaciones poco después.

Por otra parte, la práctica asamblearia y horizontal presentaba dos problemas relativos a la formación de sus miembros: cómo llevar adelante tareas para las que no se tenía experiencia previa y cómo igualar los niveles de formación de miembros que debían tener las mismas responsabilidades; y el problema de la inclusión de nuevos miembros que podían incidir en las decisiones del mismo modo que los miembros con mayor experiencia, pero que no tenían su mismo nivel de formación ni habían seguido la historia de los debates internos. De allí también la relevancia otorgada a la formación interna en Radio Revés (Debanne E, 2008: 68) y Prensared.

La mayoría de las experiencias intentó exceder lo estrictamente periodístico y convertir el producto comunicacional en un núcleo a partir del cual se emprendieran otras actividades de intervención cultural. PrensaRed había organizado una Red Cultura “porque en la Argentina había una explosión cultural muy grande” (De Pascuale E, 2009: 7) y en Radio Revés impulsaron una productora cultural que luego se desactivó (Manera y Puig E, 2008: 186-187).

Mientras algunas de estas experiencias mantuvieron su autonomía política, otras intentaron la articulación con agrupaciones, movimientos y partidos políticos o, incluso, su conformación. Éste fue el caso, por ejemplo, de Cordobanexo (Roitman E, 2008: 59-65) que se acercó a la CTA y participó en algún momento y con diferentes niveles de involucramiento del Movimiento Político Social de Liberación (MPSol), que se conformó en agosto de 2002 impulsado por gremios, asociaciones corporativas y organizaciones sociales¹⁵². Estos alineamientos se tradujeron también en políticas editoriales y en todos los casos fue también objeto de debates porque entraba en tensión con el postulado de independencia política y económica.

4.2.2.2. Empresas mediáticas recuperadas. En las propias manos

Por su parte, los trabajadores del diario Comercio y Justicia cambiaron las reglas de juego (en términos de propiedad, legalidad, organización del trabajo y distribución de los ingresos) a nivel micro: al interior del propio medio de comunicación ya existente, al disputar y lograr la recuperación de la empresa quebrada y su transformación en cooperativa de trabajo bajo control de sus antiguos empleados, actuales asociados. En su Estatuto se construye un enunciador

¹⁵² El 30 de abril de 2002, por medio de un documento -redactado por Juan Carlos Giuliani, entonces secretario general del CISPREN y de la CTA-Córdoba junto con otros dirigentes de CTA y CGT Rodríguez Peña- se lanzó un llamamiento a diversos actores de la protesta de Córdoba. Luego del Primer Encuentro de Organizaciones Populares realizado en agosto de ese año, del que participaron más de 200 personas representado a un centenar de organizaciones sociales (asambleas, organizaciones barriales, gremios, partidos políticos) se constituyó el MPSol (Cabral, 2008: 9 y 16; Giuliani E, 2010: 98-106). Luego integró el Frente Cívico y Social.

colectivo con una competencia cognitiva y axiológica que hace posible su competencia pragmática. Al asumir tareas “*por su propia cuenta, valiéndose del trabajo personal de sus asociados*”, supone un saber hacer en sus asociados referido a las actividades que propone realizar, supone una competencia cognitiva que será base de la pragmática que se desplegará a futuro. También supone una competencia axiológica referida al “*espíritu de solidaridad y ayuda mutua*” y a la “*conciencia cooperativa*” que sustenta y propone fomentar y crear entre sus asociados. Y, por lo tanto, también una competencia pragmática de “saber hacer saber” a los otros. Se inscribe en la tradición del movimiento cooperativista, al adscribir y comprometerse a transmitir sus valores (“*fomentar el espíritu de solidaridad y ayuda mutua entre los asociados y cumplir con el fin de crear una conciencia cooperativa*”) y al asumir sus modos de organización: asociados, asamblea, consejo de administración, posibilidad de constituir federaciones, etc. Que la cooperativa pueda garantizar la producción de material periodístico y la impresión de publicaciones “*por su propia cuenta, en base al trabajo personal de sus asociados*”, tiene una doble implicación: (1) sin recurrir a terceros, sin tener empleados o subcontratados, sin ser patrón, y (2) sin tener patrón ni capital. Esto implica una visión desnaturalizadora y crítica de lo social, ya que la unidad de producción de bienes o servicios ampliamente predominante en general, pero en los medios de comunicación en particular, es la de la empresa capitalista con dueño capitalista y empleados asalariados. La propuesta de recuperar una empresa de medios quebrada y convertirla en cooperativa de trabajo a cargo de sus ex asalariados conlleva una visión del mundo social como transformable. Los destinatarios de la acción de la Cooperativa son sus asociados, que son quienes le dan su mandato, eligen sus autoridades y sus líneas de acción. Al mismo tiempo, son los destinatarios directos de sus acciones de fomento del espíritu cooperativista y de ayuda mutua, y de garantía de trabajo y sustento. Se construyen como aliados a otras cooperativas con quienes está habilitada a asociarse para conformar una federación. Si bien no construye oponentes explícitamente, se puede deducir que se constituirían en tales quienes se opongan a su fin primordial, esto es: potenciales patrones.

4.2.3. La comunicación pública: un modelo emergente¹⁵³

En este período, en el ámbito de las organizaciones de la sociedad civil de Córdoba, emergen opciones más radicales en la medida en que proponen una ruptura de las reglas de juego dominantes en el sistema de la comunicación mediática de la Argentina con modificaciones de leyes y regulaciones. Se trata de estrategias fundadas en la reivindicación de la comunicación

¹⁵³ De aquí en adelante, usaremos las expresiones ‘modelo de comunicación pública’ o ‘modelo público’ para referirnos a las propuestas de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional sobre la base de la noción de comunicación como derecho humano, bien social y, por lo tanto, servicio público, para diferenciarlas de las que denominamos ‘modelo adaptativista’ y ‘modelo alternativista’.

como un derecho esencial para la política democrática y, por lo tanto, como servicio público independientemente del tipo de prestador y de propiedad del medio. Es el tercer modo que Mata (2010: 3) distingue que asume la voz de los subalternos en las sociedades mediatizadas: las organizaciones que, además de desarrollar estrategias de comunicación propia, “cuestiona[n] las reglas del decir público” y así “revelan el papel central que tiene la posesión y divulgación de información para que otros derechos puedan hacerse realidad”. La propuesta, emergente en este período, como se dijo en el Capítulo 3, era impulsada por organizaciones argentinas y latinoamericanas –donde participaban periodistas, abogados y académicos cordobeses- y por el CISPREN, la ECI y las radios comunitarias en Córdoba.

La Asociación por el Desarrollo de la Comunicación Social (ADCS), la ONG que impulsaba Infored, fue la que –entre las organizaciones analizadas- comenzó a plantear, en su discurso fundacional, la comunicación como un derecho ciudadano y en el período siguiente producirá investigaciones y debates públicos sobre el tema. Al canalizarse por medio de la construcción de mecanismos de control del cumplimiento del derecho a la comunicación, la reivindicación puede calificarse como “defensiva”. Esta asociación civil sin fines de lucro estaba formada por periodistas, trabajadores sociales y otros profesionales. Desarrolló actividades entre 2002 y 2005.

ADCS¹⁵⁴ construye un enunciador que sabe, sabe hacer y sabe hacer saber sobre comunicación, medios, organizaciones sociales y ciencias sociales. El trabajo sobre los derechos a la comunicación es un trabajo “de especialistas”, en el que las acciones tienen por objetivo instalar el tema en la agenda social. Construye así una competencia cognitiva basada en el saber consagrado por la academia y la experiencia y cada mención a acciones propuestas u objetivos, supone un saber hacerlo. En particular, las referidas a construcción y transmisión de saberes (asesoramiento, investigación). Además, construye una competencia axiológica basada en el compromiso con la reivindicación de valores vinculados a la democracia y la ciudadanía: *“promoción de actividades que promuevan la democratización en el acceso a los medios de comunicación masivos de los diversos sectores y grupos sociales”*; *“defensa del derecho a la comunicación de los ciudadanos y la sociedad”*.

Es posible inferir que ADCS se propone metas de transformación social en la medida en que su fin es fortalecer a las organizaciones de la sociedad civil, uno de los tres sectores de la sociedad (junto con el mercado y el estado) y justamente el más débil. Esto tendería a lograr una mayor participación de diferentes sectores sociales en las decisiones públicas, lo que incidiría probablemente en una democratización de las decisiones. Para el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil, se proponen tres vías: (1) el desarrollo de medios alternativos y la generación de espacios de intercambio de experiencias de estas organizaciones; (2) la

¹⁵⁴ Se analizó su Acta Constitutiva, Estatuto y Presentación Institucional, disponibles en el Anexo.

democratización del acceso a los medios masivos de diversos sectores y grupos sociales; y (3) la defensa del derecho a la comunicación de los ciudadanos.

Las acciones de transformación que propone presuponen una debilidad institucional de las organizaciones de la sociedad civil, vinculada a sus dificultades para ejercer su derecho a la comunicación y a acceder a los medios masivos. La asociación de profesionales competentes se conforma para colaborar con acciones destinadas a organizaciones de la sociedad civil y del tercer sector, a través de ellas, con diversos sectores y grupos sociales, y finalmente con los ciudadanos y la sociedad. En esa acción, los potenciales aliados son los eventuales donantes y, a diferencia de la mayoría de las organizaciones y medios cuyas prácticas se analizaron en este período, también el Estado aparece como garante de la acción. La reivindicación de este rol del Estado será una característica distintiva de las propuestas basadas en un modelo de comunicación pública, ahora emergente, pero que se consolidará y cobrará relevancia en los años siguientes.

4.2.4. Renombrar las prácticas

4.2.4.1. Lo alternativo entre lo público, lo masivo y lo popular

Durante 2001 y 2002, las estrategias alternativistas, incluso cuando produjeron una diferencia sin conseguir producir una ruptura con las reglas de juego dominantes en el campo, tendieron a la democratización de las comunicaciones, en la medida en que contribuyeron a ampliar los tres sentidos de lo público (la visibilidad, la accesibilidad y lo común) según Rabotnikoff (1997), en términos de sujetos, tópicos, modalidades de expresión y estructuras de propiedad del sistema de medios (Fraser, 1997). El predominio de las estrategias alternativistas no implicó, sin embargo, homogeneidad. Por el contrario, el sentido mismo de lo alternativo era objeto de disputa y entraba en tensión con las nociones –tampoco establecidas a priori– de lo público, lo masivo y lo popular. Entre las tomas de posición sobre la comunicación alternativa, es posible distinguir dos tendencias: (1) una signada por la separación del Estado; (2) otra caracterizada por su orientación pública. Esta tensión adquirirá relevancia en los períodos siguientes.

En el primer grupo, se pueden incluir hasta cuatro posicionamientos:

1.1. Los que asimilan lo alternativo a lo no masivo y, por lo tanto, lo contraponen a las prácticas que apuestan a la masividad. En este sentido, SOS País se diferencia de las prácticas de comunicación alternativa por el interés en la capacidad de incidencia de las experiencias comunicacionales y por su consecuente apuesta a la masividad. En este período, mientras Infored y Prensared apostaban a que lo alternativo alcanzara si no masividad, sí al menos que creciera fuertemente en cantidad de público y de público movilizado, en SOS País no lo veían

posible en lo inmediato. Para SOS País la única posibilidad de incidencia en términos de disputa de sentidos en el espacio público mediatizado, eran los medios masivos y comerciales.

SOS País (...) apuntó al mientras tanto. Mientras tanto los medios alternativos se constituyen en medios (...) con alcance real. (...) no es que creía que La Voz del Interior con este trabajo iba a cambiar su línea editorial (...) la apuesta (...), desde lo político, es fortalecer los medios propios (...) Pero hasta tanto sean poderosos, la gente sigue consumiendo Cadena 3, entonces voy a tratar de meter ahí mi información. (Maldonado E, 2008: 33)

1.2. Los que conciben lo alternativo como sesgado, sectorial y, por lo tanto, como opuesto a lo público. Infored, si bien reconoce similitudes con los medios alternativos, se diferencia al vincular lo alternativo con la propaganda política. En este sentido, lo alternativo aparece como lo propio de una parte de la sociedad, opuesto a lo público como lo común a todos. Infored optará entonces por lo alternativo con orientación pública.

...planteábamos tratar de construir una agenda pública, y hacerlo bajo unos lineamientos de la construcción organizacional de la industria de medios, que no todos los medios alternativos se plantearon. (...) Nos definimos más como un medio orgánico (...) de un sector de pensamiento, pero no como medios propagandísticos, medios de parte. (García E, 2008: 85)

1.3. Los que conceptualizan lo alternativo como categoría estética, de experimentación., en contraposición con los que lo vinculan con lo popular como categoría político-comunicacional. Este debate fue constitutivo de Radio Revés, cuyas prácticas asumirán características de las dos opciones. Es destacable que esta discusión, tan cara a la tradición de teorías y prácticas de comunicación popular y alternativa latinoamericana, en este período fue sólo retomada en este medio sostenido por estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Información¹⁵⁵ y no por medios con otras trayectorias. En Cordobanexo y Prensared aparecen, como vimos, menciones a los sujetos populares o subalternos, pero no se problematiza la cuestión de la comunicación desde esos sujetos.

...rápidamente aparece una tensión entre una visión más esteticista de la alternatividad y una visión más política. (...) la alternatividad como la radio no comercial, experimental, fuertemente vinculado a lo estético, a la música que se pasaba. Y una visión mucho más pegada a la visión clásica de la radio popular, con fuerte vínculo con las organizaciones, con el intento de construir periodismo con fuentes alternativas. (Debanne E, 2008: 81)

1.4. Los que piensan la comunicación alternativa como instrumento al servicio de luchas políticas, por el cambio social, donde lo central es la oposición política y no la alternativa cultural y comunicacional. En la medida en que el fin es la transformación social, no se pretende cambiar el sistema de medios –aún cuando se lo critique- porque responde al sistema que se pretende transformar y se modificará con él. Agentes como Comunicadores Solidarios y Cordobanexo (Roitman E, 2008: 19) conciben la comunicación como una herramienta o medio al servicio de un fin político: construir un poder contra-hegemonico.

¹⁵⁵ Es notable cómo –a pesar de ser una radio perteneciente a una entidad pública- prácticamente no aparece en esta primera etapa (aunque sí se planteará más adelante) la preocupación por lo público o la problematización de la articulación entre las nociones de lo popular, lo alternativo y lo público.

En cambio, en el segundo grupo, en el que podemos incluir las prácticas de Infored, Radio Revés y Prensared, lo alternativo se caracteriza por tener orientación pública (Fraser, 1997), aún cuando todavía no puedan –dados los límites impuestos por las condiciones objetivas- incidir fuertemente en la esfera pública dominante controlada por los medios de propiedad privada. En estos casos, se concibe la comunicación como esencial a la disputa política, en especial si se propone construir una sociedad democrática porque, como dice Fraser, para que haya justicia es necesaria la democracia: es necesario que la voz de todas las personas sea escuchada para poder interpretar sus necesidades y demandas. En estos casos, la noción de democratizar la comunicación pone énfasis en los medios, en la lucha por la construcción de mayor poder relativo, con la idea implícita de que el incremento de la participación popular a partir de garantizar el incremento de sus posibilidades para hacerlo, implicará un cambio hegemónico. En estos casos, el procedimiento construye el fin.

...uno debía construir un medio alternativo porque trataba de romper la hegemonía, o el monopolio en términos económicos, dentro de la especificidad de medios alternativos, o de voces, según el caso, de los medios dominantes. Pero (...) [en Infored] nos planteábamos tratar de construir una agenda, incluso una agenda pública... (García E, 2008: 85)

...una radio (...) que esté (...) poniendo en diálogo a la universidad con la sociedad (...) los actores principales con los que queríamos dialogar eran las organizaciones sociales. (...) piqueteras, de desocupados, las vecinales, culturales, etc. y que no tenían cabida dentro de los grandes medios. Entonces empezábamos a ver la construcción de una agenda temática, pública, diferente a la que estaban trabajando los medios. En ese sentido, empezábamos ya a definirnos como una radio alternativa también. (Ramos E, 2009: 14)

La comunicación alternativa es asumir que siempre será la segunda marca (...) Contrainformación puede ser, informar lo que los otros ocultan o develar lo que mienten, pero suena demasiado a película de espías. Contrahegemónica, es demasiado pretencioso. Por eso prefiero llamar [a lo que hacemos en Prensared] comunicación alterativa. (...) La comunicación que alborota el orden impuesto, que cambia el *statu quo*. (Oliva E, 2008: 161)

La función estratégica (Da Porta, 2008) de articulación de experiencias organizativas con otros semejantes y con otros diferentes, pero solidarios con las propias luchas (Mata, 2009) de los medios alternativos, permite pensarlos como estrategias de repliegue, de “retiro y reagrupamiento”, pero también de “entrenamiento” para luego volver a disputar en la esfera pública hegemónica u oficial con actividades dirigidas a públicos más amplios (Fraser, 1997: 17). Esto supone, como es evidente, la confrontación interpúblicos por la redefinición de qué, quién y cómo de la esfera pública: los tópicos que son considerados públicos –y la disputa por sus sentidos-, la visibilidad y voz de los sujetos habilitados y legitimados para hablar, y las modalidades expresivas y condiciones estructurales de propiedad de los medios, aceptadas. Por eso, estos “contrapúblicos subalternos” –en términos de Fraser-, en la medida en que surgen como respuesta a exclusiones dentro de los públicos dominantes -aún cuando no son siempre necesariamente virtuosos, democráticos e igualitarios-, contribuyen a extender el espacio

discursivo, lo que implica una ampliación de la confrontación discursiva. Asumen, por tanto, “una orientación pública” (Fraser, 1997: 116). En efecto, trascender lo particular hacia lo “común y general”, en este caso por medio de alianzas con “otros diferentes”, es una de las dimensiones en que se construye “lo público”, según Rabotnikoff. Lo alternativo implica perseguir objetivos políticos que, al realizarse en beneficio de toda la sociedad, adquieren un carácter social de intervención pública. Estos objetivos se construyen alrededor de la relación del medio con sujetos colectivos protagonistas de lo social y lo público, y de un determinado posicionamiento expresado a través de contenidos explícitamente políticos. La articulación entre actores que impulsan causas particulares con ‘orientación pública’, aparece entonces como condición necesaria para la disputa por la definición de los tópicos que serán considerados públicos, comunes a todos, por el “qué” de la esfera pública. “Lo público como lo que es de interés o de utilidad común, que atañe a lo colectivo, que concierne a la comunidad” (Rabotnikoff, 1997: 17) se define y amplía en la esfera pública por la disputa entre los grupos sociales.

Si lo alternativo tiene orientación pública, las opciones se vinculan con las posiciones de poder relativo y las posibilidades de incidencia que se tenga: se va por más cuando más se puede, se elige entre lo que se ve como posible de llevar a cabo. Lo alternativo es lo que es visto como posible de llevar a cabo dadas las circunstancias. Cuando el espacio de posibles se amplía – también como consecuencia de las prácticas de estos agentes- sus opciones estratégicas cambiarán. Esta orientación pública de algunos medios alternativos permite comprender por qué los agentes que los impulsaron pudieron luego hacer el pasaje hacia la reivindicación de la comunicación como derecho humano universal y servicio público.

La preocupación y la apuesta por la masividad que se registra en casi todas las prácticas de comunicación alternativa que se dieron en esta época, también implican esta orientación pública. Los comunicadores alternativos tampoco escapan a la influencia de la capacidad modeladora de los medios masivos en tanto espacios centrales en la constitución de la esfera pública. Esto se pone de manifiesto cuando la medida del éxito en la intervención comunicacional, en los casos en el que el enfoque es el de una comunicación instrumental, que se adapte a las condiciones del espacio público existente, y en la que las acciones tienden a tener una mejor *performance* con esas reglas de juego impuestas por los medios masivos, aparece ligada al impacto en los medios masivos y comerciales pre-existentes (Fernández E, 2008: 16). En esta línea, la opción de utilizar las “brechas” existentes en los medios masivos y comerciales –estrategia que siguieron SOS País, Comunicadores Solidarios y, en parte, Prensared- aprendiendo sus códigos, empleando sus recursos y relacionándose con profesionales de esos medios, es una de las modalidades que Mata (2010: 2) sostiene que encontró la voz de los sectores subalternos en las sociedades mediatizadas

para hacerse públicamente audible, interactuar y confrontar con otros. Esta estrategia implicó el aprendizaje de códigos, el uso de recursos ajenos y el establecimiento de relaciones fluidas con profesionales de esos medios que “podían compartir un horizonte común con quienes impugnaban el orden social existente. Estas estrategias tuvieron incuestionables logros: “una mayor visibilidad de la marginación; la inclusión en la agenda mediática de múltiples conflictos que antes silenciaban y la irrupción en la escena de movimientos que (...) multiplicaron polifónicamente la presencia de lo excluido del poder en diferentes ámbitos de la sociedad” (2). Sin embargo, también tuvieron importantes costos. Al tener que pronunciarse bajo ciertas condiciones, “una modelación sutil –pocas veces reconocida-, hizo que esa palabra capaz de nombrar la diferencia, la opresión y las búsquedas de cambio, fuese incapaz o escasamente capaz de cuestionar las reglas del decir público”, que instituyen ciertos temas como “agendas obligadas”, unos hablantes legitimados como “mediadores sociales necesarios” y unas formas y estilos expresivos, como “la lengua franca mediática” (2).

Una naturalización en la que convergen la conciencia respecto del modo en que esas tecnologías y medios resultan funcionales al poder y la conciencia de la imposibilidad de modificar un estado de cosas del cual se es parte porque sustraerse al uso y consumo de esas tecnologías y medios supone quedar fuera del juego. (Mata, 2010: 2-3)

Por este motivo, organizaciones sociales que demandan transformaciones de las relaciones económicas y políticas, “que reconocen la existencia de derechos negados y pugnan por revertir esa situación, no realizan demandas específicas vinculadas a los derechos de comunicación” (2).

La búsqueda de masividad de lo alternativo se articula a lo público en tanto se justifica desde el carácter que lo hace deseable para toda la sociedad. Este carácter público conlleva la necesidad de considerar las implicaciones de las intervenciones del medio. Lo público acarrea una responsabilidad por el lugar que ocupan los medios. Además de la ya analizada orientación pública de algunas prácticas de comunicación alternativa y su preocupación por lo masivo, en estos años, la articulación de las prácticas comunicativas alternativas con lo público se dio también a través de los medios estatales. Se los consideró un espacio a ocupar por lo alternativo. Aún en los colectivos que impulsan prácticas alternativas y autónomas, se evidenció una creciente valoración positiva de los medios públicos en su papel para disputar nuevos sentidos y hacer aparecer actores en la escena pública. Lo público-estatal se manifestó como un espacio externo y ajeno, que se valoró como espacio a ser disputado y ocupado por las prácticas de comunicación alternativa para llenarlo de nuevos temas, sentidos y actores.

Era un programa radial [sobre empresas recuperadas], en un medio [Radio Nacional] que consideramos que era legítimo como haberlo pensado en Radio Universidad, un medio estatal, que abordara este tipo de cosas y que tuviera como protagonista a esa gente, y todas esas experiencias, con lo complicadas y distintas que sean. (Fernández E, 2008: 5)

De estas maneras, después de décadas de predominio en las políticas comunicativas en particular, pero en todos los ámbitos sociales en general, del modelo privatista neoliberal ahora en crisis, resurge la cuestión de lo público con nuevo valor. Sin embargo, en esta época de alta movilización social y gran desconfianza ante las instituciones tradicionales, esta visión no es la dominante. Además, en este período, la disputa sobre la noción dominante de lo público en el campo comunicacional en Córdoba, carece todavía de propuestas alternativas definidas claramente. Estas tomas de posición se definirán con mayor claridad en los años siguientes.

Según Mata, los derechos a la comunicación –a la información pública, de réplica, a contar con legislaciones que garanticen el acceso a tecnologías y uso igualitario de medios, la lucha contra los monopolios informativos- son “recursos imprescindibles para que cada quien pueda pronunciar su palabra adversativa y en ese mismo movimiento de irrupción en el espacio público convertirse en actor social legítimo, en ciudadano”, y son condición de posibilidad de que otros derechos se efectivicen. Por eso, es en la articulación entre estrategias de comunicación propia con la lucha por legislaciones y derechos a comunicación, “donde la palabra silenciada habla en plenitud porque se reivindica como práctica fundante de la posibilidad de ser y actuar en tanto en un mismo movimiento impugna el poder decidir expresado en los grupos hegemónicos y el poder decir funcional a ellos expresado en el mercado mediático.” (Mata, 2010: 3)

4.2.4.2. Los sujetos cambian sus papeles. Mayor participación

En las condiciones analizadas y a partir del cambio en los criterios de valoración social, también en comunicación primaba un ánimo refundador: se cuestionaron los viejos modelos profesionales y se ensayaron múltiples nuevos modos de ser comunicador. En esta disputa por la redefinición del rol profesional, habida cuenta de sus posiciones y trayectorias, los productores de estas prácticas desarrollaron estrategias de gestión de su competencia. Cada acción emprendida pretendía redefinir las reglas de juego en el espacio público y se justificaba en la redefinición del deber ser del comunicador. Así, un aspecto relevante de las propuestas formuladas fue la modificación del lugar de los sujetos en relación con el valor de la participación:

- ✓ Las estrategias adaptativistas: el comunicador asesora a un sujeto caracterizado como incompetente para que sepa hacer, en Comunicadores Solidarios y SOS País. Se construye un rol tradicional de asesor de prensa y de “nexo” o agente de prensa entre la organización y los medios, pero esta vez al servicio de nuevos sujetos las organizaciones sociales y ya no actores del sector privado o del estatal. Sin embargo, las propuestas de Comunicadores Solidarios y SOS País tienen algunas diferencias. En SOS País se defendía el papel del profesional de la comunicación para realizar sus tareas específicas dentro de las organizaciones sociales

(Maldonado E, 2008: 16). En Comunicadores Solidarios, por el contrario, se impulsaba a que los integrantes de las organizaciones adquirieran el saber hacer comunicacional necesario para tener medios propios e incidir en los medios masivos (Fernández E, 2008: 1-3).

- ✓ En las estrategias alternativistas que construyeron medios alternativos: el público pasa a ser productor. En este período, a estos nuevos productores de información, se les propone que realicen sus prácticas en representación de colectivos: en tanto corresponsales populares que representan a una organización social. El comunicador, por su parte, articula a las organizaciones y administra el medio. Es el facilitador o promotor de redes de comunicación en Cordobanexo, Prensared y, en menor medida, en Radio Revés e Infored.

Los periodistas, la gente que trabajábamos en comunicación, veíamos que había una efervescencia social y que podíamos (...) cambiar el lugar clásico del periodista, que estaba como mediador entre distancias sociales complejas, (...) por un nuevo papel social que tiene que ver con este nuevo siglo y que es el periodista como facilitador, promotor de redes sociales de comunicación. (De Pascuale E, 2009: 13)

- ✓ En Radio Revés, Infored y en menor medida en Prensared, prevalece la figura del tradicional periodista mediador entre la sociedad y el Estado u otras instancias de poder. La diferencia estriba en la construcción de ese sujeto privilegiado beneficiario de la acción: los actores colectivos movilizados.

Prensared tuvo su impulso inicial en esa historia de que nosotros no hacemos prensa propia. (...) y la idea es tener un medio propio (...) se trata el tema de la censura, (...) no sólo a la discriminación informativa, a las cosas que emite el CISPREN (...) sino la censura dentro de las redacciones también, la necesidad de tener un ámbito donde los periodistas puedan publicar los temas que no les permiten publicar en sus empresas. (Oliva E, 2008: 92, 98)

- ✓ En las estrategias alternativistas que recuperaron una empresa mediática, es el periodista el que pasa de ser productor a dueño y gestor del medio. En Comercio y Justicia se amplía la participación de los tradicionales productores de información a la conducción del medio.
- ✓ En la propuesta pública, el tránsito se produce del público o productor al sujeto acreedor de derechos. El comunicador propone, impulsa, orienta, coordina y habilita espacios.

En otros términos, algunos de los nuevos modelos proponían continuar con los roles tradicionales del periodista y del asesor de prensa, pero al servicio, ya no de los sectores de mayor poder político y económico, sino de los nuevos actores sociales movilizados¹⁵⁶; mientras que en otros casos, se propone un nuevo rol del comunicador como articulador o facilitador de redes; o como dueño, director y gestor del medio, en los que los antiguos públicos aparecen como actores y productores de comunicación. En tanto, emerge una propuesta que plantea tanto a propietarios, productores y públicos como acreedores y responsables del derecho a comunicar.

¹⁵⁶ Estas propuestas se vinculan con la del Periodismo Social que plantea que las fuentes periodísticas privilegiadas deben ser las del sector social en lugar de ser las vinculadas al poder político y económico (Cytrimblum, 2004).

La redefinición del rol del comunicador en este período de fuerte movilización social, implica también una reubicación del profesional frente a las organizaciones sociales. Esta tensión fue característica del período incluso entre periodistas de medios masivos¹⁵⁷. “Había un desconocimiento tan grande” de los periodistas de medios masivos sobre el universo de las organizaciones sociales. El desconocimiento iba acompañado de la desconfianza y la necesidad de “chequear quién es quién” procurando superar la visión romántica sobre la sociedad civil que predominaba en aquellos años (Maldonado E, 2008: 8).

En tanto, la mayoría de las organizaciones sociales desconocía la lógica de los medios “que no tiene absolutamente nada que ver” con la suya: “las organizaciones ponen el acento en los procesos; en cambio los medios ponemos el acento en los resultados” (Maldonado E, 2008: 9). Comunicadores Solidarios coincide en su diagnóstico sobre las carencias de las organizaciones con respecto a su desconocimiento de la lógica mediática y de cómo incidir en ella, de periodistas “más o menos piolas” que pudieran ser potenciales aliados, y del manejo de las herramientas de comunicación (falencias que ellos contribuirían a solucionar). “[M]ás allá de las caracterizaciones que uno puede tener sobre los medios, que visibilizan lo que quieren visibilizar e invisibilizan una gran cantidad de cosas... también está esto otro: si vos no les decís que vengan, no les mandás una gacetilla, o no los ponés en escena... milagros no hay.” (Fernández E, 2008: 1).

Por otra parte, “con la organizaciones que no tienen un buen trabajo en terreno, esto de la comunicación hace agua por todos lados. Porque demasiado esperan de la comunicación”. En cambio, quienes tienen buen trabajo de base, incluso distinguen qué medios de comunicación utilizar según sus fines: para convocar a sus beneficiarios, usan los canales locales y barriales, y sólo recurren a los grandes medios “para legitimar la institución, (...) para asentar posición sobre algo”. En la relación con los periodistas de medios masivos, dice Maldonado (E, 2008: 25) que las organizaciones solían perder de vista que se trataba de una “negociación y de entender que uno tiene el poder de la información, que es la organización, y el otro tiene el poder del espacio en un medio” y que, por lo tanto, no hay que “pedir por favor a un periodista”.

4.2.4.3. Autonomía versus institucionalización. Las damas o el ajedrez

Las nuevas modalidades de organización y práctica política eminentemente societal, basista y asamblearia (en red o alianza horizontal)¹⁵⁸, inspiraron la constitución de colectivos y grupos de intervención en comunicación con similares características. Y los nuevos modos que se estaban ensayando en el campo económico (clubes de trueque, cooperativas de trabajo, bancos de

¹⁵⁷ Sobre este tema, ver también Segura, Córdoba y Nicolino, 2005.

¹⁵⁸ Sobre “el problema de las dimensiones” para la democracia directa (sus dificultades en sociedades masivas y sus posibilidades en espacios locales, lugares de trabajo, etc.), ver: Macpherson, 1991: 113-138; Barber, 1998: 281-296.

microcrédito, emprendimientos colectivos y otras figuras de la economía social¹⁵⁹) permitieron ver como posible y deseable impulsar nuevos modos de propiedad y de organización de la producción y el trabajo en un medio de comunicación. Así, las prácticas de algunos colectivos de comunicación surgidos en esta época, adoptaron algunas de las particulares características de las prácticas de otras organizaciones sociales de ese período: autoorganización, horizontalidad, participación, asamblea y autonomía. Estos cambios en los modos tradicionales de organización social y militancia política, pueden ser entendidos como aprendizajes realizados ante situaciones nuevas, lo que Bourdieu denominaría un “ajuste” del habitus.

En general, se experimentaron nuevos modos de organización institucional y producción económica que se postulan más democráticos, tendientes a una mayor participación ciudadana, de modo más directo y horizontal, incluso en la toma de decisiones y la gestión. No es posible afirmar, sin embargo, que la democratización institucional y la económica hayan sido estrategias concomitantes con la propuesta de democratizar las comunicaciones. Se trata, no obstante, de estrategias tendientes a generar aceptabilidad dadas nuevas condiciones sociales en las que se cuestionan las instituciones representativas y jerárquicas tradicionales¹⁶⁰.

Además, la cuestión de la organización institucional y de la producción económica no es menor en operadores no comerciales en un sistema de medios en el que, aún para grandes operadores comerciales, hay serias restricciones a la competencia (Becerra y Mastrini, 2009: 223).

En todos los colectivos de comunicación surgidos en esta época se discutió la cuestión de la autonomía, la militancia y la autogestión, frente a los condicionamientos que supondría la pertenencia a una institución tradicional, la relación de dependencia laboral o el financiamiento de organismos externos. La búsqueda de autonomía radical iba de la mano con las prácticas de democracia directa, asamblea y horizontal. La autonomía, sin embargo, presentaba el problema del financiamiento de la experiencia, mientras que las instituciones tradicionales garantizaban recursos básicos para el sostenimiento de las experiencias (De Pascuale E, 2009: 28-29) como lugar de reunión en Cordobanexo (Roitman E, 2008: 13), energía eléctrica y teléfono (Debanne E, 2008: 119). Se presentaba también el problema de la acumulación y transmisión de saberes y experiencias: “una dificultad muy de la época (...) tiene que ver con cómo se sostienen y crecen organizaciones que se pretenden horizontales en su toma de decisiones y abiertas, inclusivas. (...) otras experiencias lo resolvieron por la institucionalización. (Debanne E, 2008: 68, 154, 167).

En la mayoría de las experiencias se presentó el debate sobre cuál era el alcance de la autogestión y qué era el “trabajo digno”, tal como sucedía en esa misma época con las

¹⁵⁹ Al respecto, ver Coraggio, 2007.

¹⁶⁰ Esto es una diferencia con las organizaciones que en los 60 y 70 impulsaban la democratización de las políticas nacionales de comunicación que no se reivindicaban a sí mismas como democráticas.

organizaciones piqueteras y con muchas otras organizaciones sociales y comunitarias. Se plantea la disyuntiva entre el trabajo asalariado y el trabajo “no explotado” por fuera de los límites del trabajo asalariado y en condiciones de autogestión; se formula, además, la pregunta sobre la supervivencia económica vinculada a la autonomía organizativa: “¿Es la autogestión sólo una forma de paliar transitoriamente la crisis o bien es el punto de partida –modesto y limitado, por cierto- de un proceso de recreación de las identidades y las relaciones sociales, que marca la posibilidad de desarrollo de una nueva economía solidaria?” (Svampa y Preyra, 2003: 223). Se procuraba crear emprendimientos que permitieran crear relaciones y vínculos sociales distintos “donde se valoricen trabajos, saberes, capacidades” que en el mercado no son valorizados y que “básicamente tienen el valor de reproducir la vida” (Abramovich, 2003: 23).

El debate sobre las posibilidades y limitaciones de la llamada economía social, solidaria o popular –en las que se englobaban micro-emprendimientos, cooperativas, clubes de trueque, bancos de la buena fe, empresas recuperadas por sus trabajadores y otras experiencias de auto-producción y subsistencia pero también empresas capitalizadas¹⁶¹-, fue abordado públicamente, como ya vimos, por algunas de estas experiencias, como Cordobanexo en un Foro sobre este tema y por Comercio y Justicia en su política de contenidos. Esto puso de manifiesto la relevancia que adquirirían los ensayos organizacionales y productivos en estos nuevos medios.

Además, estos nuevos emprendimientos generaron expectativas de empleo en la propia profesión en un contexto con alto índice de desempleo, subempleo y trabajo en negro, expectativas que, sin embargo, no llegaron a cumplir (De Pascuale E, 2009: 80; Oliva E, 2008: 132; Fessia E, 2010: 40-42).

La tensión entre la pretensión de autonomía y la necesidad de contar con recursos para funcionar, se intentó resolver con la adopción de diversos modelos institucionales. Las estrategias de autogestión y autofinanciamiento fueron diversas de acuerdo con el modelo elegido. Las experiencias cuyas tomas de posición se analizan, asumieron cuatro formas organizativas:

1. Experiencias relativamente autónomas que se proponían contribuir a articular experiencias sociales, basistas, asamblearias, de democracia directa y participativa, pero insertas dentro de instituciones preexistentes, tradicionales, consolidadas y regidas por mecanismos de democracia representativa como el gremio de prensa en el caso de Prensared, la universidad pública en los casos de Cordobanexo y Radio Revés. Se trataba, sin embargo, de instituciones que resguardaban su prestigio y legitimidad frente a la sociedad (Roitman E, 2008: 13), tal vez porque eran relativamente autónomas y también porque en ellas se habían producido críticas y movilizaciones contra las políticas neoliberales predominantes en la década anterior.

¹⁶¹ Sobre las experiencias en Córdoba, ver revista *Desafíos Urbanos* No 43, dic. 2003/ene. 2004.

...discutimos que no deberíamos formalizarlo de ninguna manera, sino mantenernos en los márgenes de la institución, que también era la discusión que estaba dando vueltas por las asambleas. (...) para mantener la autonomía. (...) no pedir proyectos desde la Secretaría de Extensión, no debíamos hacer nada. (Roitman E, 2008: 15)

...tenía mucho del clima de época, de la discusión política (...) (para) todos los movimientos sociales el Estado era el enemigo. (...) si (para nosotros) la gestión no es el enemigo, (...) entonces, el Centro de Estudiantes puede sacar una radio. No la tenés que sacar fuera de la Universidad ni en otro lado super-independiente. (Maffini E, 2009: 99)

Esa autonomía relativa al interior de las instituciones fue objeto de disputas. En estas luchas, fue central el modo de construir la historia institucional y de insertar en esa trayectoria, la nueva propuesta. Es preciso tener en cuenta aquí que en la construcción de la historia no se pone en juego la verdad histórica, sino que las estrategias discursivas empleadas para hacerlo son el resultado de una selección, dentro de alternativas posibles, que resulta comprensible y explicable habida cuenta de la posición en determinado sistema de relaciones del agente que la produce. “La disputa por la verdad histórica constituye, de hecho, una competencia por la producción e imposición de sentidos, de visiones y divisiones acerca de lo digno y lo indigno, lo imitable y lo despreciable, los buenos y los malos” (Costa y Mozejko, 2001: 70). Así, por ejemplo, el relato sobre el inicio de la experiencia de Prensared que realizan algunos de sus principales protagonistas muestra dos modelos en pugna: el autonomista y el institucionalista.

...empezamos a funcionar sin formalización. (...) primero estuvimos discutiendo tres meses si era una asociación civil, una fundación, un espacio del sindicato. Algunos sostenían que esto nacía del sindicato, entonces era parte del sindicato, y otros decíamos que no, que teníamos que tener cierta autonomía.” (De Pascuale E, 2009: 14)

Prensared (...) es iniciativa de un Congreso [de Trabajadores de la Prensa y la Comunicación de Córdoba], creo que el de Río Cuarto del año anterior [2002] (...) la idea es tener un medio propio (...) Eso tiene que haber salido incluso de la Comisión de Acción Profesional, que es donde se trata el tema de la censura. (Oliva E, 2008: 93)

Para solucionar la aparente paradoja de trabajar autónomamente pero al interior de una institución, los integrantes de Prensared recuperan la genealogía institucional procedente de la unificación de tres asociaciones –a la que hicimos referencia en el Capítulo 2- de la que hacen derivar –¿“naturalmente”?- las prácticas impulsadas. Esta estrategia tiende a hacer aceptable su posición tanto dentro de la institución, legitimando las prácticas propuestas como parte de la tradición institucional, como hacia fuera de la entidad, construyendo la aceptabilidad de su filiación institucional en momentos en que éstas estaban muy desprestigiadas en tanto que se otorgaba mayor relevancia a las prácticas autónomas.

Lo que hoy definimos como sindicato de prensa, es una organización resultante histórica de distintos tipos de organizaciones que nuclearon a periodistas durante más de cien años en Córdoba. Los periodistas se han agrupado en organizaciones no solamente como sindicato; (...) Primero lo hacen en torno a (...) organizaciones profesionales de periodistas (...) Entonces, lo que buscábamos era cubrir estas dos inquietudes que siempre habían vinculado a los periodistas que eran: organizarnos socialmente en torno a nuestras necesidades y a nuestras expectativas. (De Pascuale E, 2009: 13)

Radio Revés se inserta en la tradición institucional que construye su origen en la experiencia de Contrainformación relatada en el Capítulo 2.

[La radio nace] [m]uy parada sobre un imaginario de la ECI, de la radio en la ECI, con toda la mística de la contrainformación. En ese momento todavía estaba puesta ahí la antena que habían sembrado [la agrupación estudiantil] Los Díscolos. (Debanne E, 2008: 20)

En estas experiencias relativamente autónomas dentro de instituciones preexistentes, los modos de financiamiento mostraron la tensión entre la necesidad de garantizar los recursos básicos para funcionar, los intentos de los impulsores de estas prácticas por autonomizarse económicamente buscando financiamientos alternativos y también los de los directivos de las entidades de usar el manejo de recursos como estrategia de premios y castigos.

Incluso yo había alquilado un sitio [web] (...) y era un despelote, no andaban bien y lo pagaba yo... así que la falta de institucionalización (...) te permitía más libertades, pero por otra parte, era insostenible. (Roitman E, 2008: 51)

...hubo un enfrentamiento muy fuerte con la dirección (...) lo que nos quitó un poco de apoyo, y eso llevó a cerrar más filas en la radio y pensar mecanismos de autogestión y de autofinanciamiento que iban desde los unitarios pagaban una cuota (...) y esa guita era para los operadores básicamente, y después festivales, recitales, fiestas, peñas... (Ramos E, 2009: 35)

La militancia puede sostener esto que tenés. (...) que es muchísimo (...) Pero también ése es el límite. (...) porque no podemos tener recursos por fuera de la universidad (...) no hay forma de tener plata. (Medina E, 2009: 141)

Y fuimos madurando este proyecto con la idea de convertirlo en una asociación civil sin fines de lucro. (...) para poder recibir fondos (...) para trabajar. (...) todo esto terminó mal (...) Nosotros actuábamos muy libremente pero estábamos al medio de una institución que tiene sus reglas institucionales (...) y, básicamente, esa cultura organizacional en un sindicato es la verticalidad. (De Pascuale E, 2009: 2, 7)

2. Empresa cooperativa de trabajo es el caso del diario Comercio y Justicia. Era una empresa mediática de propiedad privada. Ante su quiebra, los trabajadores la recuperan y conforman una cooperativa que les asegura trabajo autónomo y autogestionado.

...empezó a haber un abandono (...) a principios del 2001 o a fines del 2000 llegamos a trabajar un domingo y se habían robado las computadoras. (...) Llevamos computadoras nosotros, de la casa, hicimos un acuerdo con La Voz del Interior...nos lo imprimió. (...) Nos organizamos y salió. (...) Fue rápidamente resuelto sin la intervención de los dueños. (...) Después (...) empezamos a ver los números de la empresa (...) nos empezamos a involucrar más (...) cuando nos dijeron: 'No venimos más', ya nos habíamos hecho cargo de la cuestión operativa. Cuando la empresa quiebra (...) en diciembre del 2001 (...) había varios que teníamos la convicción de que esto de alguna u otra forma salía para adelante. (...) ser una cooperativa. Porque veíamos que era la única forma de poder continuar con la explotación en manos nuestras. (Mirad E, 2009: 22-30)

3. ONG como ADCS, o como pretendió ser Prensared, y proyectos con financiamiento externo como SOS País. La constitución de ADCS, el modo de financiamiento de SOS País aún cuando no se haya constituido como asociación civil y el intento de Prensared de conformar una ONG, se sumaban en apenas unos meses, a las dos únicas asociaciones civiles sin fines de lucro dedicadas específicamente a comunicación que se habían fundado

más de quince años antes en Córdoba y que mencionamos en el Capítulo 2: CECOPAL (Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal, responsable de la radio comunitaria FM Sur y de la revista Desafíos Urbanos) y la Mutual Carlos Mujica que sostenía a la radio comunitaria La Ranchada¹⁶². Las demás ONGs existentes en ese momento recién comenzaban a preocuparse por la cuestión comunicacional pero como estrategia de prensa y de incidencia en los medios masivos.

Como vimos en el Capítulo 2, las ONGs habían cobrado protagonismo en la Argentina a partir de los años '80 “asociado, por un lado, a la clausura política y sindical ocurrida en la última dictadura militar y por el otro, aunque más recientemente –la década siguiente-, a su rol de subsidiaridad frente al retraimiento del Estado de Bienestar” (Gutiérrez, 2005: 159).

Elegimos el formato de una organización no gubernamental (...) por[que] nos permitía una serie de acciones de intervención social, política y cultural más grande que las que podía tener la cooperativa, que era una organización económica (...) entre fundación y asociación civil, decidimos asociación civil porque era más democrática, permitía mayor nivel de participación y de organización horizontal (...) y permitía la expresión más amplia de todos los miembros, sin limitaciones jurídicas. (García E, 2008: 2)

[SOS País] [f]ue un proyecto, no fue una organización. Nunca quise constituir una ONG, porque si no iba a tener que ocupar el 80 por ciento de mi tiempo [en] gestionar la organización y no en hacer lo que en realidad quería hacer que era periodismo... (Maldonado E, 2008: 35)

ADCS recibió financiamiento de empresas para Infored, de la Asociación por los Derechos Civiles (ADC)¹⁶³ para los proyectos de investigación y del Instituto para la Cultura, la Innovación y el Desarrollo (INCIDE)¹⁶⁴ para la Red de Mensajeros. ADCS y Cordobanexo sumaron pasantes del Programa de Voluntariado Universitario de la UNC¹⁶⁵. SOS País recibió financiamiento de Fundación Avina¹⁶⁶ y del Programa COMPAS¹⁶⁷. El Programa de Voluntariado y COMPAS se habían puesto en marcha en esos años en las dos casas de altos estudios como un modo de respuesta de las instituciones educativas a las demandas del sector social ante el retiro del Estado.

...siempre hubo un apoyo básico que permitió funcionar, pero no permitió nunca un desarrollo más importante. No éramos sustentables en cuanto desarrollo económico.

¹⁶² Prensared no llegó a conformar una asociación civil independiente del gremio y ADCS se desactivó en el año 2004. Por lo tanto, a la fecha de escritura de esta tesis, sólo subsisten las dos asociaciones civiles dedicadas a la intervención en comunicación que habían surgido en los años 80.

¹⁶³ ADC fue fundada en 1995. Procura incidir en lo jurídico e institucional. Entre sus áreas de trabajo se cuentan el acceso a la información pública y la libertad de expresión.

¹⁶⁴ Entidad civil sin fines de lucro que surgió en Córdoba en 1993, época de multiplicación de ONGs, según vimos en el Capítulo 2. Ejecuta y financia proyectos de desarrollo social con fondos de fundaciones empresariales. Miembros de INCIDE habían integrado en 2001-2002 la Red Ciudadana Principio del Principio mencionada en Capítulo 4.

¹⁶⁵ Funcionó en la UNC entre 2000 y 2006.

¹⁶⁶ Fundada en 1994 por el empresario suizo Stephan Schmidheiny. Se “asocia” con “líderes sociales”. Trabaja específicamente en periodismo y comunicación. Posee sedes en 12 países de Latinoamérica, entre ellos, la Argentina.

¹⁶⁷ Programa Integral de Desarrollo de la Sociedad Civil creado en 1999 por el Instituto de Ciencias de la Administración de la Universidad Católica de Córdoba, Fundación Minetti, Fundación Telefónica y Asociación *Hispanics in Philantropy*.

Podíamos sostener el recurso humano, pero no el desarrollo económico. Eso se complicó con el tiempo. (García, 2008: 79)

...ellos te digitan... los financiadores son los que te dicen hasta dónde vas a llegar. Por eso es necesario tratar de ser lo más autónomo posible en la gestión de recursos y es muy difícil con este sector [de las organizaciones sociales], porque no está acostumbrado (...) a pagar comunicación... (Maldonado E, 2008: 39)

4. Colectivo voluntario y sin financiamiento más que los recursos propios de cada integrante, fue el de Comunicadores Solidarios (Fernández E, 2008: 126-127).

4.2.4.4. Los nuevos soportes digitales

La mayoría de estas experiencias, salvo la radio, desarrolló medios digitales (incluso el diario) debido a las facilidades de acceso y costos.

Como se dijo en el Capítulo 3, las protestas del 19 y 20 de diciembre de 2001 habían marcado también un punto de inflexión en la Argentina en el uso del soporte de las tecnologías de la información y la comunicación para la circulación de información, el debate, la convocatoria y organización de la protesta social. Luego, “algunos de los activos participantes de los foros públicos comenzaron a fundar sus propios sitios” en vistas de ir “más allá de lo virtual” y promover, entre otros fenómenos, el de las asambleas vecinales (Galli, 2002), como fue el caso de Cordobanexo. Así, entre 2002 y 2003, emergieron numerosos sitios dedicados a la protesta social -cacerolazos, piquetes, escraches, denuncias, protestas de deudores y de ahorristas, y propuestas impulsadas por grupos de diversa índole: ahorristas, desocupados, asambleaístas, deudores, de izquierda y otros ciudadanos¹⁶⁸. Esto habría puesto en evidencia “la doble apropiación que ejercieron los sujetos: del espacio urbano y del espacio virtual” (Andretich, 2005: 77-78). Sin embargo, esta “apropiación” no estuvo exenta de dificultades.

Incluso discutíamos sobre el problema tecnológico, cómo la *internet* es una construcción social y el código técnico está sesgado por el capitalismo. Entonces estamos resignificando el código técnico, no teníamos que hacer plantillas tan estándar, sino que teníamos que dejar que las asambleas metieran sus cosas, con sus colores, porque eso permitía la pluralidad. Bueno, mentira [risas], porque en realidad era un laburo andar copiando y pegando, pero teníamos todo ese discurso. (Roitman E, 2008: 34)

Además, cabe destacar, como lo hace Diani (1999: 13), que “las redes virtuales operan mejor cuando están respaldadas por vínculos sociales reales en comunidades específicamente localizadas”, de tal modo que “la contribución más notable de la comunicación mediada por computadoras a los movimientos sociales parece ser instrumental”¹⁶⁹. Además, recuerda que “la comunicación mediada por computadoras parece reflejar las inequidades más que superarlas”, en la medida en que su acceso es fuertemente correlativo a la clase y el estatus. Sin contar con que

¹⁶⁸ Andretich menciona y describe unos 40 sitios de estas características (2005: 26- 30).

¹⁶⁹ Máximo (2006) sostiene que en las herramientas digitales de socialización, más que entablar nuevas relaciones, los sujetos reproducen sus vínculos sociales pre-existentes.

“mientras su contribución a poner en red a organizaciones ciudadanas es innegable, su contribución a las operaciones de agencias de control social, militares, gobiernos y corporaciones es –al menos cuantitativamente- más grande”¹⁷⁰.

4.3. Los lugares de producción

¿Por qué estos agentes optaron por desarrollar estas estrategias y no otras? Este interrogante tiene dos dimensiones, a saber: (1) las prácticas desarrolladas en tanto tomas de posición que fueron analizadas en la Sección anterior, y (2) los agentes en tanto identidades sociales construidas a partir de una posición y una trayectoria que, en el marco de ciertas condiciones, determinan su lugar social.

El interrogante acerca de cómo explicar que los agentes sociales considerados hayan producido las prácticas de intervención comunicacional que se analizaron, fue respondido por algunos autores en términos de “clases social” y de “cultura”:

...las jornadas de diciembre de 2001 (...) no sólo tornaron visibles, sino que potenciaron la expresión de importantes fuerzas culturales, cuyos protagonistas centrales fueron diferentes sectores de las clases medias. (...) La participación de estos grupos culturales en el proceso asambleario desarrollado durante 2002 en las grandes ciudades, fue muy importante. (...) los sucesos de 2001 volvieron a situar –al menos por un momento- en el centro de la preocupación el rol articulador de las clases medias. (...) ese conjunto de manifestaciones múltiples pusieron en evidencia –y dejaron como legado- la importancia cultural en el proceso de redefinición de las clases medias movilizadas. (...) la cultura, como último bastión de una identidad perdida o en crisis, se resignifica como eje de reconstrucción de la subjetividad y, a la vez, como expresión de la resistencia colectiva. (Svampa, 2005: 154- 157)

Esta explicación permite caracterizar la orientación general de la acción, apropiada para generar prácticas semejantes, atribuida a un grupo social que posee similares condiciones objetivas de existencia, ha tenido una trayectoria común y controla un conjunto de propiedades comunes objetivadas e incorporadas, en los términos en que Bourdieu (1988) define a las clases sociales¹⁷¹. Estas propiedades incorporadas y objetivadas de los agentes y grupos de agentes (clases) constituyen factores explicativos de sus prácticas en tanto delimitan sus posibilidades de acción. Sin embargo, en cada campo, según su lógica específica, no todas tienen el mismo valor. De acuerdo con el “juego de escalas” (Revel, 1996) al que aludimos en el Capítulo 1, esta explicación se sitúa en el nivel macro del proceso social global, que no es suficiente para

¹⁷⁰ La traducción es nuestra.

¹⁷¹ Svampa no parece hablar de clases en el sentido marxista del término, definido por la propiedad o no de los medios de producción (Marx, 1857) o por el tipo de ingresos (Marx, 1894); ni en el sentido weberiano, definido por el poder de disponer de bienes y servicios por los cuales se pueda obtener ingresos en el mercado (Weber, 1944).

comprender las diferencias en los posicionamientos y estrategias desarrollados, ni las diversas capacidades de incidencia que tuvieron los diferentes agentes sociales dentro de determinado sistema de relaciones, que son objeto de este trabajo. De allí la necesidad de afinar el análisis para precisar cómo se construyen, en el sistema de relaciones que nos ocupa, las posiciones de poder relativo que fundan la posibilidad de cada agente de tomar posición y de imponer su visión.

Persiste entonces la pregunta: ¿Qué hace que un agente individual o colectivo actúe como actúa? Desde la perspectiva de análisis propuesta, para comprender/explicar las tomas de posición cuyas características, recurrencias y variaciones fueron analizadas, es necesario construir el lugar que los agentes que las produjeron ocupaban, individual o colectivamente, en la estructura del campo, teniendo en cuenta sus trayectorias. Cabe destacar que, según se dijo en el Capítulo 1, la relación entre el lugar social y las prácticas no es de causa-efecto y que, por ende, las prácticas producidas no fueron las únicas posibles dado el lugar de quien las realizó. Por lo tanto, las relaciones que establecemos son líneas de sentido que presentan matices.

Tomas de posición	Organización	Posición Agente Colectivo		Posiciones y Trayectorias Agentes Individuales
Adaptativas De menor radicalidad: Propone aprender a jugar con las reglas existentes	Comunicadores Solidarios	Colectivo	Agrupaciones informales	Estudios inconclusos de comunicación y otras carreras, militancia política “silvestre” en agrupaciones de izquierda y anarquistas discontinua, empleos precarios y/o de baja calificación
	SOS País	Grupo de dos personas		Con empleo formal como periodista en empresa mediática, estudios en comunicación, trayectoria de militancia gremial
Alternativistas De mediano nivel de radicalidad: Definir las reglas de juego al interior del medio propio	Infored	Asociación civil sin fines de lucro	Instituciones nuevas pero con personería jurídica y recursos económicos comprobables	Periodistas y otras profesiones, estudios universitarios completos, militancia en gremios de prensa, organismos de derechos humanos y agrupaciones estudiantiles, en ONGs
	Comercio y Justicia	Cooperativa de trabajo		Militancias gremiales y estudiantiles, periodistas empleados de empresa mediática, estudios completos de comunicación
	Prensared	En el gremio de prensa	Entidades relativamente autónomas en el marco de instituciones representativas tradicionales	Miembros de Comisión Directiva del sindicato. Militancia gremial y estudiantil, estudios completos de comunicación, periodistas desempleados o integrantes de cooperativa de trabajo y egresados de comunicación desempleados
	Cordobanexo	En la universidad		Secretario de Extensión y docentes de la universidad, estudios universitarios completos pero no en comunicación, militancias “difusas”

	Radio Revés	En la universidad		Estudiantes universitarios de comunicación, militancia estudiantil, agrupación que ganó el Centro de Estudiantes (que integra también a militantes de organismos de derechos humanos) y con apoyo de las direcciones de la unidad académica
--	-------------	-------------------	--	---

Como se ha mostrado, los agentes colectivos (organizaciones) que proponen cambios en las reglas del sistema comunicacional en Córdoba ocupan una posición marginal con respecto a los propietarios de los medios masivos y al Estado, por lo que proponen cambiar las reglas de un juego en el que carecen del control de la palabra, en términos que les permitirían aumentar su probabilidad de incidir en la definición de las reglas de juego del campo de la comunicación mediática. En otros términos, los agentes colectivos (gremio, universidad, organizaciones) que formulan las propuestas analizadas ocupan posiciones de menor poder relativo con respecto a los medios masivos de comunicación y con respecto al Estado en el campo de la comunicación mediática. Como vimos en el Capítulo 2 y en la primera Sección de este Capítulo, el gremio de prensa pertenece a la central obrera que incorporaba como afiliados a nuevos sujetos sociales –no sólo trabajadores- y había mantenido su oposición a las políticas neoliberales del gobierno nacional del período anterior, y en esos años impulsa medios alternativos y apoya la conformación de cooperativas de prensa en empresas recuperadas por sus trabajadores. La Escuela universitaria de comunicación en esa etapa implementa un nuevo plan de estudios, venía de un período de alto nivel de movilización estudiantil y docente contra las políticas nacionales de educación de los años 90, fue electa una directora con trayectoria ligada a las experiencias de comunicación comunitaria y a la investigación en estudios culturales en Latinoamérica, y su centro de estudiantes es conducido por una agrupación que reivindica la política académica no partidaria e impulsa emprendimientos de comunicación. En tanto, el grupo, el colectivo y la ONG que se conforman para impulsar estas prácticas tienen una posición de aún mayor debilidad en la medida en que tampoco tienen trayectoria institucional.

En particular, el poder relativo de los agentes –colectivos e individuales- que impulsan las prácticas analizadas es directamente proporcional a la radicalidad de las propuestas formuladas en términos de su pretensión de reforma del sistema comunicacional. Así los grupos que proponen adaptarse y aprovechar las brechas o fisuras son los de menor nivel de institucionalización, y los agentes individuales que los integran son quienes ocupan lugares sociales de mayor debilidad en términos de trayectoria laboral, educativa y hasta de pertenencia a colectivos militantes. En tanto, los agentes colectivos que establecen reglas propias en sus medios alternativos o recuperados, y que proponen estrategias de defensa en vistas a la formulación de nuevas reglas de juego, son

instituciones tradicionales (gremio y universidad) o nuevas pero institucionalizadas jurídicamente (ONG), mientras que los agentes individuales que las integran ocupan posiciones de mayor poder relativo en la medida en que pertenecen a instituciones, ocupan cargos de jerarquía dentro de ellas y tienen trayectorias de formación en comunicación y vinculadas a la militancia gremial, estudiantil, en derechos humanos, y a los emprendimientos comunicacionales.

Los agentes colectivos que llevan adelante las propuestas analizadas estuvieron en condiciones de hacerlo –entre otros factores- cuando los agentes individuales que los conducían, poseían orientaciones a hacer adquiridas a lo largo de su trayectoria, en el sentido de las reformas propuestas. Además, estos agentes individuales asumieron las conducciones elegidos por mecanismos representativos, por lo que se puede suponer también que estas orientaciones a hacer alcanzaron alto grado de aceptabilidad general en esas instituciones y que estos agentes individuales habían alcanzado alta legitimidad.

En este sentido, se constata cómo las condiciones sociales globales consignadas en la primera Sección de este Capítulo operaron como limitantes y como posibilidades operantes en los procesos de producción de las prácticas desarrollados por los agentes. En este período, las críticas condiciones socio-económicas incidieron en la posición de agentes que estaban desempleados o tenían empleos precarios, mientras que los nuevos valores jerarquizados socialmente a partir de la crisis institucional y la movilización social, permitieron también un cambio en la orientación de los agentes que resultaron electos en instituciones tales como el gremio de prensa y la escuela universitaria de comunicación.

4.3.1. Autoridades o precarizados

¿Por qué algunos de estos agentes sociales optan por la estrategia de plantear reformas en las reglas de juego del sistema de comunicación y, por lo tanto, en las relaciones de poder, en lugar de adaptarse a las reglas existentes? ¿Por qué otros asumen la estrategia opuesta? Acorde con la hipótesis de que el principio de explicación/comprensión de las prácticas se encuentra en su lugar de producción, formularemos a continuación tres proposiciones:

(1) Los agentes individuales que impulsan medios alternativos en instituciones preexistentes (Prensared en el CISPREN, Radio Revés en la ECI-UNC, Cordobanexo en la Facultad de Ciencias Económicas-UNC), ocupan posiciones de cierto poder relativo en sus espacios institucionales específicos. Después de 2001, el poder relativo de estos agentes en cada uno de los sistemas de relaciones donde participaban había aumentado al haber asumido en los últimos años la conducción en diversos ámbitos de las unidades académicas y de los centros de estudiantes de

la universidad, y en el gremio de prensa. De modo que, al momento de producir los discursos analizados, son agentes que ocupan lugares de poder (cargos jerárquicos electivos) en organizaciones marginales en el sistema comunicacional (universidades, gremios y agrupaciones estudiantiles). En estas posiciones tienen mayor capacidad y posibilidad de impulsar prácticas como las propuestas. Al ocupar cargos producto de elecciones, sus posiciones y posicionamientos son legitimados por el vínculo de representación que se establece con los integrantes de la institución. Además, habían accedido a esos lugares de poder institucional recientemente, razón por la cual estaban en mejores condiciones para desarrollar estrategias innovadoras.

Como vimos en el Capítulo 2, la agrupación estudiantil Arcilla había asumido la conducción del Centro de Estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Información en diciembre de 1998, lugar desde el que impulsaron la creación de Radio Revés. Además, la dirección de la Escuela de Ciencias de la Información fue encabezada de 2000 a 2002 por Ulises Oliva, y entre 2002 y 2004 por María Cristina Mata, con quienes la agrupación entabló vínculos de colaboración que les permitieron poner en marcha la radio. Mata, además, poseía una trayectoria vinculada a las experiencias de comunicación popular de Latinoamérica por lo que respaldó el proyecto (Mata E, 2010: 127) Por su parte, Adolfo Buffa era Secretario de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC al momento de impulsar Cordobanexo junto a sus colegas Dalmira Pensa y Susana Roitman. Ocupar este cargo le permitió garantizar ciertas condiciones institucionales mínimas necesarias para el funcionamiento de la experiencia (Roitman E, 2008: 16). Asimismo, Alexis Oliva y Javier De Pascuale integraban la Comisión Directiva del CISPREN como Secretario de Prensa y de Cultura, respectivamente, cuando crearon Prensared. Oliva y De Pascuale fueron dos de los integrantes más jóvenes de esa Comisión Directiva y su protagonismo en la vida sindical se vincula con conflictos laborales suscitados durante la crisis de 2001-2002: Oliva como delegado gremial en el gratuito El Diario de Bolsillo-Córdoba que finalmente cerró en diciembre de 2002, y De Pascuale en la recuperación de Comercio y Justicia, de cuya cooperativa fue el primer presidente.

La elaboración de la propuesta les permitió también diferenciarse de sus oponentes internos, generar reconocimiento y, por lo tanto, mantener o mejorar sus posiciones de poder relativo. Así, como vimos en el Capítulo 2, los militantes de la Arcilla buscaron diferenciarse de sus oponentes originales en la primera elección de representantes del Centro de Estudiantes a la que se presentaron en 1998, Los Díscolos, desprendimiento de Franja Morada que mantenía vínculos orgánicos con la UCR y controlaba el Centro de Estudiantes en ese momento (Maffini E, 2009: 92). Al mismo tiempo, procuraron diferenciarse de las agrupaciones estudiantiles de izquierda vinculadas a partidos políticos (97) e incluso de agrupaciones cercanas políticamente pero que no

asumían cargos de gestión (101), y también de una gestión de la Escuela que no resolvía los problemas de implementación del nuevo plan de estudios (98). Parte de las estrategias de diferenciación que desarrollaron estuvo vinculada a la puesta en marcha de emprendimientos comunicacionales que vinculaban comunicación y política, cuya máxima expresión fue Radio Revés. Prensared también permitió introducir una diferencia entre las corrientes internas en el gremio de prensa. Como se mostró en la Sección anterior, estaba además en juego la acumulación de poder en el gremio, las posibilidades de acción y los márgenes de autonomía que la mayor capacidad diferenciada de relación, basada en el control de recursos económicos, humanos y de vinculaciones con otras organizaciones, otorga (De Pascuale E, 2009: 2-14).

(2) Los agentes individuales que recuperaron la empresa editora del diario Comercio y Justicia, tuvieron como principal interés en juego mantener la fuente laboral, pero al mismo tiempo, cambiar el modo de producción para que sus trabajadores mantuvieran el control. Esto fue posible dadas las trayectorias gremiales, de formación y vinculadas a la experiencia práctica de generación de emprendimientos de sus integrantes, así como el abandono de los empresarios que les permitió contar con la infraestructura y el equipamiento necesarios, el apoyo del gremio y el aval de la justicia, en condiciones sociales en que las empresas recuperadas por sus trabajadores y la constitución de cooperativas de trabajo eran una opción posible y hasta deseable.

...había un grupo dentro de toda esa gente que peleaba por conservar su trabajo que veía posible autogestionar su trabajo, veía posible generarlo de alguna forma, así que mientras muchos decían: 'Quiero seguir trabajando para cobrar el mes que viene', muchos decían: 'Queremos trabajar pero puesto en marcha por nosotros.'" (Mirad E, 2009: 10)

(3) Los agentes individuales que constituyeron y dirigieron proyectos o nuevas ONGs en las que impulsaron estrategias de adaptación a las reglas de juego como SOS País o de medios alternativos como ADCS-Infored, ocupaban en sus respectivas organizaciones posiciones marginales y de mayor fragilidad que los anteriores porque o bien son empleados de las empresas privadas de comunicación masiva o bien están desempleados o subocupados. Estos periodistas formaban parte de instituciones centrales en el sistema comunicacional (empresas de medios masivos), pero ocupaban en ellas posiciones dependientes (empleados). El hecho de crear organizaciones no gubernamentales abrió, como ya vimos, una alternativa laboral y constituyó un medio adicional de mostrar sus competencias, generar reconocimiento e, incluso, mejorar su posición en el propio empleo y en el mercado laboral sobre la base de un nuevo valor socialmente relevante en las particulares condiciones sociales de esa época: el "compromiso".

La fundación de estos nuevos medios como una alternativa laboral también estuvo presente inicialmente en la experiencia de Prensared al momento de su constitución y fue uno de los principales motivos de disputa cuando al cabo de un año se decide la conducción definitiva del proyecto que finalmente no llegó a constituirse como ONG sino que siguió bajo la órbita del

sindicato. Se intentaba responder también a las necesidades de estudiantes avanzados o recientes egresados universitarios de la carrera de Comunicación Social que estaban desempleados, subocupados u ocupados en empleos ajenos a su profesión (De Pascuale E, 2009: 2 y Oliva E, 2008: 132). Esto se vincula con las condiciones -referidas en el Capítulo 2- de incremento de la matrícula estudiantil en las universidades públicas y en particular en las carreras de comunicación social, al tiempo que crecía en todo el país el desempleo, el subempleo y el empleo informal, y específicamente entre los trabajadores de prensa y comunicación, mientras que las organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro se multiplicaban y profesionalizaban, por lo que se convirtieron en alternativas laborales para profesionales, particularmente de las ciencias sociales.

(4) Los agentes individuales que conformaron el colectivo Comunicadores Solidarios que impulsó estrategias adaptativistas, se caracterizan, en general, por sus pertenencias precarias: militancia política y social inorgánica y discontinua (“militancia silvestre”), estudios universitarios inconclusos y no sólo vinculados a comunicación o carreras afines como cine; empleos precarios, de poco prestigio y no vinculados a la prensa y la comunicación (panadero, secretaria, empleados administrativos) y desempleados (Fernández E, 2008: 68-78). Quienes optan por desarrollar la estrategia menos institucionalizada y más radical en términos de pretensión de transformación del sistema social general, aunque menos radical en los términos de pretensión de reforma del sistema comunicacional global que aquí se analizan, son aquellos agentes cuyas trayectorias y posiciones están menos institucionalizadas.

4.3.2. Militantes y emprendedores. Lo posible y lo deseable

Para analizar los lugares de cada agente y sus relaciones en el momento en que producen los discursos que consideramos, es necesario reconstruir sus trayectorias. En la mayoría de los casos, los impulsores de estas iniciativas tenían una trayectoria de militancia social, política, estudiantil y/o gremial. Es posible distinguir tres procedencias centrales con las que se vinculan las características comunes de estas tomas de posición, así como algunos rasgos que las diferencian:

- Militantes o simpatizantes de la agrupación estudiantil Arcilla impulsaron Radio Revés, pero también participaron de Infored, Prensared y Comercio y Justicia.
- Periodistas con trayectoria de militancia en gremios de prensa fundaron Prensared en el CISPREN, y por fuera de la institución conformaron ADCS y SOS País, y participaron de la fundación de la Cooperativa de Comercio y Justicia.
- En tanto, Cordobanexo y Comunicadores Solidarios provenían de trayectorias de militancia más inorgánicas y difusas y varios de sus integrantes no tenían formación en comunicación.

En casi todas las experiencias analizadas participaron militantes gremiales, sociales, políticos o estudiantiles. En general, sus posiciones al momento de llevar adelante estas propuestas, o bien eran de mayor poder relativo en instituciones marginales del sistema comunicacional cordobés (la ECI y el CISPREN) en las que habían resultado electos por lo que cabe suponer que sus trayectorias eran valoradas, o bien eran de escaso poder relativo –empleados– en instituciones centrales de dicho sistema de relaciones (los medios masivos de comunicación).

En la mayoría de las prácticas analizadas participaron estudiantes avanzados o recientes egresados de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba. Esto plantea el interrogante sobre qué es lo que les permitió responder tan de inmediato al nuevo escenario planteado luego de diciembre de 2001. Eran estudiantes avanzados o los primeros egresados de un nuevo plan de estudios. Sin embargo, como se mostró en el Capítulo 2, fue en parte a causa de las deficiencias que tenía ese plan que los obligó a llevar adelante acciones no previstas en el intento de superar los obstáculos de su implementación, lo que les permitió desarrollar competencias que los posicionaron en mejores condiciones para enfrentar el nuevo escenario configurado post-2001. A esto se sumó la experiencia de organización y movilización estudiantil contra la ley de educación superior a mediados de los años 90 y contra la propuesta de recorte del presupuesto de las universidades a principios de 2001; los debates y acciones junto con otras organizaciones en la década del 90 y en las condiciones de alta movilización social de 2001-2002 (piqueteros, HIJOS); y el intento de sobrevivir en nuevas condiciones que incluían la explosión de matrícula en la carrera justo cuando crecía también en el país el desempleo, subempleo y el empleo informal que afectaban particularmente al sector de prensa y comunicación a causa de la concentración de la propiedad de los medios. Además, con la preocupación política por actuar frente a las críticas condiciones del país, fueron partícipes de la mayoría de los medios alternativos que se produjeron en esos años¹⁷². En los años siguientes participarán de propuestas de mayor radicalidad: la reforma del sistema mediático basado en el derecho universal a la comunicación, como veremos en los próximos capítulos.

En cuanto a las características distintivas de las tomas de posición, cabe considerar que sólo en Radio Revés se dio el debate sobre lo popular, aún cuando los sectores populares fueron configurados como beneficiarios de la acción también en Cordobanexo y Prensared. Esto puede relacionarse con la trayectoria de sus impulsores, según vimos en el Capítulo 2: la agrupación estudiantil Arcilla cuya primera acción pública fue la organización de talleres de comunicación popular, la participación de Sergio Tagle, ex integrante de la radio comunitaria FM Sur, como coordinador de los talleres de formación, y el asesoramiento de María Cristina Mata, cuya

¹⁷² Sus condiciones de vida (la mayoría estaba desempleado o subocupado y sin familia a cargo) también forma parte de las condiciones que les permitieron participar en estas experiencias innovadoras.

trayectoria estaba ligada a las experiencias de comunicación popular de Latinoamérica.

Cabe destacar que son los medios en los que participan militantes provenientes de la ECI o del CISPREN (Radio Revés, Prensared, Infored, Comercio y Justicia), los que tienen la orientación pública que, según sostenemos, les permitirá en los períodos siguientes, hacer el tránsito hacia el planteo de un modelo de comunicación como derecho humano y servicio público. Esto puede vincularse con la acumulación y transmisión histórica de saber y experiencia en torno a las disputas por la redefinición de las reglas de juego del sistema comunicacional que la institucionalidad de estas entidades les había permitido realizar.

En particular, con respecto a las diferencias en las tomas de posición, es notable que quienes tenían trayectorias como periodistas profesionales y militantes del gremio de prensa, impulsaron reivindicaciones del rol profesional tradicional aún cuando los destinatarios de su acción cambien dadas las nuevas condiciones sociales y pasen a ser actores organizados de la sociedad civil. Estas fueron las tomas de posición de SOS País, Infored y Prensared, lo que los diferenció, como ya se dijo, de la otra estrategia adaptativa y las otras estrategias alternativistas, respectivamente.

Aquellos que tenían militancias “silvestres” o “difusas” impulsaron medios de comunicación como Cordobanexo y colectivos como Comunicadores Solidarios que impulsaron estrategias que caracterizamos por su mayor énfasis en la movilización social y mayor separación del Estado.

Los vínculos construidos a lo largo de sus trayectorias, les permitieron poner en marcha las experiencias. Así, por ejemplo, los impulsores de Cordobanexo tenían contacto con miembros de las asambleas por sus experiencias de militancias “dispersas” anteriores. Por eso, en febrero de 2002, a un mes de iniciadas las asambleas en Córdoba, los invitaron a participar de la de Barrio San Martín, a partir de lo cual iniciaron su trabajo con estas experiencias (Roitman E, 2008: 11).

Los aprendizajes, conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de la trayectoria, también fueron condición de posibilidad del desarrollo de las prácticas analizadas. En Comercio y Justicia, la experiencia en conflictos y organización de los dirigentes sindicales de los gremios de obreros gráficos y de trabajadores de prensa¹⁷³ fue uno de los elementos que permitió la recuperación de la empresa (Mirad E, 2009: 5-7). En ese diario, Radio Revés y los demás medios, también resultó importante el saber hacer adquirido durante el desarrollo de emprendimientos comunicacionales desarrollados por estudiantes o egresados recientes de la carrera de Comunicación Social en la década de los 90, que frente a las nuevas condiciones socio-políticas, generaron proyectos independientes de comunicación (Mirad E, 2009: 8-9; Medina E, 2009: 5-45).

¹⁷³ Entre los dirigentes del CISPREN que participaron de la recuperación de Comercio y Justicia, cabe mencionar a Margarita Sileoni –quien integró la comisión del Movimiento Unificado de Prensa, organización que, como se dijo en el Capítulo 2, en 1982 planteó recuperar las intervenidas organizaciones gremiales del sector (el Círculo y el Sindicato de Prensa) y lograr su fusión, y luego conformó las primeras Comisiones Directivas del ya unificado CISPREN- y a Estela González –quien formó parte de la tercera Comisión Directiva del CISPREN elegida en 1988 (Reyna, 2003).

Además, las diferentes posiciones que ocupó un agente a lo largo de su trayectoria en el marco de diferentes condiciones objetivas de existencia, fueron configurando lo que veía como posible y deseable: “valoraciones y percepciones de ‘lo posible’, ‘lo que está bien’, la ‘manera correcta’ de hacer las cosas” (Costa, 1997: 8). Lo que se estaba en condiciones de visualizar como posibilidad se producía también dentro del marco de posibles que marcaron las diferentes posiciones que asumió un agente a lo largo de su trayectoria. Así, las opciones del agente constan de posibilidades objetivas y, a la vez, de posibilidades que aparecen como tales a partir de las orientaciones en el uso y gestión de sus recursos que el agente ha incorporado en su trayectoria.

Había en la Escuela toda una movida, un imaginario de la radio, de que eso era posible y deseable. Más toda una movida estudiantil, más experiencias e intentos de generar medios, todo eso cuajó en la radio. (Debanne E, 2008: 20)

Estaba todo: la máquina, el saber hacer, las ganas (...) lo vivimos como que ‘Lo más natural es que esto siga’ (...) había un grupo dentro de toda esta gente que peleaba por conservar su trabajo que veía posible autogestionar el trabajo ese... (Mirad E, 2009: 9-10)

Sin embargo, esta percepción de ‘lo posible y deseable’ que funciona como un recurso que permite generar prácticas, es también una limitación en tanto pueden existir objetivamente otras alternativas que no sólo no se ven, sino que se consideran inexistentes: “una restricción en cuanto a conocimientos y habilidades no controlados, posibilidades y alternativas que pueden existir objetivamente pero ‘no aprendieron a ver’”. En la medida en que “las capacidades, con sus potencialidades y limitaciones, son resultado de aprendizajes”, un agente difícilmente “podrá por sí solo pensar, y menos desarrollar, una alternativa que (...) requiere habilidades y conocimientos diferentes a los incorporados en la propia trayectoria”. Por eso, “se tiende no sólo a no ver lo que no se ha aprendido a ver, sino además a considerarlo como inexistente” (Costa, 1997: 8- 9). De hecho, a la luz de lo sucedido en los períodos que analizaremos en los capítulos 5 y 6, podremos comprobar que en este primer momento, si bien podía verse como deseable, aún no se veía como posible la reivindicación del derecho a comunicar como un derecho humano que debe ser garantizado independientemente del tipo de prestador (privado, societal o estatal) del servicio.

4.3.3. Los que no provienen del campo comunicacional

En la medida en que comienza a construirse la idea de la importancia de la comunicación para disputar sentidos, incluso entre organizaciones que intervienen en otros ámbitos de lo social, en las prácticas analizadas participaron –según vimos– agentes colectivos no específicos del campo comunicacional que habían ganado visibilidad o surgido en esos años, como las organizaciones piqueteras, el movimiento campesino, asambleas, fábricas recuperadas y grupos territoriales como Villa La Maternidad o Mujeres de Barrio Ituzaingó. Por eso, en casi todos los medios y

organizaciones considerados, se dieron múltiples articulaciones con agentes provenientes de trayectorias de militancia en otras áreas de lo social. Así, por ejemplo, parte de los fundadores de ADCS provenían de militancias partidarias, gremiales y sociales, a los que se sumaron militantes estudiantiles y de HIJOS (García e Iturriza E, 2008: 2, 17-22). En Prensared, participaron miembros del Grupo de Egresados de la ECI vinculados al partido Patria Libre y de la agrupación estudiantil Arcilla (De Pascuale E, 2009: 2, 82-84; Oliva E, 2008: 132-134) y articularon con organismos de derechos humanos. Integrantes de Comunicadores Solidarios participaron de programas de radio en Radio Nacional, Radio Revés y Radio La Ranchada (Fernández E, 2008: 4-7, 44-45, 86-101).

Sin embargo los organismos y los militantes de derechos humanos (agentes individuales y colectivos) fueron los principales actores no específicos del campo comunicacional que intervinieron en estas prácticas. En este período, integraron el equipo estable de medios alternativos como Infored y Radio Revés, y articularon múltiples acciones con Prensared. Cabe señalar aquí esta temprana articulación de los organismos de derechos humanos, particularmente de HIJOS –varios de cuyos dirigentes eran estudiantes de Comunicación Social y militantes de Arcilla-, con estas experiencias de comunicación alternativa y pública en Córdoba luego de la crisis de 2001. Esto pone de manifiesto su preocupación por los medios masivos en tanto centrales configuradores del espacio público donde se da la batalla simbólica por los sentidos del orden social. Estas entidades serán cruciales en la acumulación de poder político que logrará la Coalición por una Radiodifusión Democrática cuya propuesta fue tomada como base de la ley de servicios de comunicación audiovisual aprobada en 2009¹⁷⁴.

¹⁷⁴ A partir de 2003, cuando cambia el estatus del tópico de los derechos humanos en la agenda pública, HIJOS-Córdoba cambió su modo de relacionarse con los medios: si antes procuraban visibilidad, entonces disputaban los sentidos de una temática ya instalada y desde una posición de actor ya legitimada (ver Mata y otros, 2007c; Notarfrancesco y Chit, 2009; Fessia E, 2010).



Primer presidente electo desde 2001



Cambios en Corte Suprema de Justicia



Coalición por una Radiodifusión Democrática



RENAU y Encuentros TV Pública



Indymedia Córdoba y Sosperiodista



La Intemperie y La Orilla



COMIPREN y Observatorio

Capítulo 5

Crisis de lo alternativo y emergencia del modelo público (2003- 2008)

Capítulo 5

Crisis de lo alternativo y emergencia del modelo público (2003-2008)

Las formaciones [culturales] (...) se originan en momentos de transición (...) dentro de una historia social compleja, pero los individuos que al mismo tiempo componen las formaciones y son conformados por ellas adoptan una gama compleja de posiciones, intereses e influencias diversos, algunos de los cuales son resueltos (...) por las formaciones, mientras que otros permanecen como diferencias internas, como tensiones y a menudo como base de subsiguientes divergencias, rupturas, divisiones e intentos de nuevas formaciones. (Williams, 1994: 79)

A partir de 2003, en una nueva etapa de recomposición social y política, y en relación con la intensa movilización de agentes de todos los sectores del campo comunicacional a nivel nacional, el mapa de las organizaciones sociales que impulsaban de algún modo la democratización de las comunicaciones en Córdoba sufrió transformaciones. Se abandonó la opción de adaptarse a las reglas de juego existentes (Comunicadores Solidarios y SOS País). Se registró una crisis de las experiencias alternativistas ligadas a la movilización del período 2001-2002: desaparecieron Cordobanexo e Infored; Prensared, Radio Revés y Comercio y Justicia superaron sendas crisis; mientras que La Intemperie y La Orilla tuvieron existencia efímera. De todos modos, aparecieron nuevos medios alternativos que mantuvieron un vínculo menos estrecho con los colectivos sociales (Indymedia y Sosperiodista). Se intentó, asimismo, generar una red de medios de gestión social y de gestión estatal (RAM) y emergieron propuestas de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional global, en versión defensiva a nivel local (COMIPREN y Observatorio Ciudadano de Medios), y en versión ofensiva a nivel nacional (Coalición por una Radiodifusión Democrática). En este período, entonces, el acento comenzó a pasar de la comunicación alternativa vinculada a la movilización social autónoma, a la comunicación de comunicación pública vinculada al Estado como regulador del orden social. Esto implicó un incremento de la radicalidad de las propuestas según su pretensión de reforma del sistema comunicacional global.

En este Capítulo abordaremos el análisis de las recurrencias y variaciones registradas en las tomas de posición de las organizaciones sociales de Córdoba en cuyos discursos puede leerse una democratización de las comunicaciones entre marzo de 2003 y marzo de 2008. Primero, reconstruiremos las condiciones objetivas de producción de las prácticas analizadas: la retracción de la movilización social junto con la recuperación de las instituciones representativas por un lado, y las posiciones y tomas de posición de los agentes colectivos participantes del sistema de relaciones por el otro. En segundo lugar, analizaremos las estrategias producidas por las organizaciones sociales y medios de Córdoba que de algún modo impulsaron la democratización de las comunicaciones en este período. Finalmente, estableceremos la relación entre las prácticas

analizadas y su lugar de producción: la competencia de los agentes que las produjeron, en el horizonte de luchas por la definición de lo valioso en el campo, y con las condiciones sociales de producción que se volvieron operantes en el proceso de producción de estas opciones.

5.1. Las condiciones de emergencia

Para comprender/explicar las recurrencias y variaciones de las tomas de posición de las organizaciones sociales de Córdoba que tendieron a democratizar las comunicaciones entre marzo de 2003 y marzo de 2008, a nivel del proceso social global procuraremos reconstruir cuáles fueron las condiciones que operaron como limitantes de las estrategias alternativistas al tiempo que hicieron posible la emergencia del modelo público.

5.1.1. La recomposición institucional

A partir del 2 de julio de 2002, una semana después del asesinato de dos manifestantes piqueteros por la Policía durante una cruenta represión en Puente Pueyrredón en Buenos Aires, cuando el entonces presidente Eduardo A. Duhalde (2002-2003) convocó anticipadamente a comicios generales para elegir al nuevo titular del Poder Ejecutivo, se inicia una etapa de reorganización de las fuerzas políticas en vista de las elecciones internas de los partidos a fines de ese año, y las elecciones generales del 30 de marzo de 2003. El nuevo presidente, Néstor C. Kirchner (2003-2007), el primero electo por el voto luego de la crisis de 2001, asumió el 25 de mayo de 2003, inaugurando una nueva etapa en la vida política argentina. Desde 2003, la masificación de los planes sociales, el llamado a elecciones, y la represión a los movimientos piqueteros, durante el gobierno de Duhalde (Svampa, 2008: 158-159) y luego, durante la presidencia de Kirchner, la recomposición institucional de la democracia representativa, la progresiva desmovilización de estos actores socio-políticos, la pérdida de centralidad de las prácticas asamblearias y de acción directa que los caracterizaban (162-169), fueron parte de las condiciones que operaron como restricciones de las prácticas comunicacionales vinculadas a los sectores movilizados.

Los discursos de Kirchner a partir de su asunción, manifestaban un cambio con respecto a los 90: configuraba un proyecto alternativo de país, con características redistributivas y productivas para lo que proponía recuperar el rol del Estado en articulación con organizaciones de la sociedad civil. Diseñaba una estrategia inclusiva amplia y un escenario político plural aunque con

antagonismos políticos claros (el menemismo y los grupos concentradores de poder). Recuperaba los valores sociales y políticos (los derechos sociales, la memoria colectiva, la producción, la justicia y los derechos humanos), la idea de Patria, la puesta en valor del espacio nacional y los actores internos, su pertenencia a Latinoamérica y defendía la multilateralidad en las relaciones internacionales (Martínez, 2003; Segura, 2005). Era crítico también de la dictadura de 1976 “que estableció los parámetros económicos y las normas legales de sectores condicionantes de la democracia, como la comunicación (y la radiodifusión)” (Marino, 2005: 3).

Estas tomas de posición se acompañaron, en los primeros tiempos de la gestión, de prácticas no discursivas de alto valor simbólico como la recuperación del predio de la ESMA, el juicio político a algunos miembros de la Corte Suprema de Justicia junto con la designación de nuevos y reconocidos integrantes del máximo tribunal, la política de no represión a las protestas piqueteras, la propuesta de quita del 75% de la deuda externa a los acreedores privados y el impulso otorgado a algunas leyes como la reforma de la Ley de Migraciones que databa de la dictadura, en diciembre de 2003, y la derogación de la Ley de Reforma Laboral de 2000 conocida como “Ley Banelco” por las sospechas de coimas a senadores, en marzo de 2004.

A contramano del proceso político iniciado a nivel nacional, en Córdoba, el gobernador José Manuel de la Sota (1999-2007), quien había impulsado desde 1999 la reforma del Estado provincial en línea con las políticas implementadas por el ex presidente Menem, fue reelecto en 2003. El mismo año, Luis Juez, ex Fiscal Anticorrupción de la Provincia durante la anterior gestión delasotista pero ya distanciado del entonces gobernador, fue electo intendente de la ciudad de Córdoba, encabezando el Frente Nuevo (una alianza entre el Partido Nuevo, el Frente Grande, Cambio Córdoba y el vecinalismo). En las elecciones de gobernador de 2007, se impuso el oficialista Juan Schiaretti, a pesar de la impugnación de Juez por fraude electoral.

5.1.2. Salvataje de los medios 2 y avances para los sectores social y público

Los cambios de política a nivel nacional, al tiempo que se incrementaba el poder del Estado en relación con empresarios de medios masivos ante la proximidad del vencimiento de las licencias de radiodifusión, sumados a las promesas explícitas realizadas por los funcionarios del área¹⁷⁵, permitían suponer que también en el caso del sistema comunicacional el Gobierno impulsaría políticas de comunicación que fortalecieran el rol del Estado y de las organizaciones sociales en desmedro de las grandes corporaciones de medios. Sin embargo, la política de comunicación de la gestión de Kirchner tuvo mayor afinidad con los intereses de los propietarios de medios, aunque

¹⁷⁵ Ver declaraciones del interventor del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), Julio Bárbaro, en el Congreso Nacional en agosto de 2004, citadas por Marino, 2005.

otras medidas permiten calificarla de “ambivalente” (Monje, 2010: 173)¹⁷⁶. Mientras el sistema político mantenía su debilidad, los grupos multimedia habían comenzado a recuperar sus ingresos publicitarios y a reestructurar su deuda (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 21).

En junio de 2003, siete días antes de que se cumpliera el primer mes del nuevo gobierno, el Congreso aprobó la Ley 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales, que había sido impulsada por el ex presidente Duhalde. Esta norma “reconoce por primera vez en la historia argentina un estatuto diferenciado a las industrias culturales, entre ellas a las de radiodifusión, y promueve su protección” (Monje, 2010: 173) y “sentó las bases para empezar a definir a la radiodifusión y a los medios de comunicación como bien a preservar de las lógicas mercantiles¹⁷⁷ (187). Sin embargo, si bien la ley impide a capitales extranjeros poseer más del 30% de la propiedad de las industrias culturales, excluye de esta disposición a los medios que, al momento de sancionarse la ley, tuvieran una presencia mayor de capitales extranjeros. Esta limitación es significativa porque en ese momento, el sector audiovisual presentaba una importante participación de capitales extranjeros. De este modo, otorgaba beneficios indirectos al sector privado comercial al “evitar que aquellos grupos que aún no habían quedado en manos del capital extranjero sean absorbidos por sus acreedores externos por no pagar” las deudas asumidas para sostener el proceso de concentración de propiedad (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 21-22). De hecho, fue llamada “Ley Clarín” porque resguardó la posición del grupo.

Por su parte, en dos fallos históricos, el 1 y el 8 de septiembre de 2003, la Corte Suprema de Justicia de la Nación declaró la inconstitucionalidad del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión 22.285 que impedía a personas físicas o jurídicas sin fines de lucro ser titulares de licencias de radiodifusión, en una causa iniciada por la Asociación Mutual Carlos Mujica que opera Radio La Ranchada de Córdoba y en otra iniciada por la Cooperativa de Servicios Públicos y Sociales Villa Santa Rosa Limitada, también de la provincia de Córdoba, ambas patrocinadas por Miguel Julio Rodríguez Villafañe (2009: 186-188)¹⁷⁸.

Luego de este fallo, el Congreso de la Nación modificó por Ley 26.053 en 2005 el artículo 45 de esa norma para habilitar el ingreso de personas físicas o jurídicas sin fines de lucro a la explotación de licencias de radio y televisión, eliminando así la restricción que circunscribía su acceso a las sociedades comerciales. Este fue otro hecho sin precedentes en la historia de la

¹⁷⁶ Sobre las políticas de comunicación durante el gobierno de Néstor Kirchner, ver Califano, 2007.

¹⁷⁷ Sin embargo, como señala Monje, esta conceptualización fue escasamente explotada durante esos primeros años. Se la incorporó recién en 2009 en el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que presentó el PEN.

¹⁷⁸ Poco después, en una causa iniciada por Radio Encuentro dirigida por Néstor Busso, presidente de FARCO, en base a una estrategia jurídica diseñada por Damían Loreti (los dos impulsores de la Coalición por una Radiodifusión Democrática), un fallo de primera instancia de Río Negro también declaró la inconstitucionalidad del mismo artículo y ordenó al Poder Ejecutivo permitirle presentarse a concurso por una licencia (Busso E, 2011: 23-28).

radiodifusión argentina, que habilitó a partir de ese momento la posibilidad de que organizaciones sin fines de lucro de la sociedad civil pudieran explotar licencias de radiodifusión legalmente. Sin embargo, en este caso también se otorga beneficios indirectos al sector comercial porque el Congreso sancionó una apertura limitada en la que excluyó explícitamente a las cooperativas que simultáneamente prestasen servicios públicos, las únicas en el interior del país con posibilidades de competir en términos de escala regional frente a los proveedores monopólicos del servicio, al impedirles la prestación de televisión por cable donde hubiera otro licenciatario (ver Rodríguez Villafañe E, 2008: 44-56; Piccone E, 2011: 41-44). “La verdadera explicación hay que encontrarla en la fuerte resistencia de los propietarios de medios existentes a la entrada de nuevos actores al mercado” (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 23).

Se encaminó entonces el proceso de regularización de frecuencias. Luego del censo de estaciones de radiodifusión pertenecientes a entidades sin fines de lucro en 2005, mediante resolución 753 de mayo de 2006, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) reconoció el funcionamiento de 126 radios comunitarias incluidas todas las asociadas al Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) (Busso E, 2011: 50-55).

Por otra parte, por primera vez en la historia, el Gobierno, mediante el Decreto 1172/03 de Mejora de la Calidad de la Democracia y de sus Instituciones, habilitó y reglamentó el acceso a la información pública en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional: la norma regulaba las audiencias públicas, la publicidad de la gestión de intereses, la elaboración participativa de normas y las reuniones abiertas de los Entes Reguladores de Servicios Públicos. Fue “el primer avance hacia el acceso a la información pública nacional”. Aunque algunas provincias como Córdoba o Tierra del Fuego poseían normativa específica, no existía una ley nacional (Monje, 2010: 188).

En particular, el decreto obligaba a informar sobre los destinos de los fondos de la publicidad oficial. Los informes brindados por la Secretaría de Medios de la Nación durante la gestión de Kirchner mostraron un incremento sostenido del gasto en publicidad y distribución no equitativa de la pauta, que tampoco seguía los niveles de audiencia o cantidad de ejemplares vendidos. “[N]ingún Presidente a lo largo de la historia invirtió tanto como Kirchner en esta empresa [promocionar obras públicas]” (O’ Donnell, 2007: 10). En este orden, el Concejo Deliberante de la ciudad cordobesa de Alta Gracia aprobó en diciembre de 2006 una norma inédita en el país para transparentar el otorgamiento de la publicidad del Estado municipal basado en el derecho a la información pública (Proyección, abr./may. 2007). El gobierno de De la Sota, mantuvo una conflictiva relación con los medios y los periodistas de Córdoba, en la que la distribución de la publicidad oficial fue utilizada como mecanismo de represalia o premio (ver ADC, 2005: 44-46).

En cuanto a las licencias de radiodifusión, entre septiembre y diciembre de 2004, el COMFER renovó las de los dos canales de *rating* promedio más alto de la televisión argentina, el 11 y el 13, en beneficio de sus propietarios privados, Telefónica y el Grupo Clarín, “para que puedan atravesar sus difíciles situaciones económicas” (Marino, 2005: 14). La licencia del 13 había sido otorgada en 1990 por el gobierno menemista, por quince años, con la previsión de una renovación automática por diez años más si la empresa no presentaba problemas patrimoniales. La prórroga de la licencia de Canal 11 se otorgó a las dos sociedades anónimas de capitales nacionales que habían sido compradas en 2001 por Telefónica, pero cuya transferencia aún no había sido aprobada por el Estado cuatro años después¹⁷⁹.

No obstante estas prórrogas y que el vencimiento de las licencias no era inminente¹⁸⁰, el entonces presidente Kirchner, el 20 de mayo de 2005, por medio del Decreto 527, suspendió por diez años el vencimiento de las licencias a los propietarios de los medios masivos de comunicación. Con esta medida, se suspendió el cómputo de los plazos que la ley otorgaba de quince años más diez de prórroga por única vez, extendiendo por otros diez el término original. “Los considerandos del decreto giraron en torno a la urgencia por salvaguardar a los medios de radiodifusión de los efectos de la grave crisis de 2001 que había requerido, en el caso de los medios, de la refinanciación de deudas contraídas” (Monje, 2010: 189). Sin embargo, “[l]os analistas han coincidido en afirmar que este decreto (...) tuvo razones no escritas: en este caso, las elecciones legislativas de octubre de ese año” (190). De este modo, se perdió esa importante oportunidad de plantear reformas profundas al sistema de medios del país y de derogar la ley de radiodifusión 22.285. “La dirigencia política argentina se siente incapaz de enfrentar a los intereses económicos que dominan los medios” (Uranga, 2005: 7).

Además, el 8 de diciembre de 2007, en el último día hábil de su mandato, Kirchner autorizó por decreto la fusión de los dos mayores operadores de televisión por cable de la Argentina: Cablevisión y Multicanal. Así, el Grupo Clarín, del que formarían parte desde entonces las cableteras, “alcanzaba un mercado del 70% de abonados del país” (Monje, 2010: 192). Por lo tanto, esta medida implicó otorgarle el monopolio de este negocio en gran parte del territorio nacional.

Por otra parte, el Gobierno generó también algunas medidas para fortalecer el sistema de medios de gestión estatal y reposicionarlos en el mercado de medios.

¹⁷⁹ Si el Estado resolvía transferirle la licencia a una empresa extranjera, iba a infringir la ley de protección de bienes culturales porque, si bien excluía a las situaciones anteriores a su entrada en vigencia, para entonces la transferencia de Telefé a Telefónica no había sido aún resuelta, por lo que le hubiera cabido la prohibición. Además, cuando Telefónica inició el trámite de transferencia, era propietaria de la licencia de Canal 9 infringiendo la ley 22.285 que no permite poseer más de una licencia del mismo servicio en la misma zona de cobertura por persona jurídica.

¹⁸⁰ Las primeras caducaban en 2007.

Se pusieron en marcha dos nuevas iniciativas de televisión pública. Por un lado, en 2004, la Presidencia firmó el acuerdo de inclusión de Argentina en la televisora sudamericana Telesur. Este emprendimiento comunicacional multiestatal es impulsado por el gobierno venezolano y cuenta con la participación accionaria mayoritaria de Venezuela, seguida por Argentina, Cuba, Uruguay y Bolivia. El canal salió al aire el 24 de julio de 2005, y a partir de octubre de ese año transmite 24 horas diarias. Funciona en Caracas, con corresponsalías en Los Ángeles, Buenos Aires, Lima, Bogotá y Río de Janeiro. Su Consejo Consultivo está integrado por intelectuales latinoamericanos e internacionales.

Por otro lado, el Gobierno nacional creó por decreto de mayo de 2005 el Canal Encuentro dependiente del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, que fue reconocido por la Ley de Educación 26.206 en diciembre de 2006. Esta medida constituyó “un hecho inédito” porque “por primera vez en Argentina se creó un canal educativo y cultural destinado a difundirse mediante el sistema de cable” (Monje, 2010: 190). La idea y su dirección inicial fueron del cineasta Tristán Bauer. Propuso una programación cultural de excelente factura técnica y estética, y enseguida empezó a ser reconocido por su propuesta de contenidos. Se colocó entre los primeros canales de la grilla de los cables, lo que facilitó que fuera rápidamente identificado por las audiencias. “En términos de política pública, Encuentro representa una bisagra” porque mostró cómo el Estado puede producir una televisión de calidad, estética y entretenida, diferente de la comercial, y “cuáles son los lugares por donde empezar a pensar en una opción de televisión pública-no-gubernamental, en un país que no tiene memoria sobre ello” (190).

En 2005, se aumentó el presupuesto para Canal 7 y Radio Nacional, y se envió una reasignación presupuestaria para salarios y compra de nuevos equipos. En 2005, Canal 7 tenía previsto colocar 18 nuevas antenas repetidoras con el objeto de ampliar su cobertura que en aquel momento alcanzaba sólo al 38% del territorio nacional. A partir de la instalación de estas antenas, la emisora estatal llegó a través de estaciones propias a 17 nuevas ciudades, entre ellas, Córdoba y Río Cuarto (ver Lazzaro E, 2011: 33-36; Cabus E, 2010: 1-5; Díaz E, 24-28). A partir de 2007 se modificó también la programación del Canal 7, con “una propuesta de contenidos que rompe con el modelo competitivo-comercial, caracterizado por programación semejante en todos los canales y que se organiza en relación al *target* y las franjas horarias”. Se avanzó así hacia “una particular forma de complementariedad competitiva desde el 7” (Monje, 2010: 206)¹⁸¹.

El Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) impulsó los Encuentros de Televisión Pública para debatir sobre líneas de acción para los medios de gestión estatal. El primero se realizó en 2007 en Buenos Aires (IEC-SNMP, 2008).

¹⁸¹ Como señala Monje (2010: 207), esto se reflejó, entre otros factores, en las ediciones 2008 y 2009 de los Premios Martín Fierro en los que, luego de décadas de ausencia, la TV pública consiguió importantes reconocimientos.

En Córdoba, los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) mostraban un importante deterioro que “se evidencia[ba] no sólo en la situación financiera del canal que arrastra[ba] una deuda millonaria, sino también en la pérdida de centralidad de la emisora en el mercado local” (Esslinger, Marcuzzi y Pavesi, 2009: 32)¹⁸². Su programación estaba conformada casi totalmente por programas comprados a canales privados de Buenos Aires como el 2 y el 9. A partir del cambio de autoridades de la UNC a fines de 2006, se procuró modificar esta situación (Proyección, sep. 2007). Con ese fin, la nueva rectora, Carolina Sotto, realizó acuerdos con el Gobierno Nacional por los cuales se consiguió una partida presupuestaria para financiar al medio y se acordó la retransmisión gratuita de contenidos producidos por Canal 7 y Canal Encuentro (Lazzaro E, 2011: 31-33; Quiroga E, 2009: 25). Además, la UNC multiplicó los espacios propios en la emisora, y se generaron nuevas producciones propias del Canal.

5.1.3. El fortalecimiento de las empresas de medios

A partir de 2003, cuando los efectos de la crisis estructural de 2001-2002 comenzaron a conjurarse a nivel macroeconómico, en las industrias de la cultura y la información se instaló una tendencia de recuperación que se materializará en los años siguientes¹⁸³ (Becerra y Mastrini, 2009: 59). Esta paulatina recuperación económica de los grupos multimedia se dio “en parte por la actuación del Estado” (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 21). La política cambiaria favoreció la producción local y repercutió favorablemente en la renovación de las empresas de medios, algunas de las cuales incluso exportaron formatos y contenidos (Becerra y Mastrini, 2009: 59). Además, el Estado intervino para salvarlas (en 2002 y 2003) y promocionarlas (a partir de 2004) “a través de la sanción de normas que eximieron a los medios de la aplicación del *cram down* de la ley de quiebras, favoreciéndolos con renovaciones de licencias sin exigir contraprestación a cambio y que desgravan los impuestos en el caso de los medios audiovisuales” (60).

La notable caída de la producción, el acceso y el consumo en el sector de las empresas culturales a raíz de la crisis económica en los tres primeros años del siglo XXI, comenzó a revertirse levemente en algunas industrias recién en 2004. Esto es así porque, al volver a disponer de capacidad de consumo luego de un período de retracción económica, individuos y familias priorizan otros productos antes que los bienes y servicios infocomunicacionales (63). “La caída

¹⁸² Canal 10 había pasado de ser un canal reconocido por la audiencia cordobesa, a ser el de menor preferencia en 2006 (Infonegocios TV, 15/12/2006). Ver diagnóstico de la situación del canal a principios de 2007 en Mata y otros, 2007.

¹⁸³ Esta recuperación, sin embargo, no logra eludir el impacto de procesos que se dan en todos los países sudamericanos en este siglo, como la caída de los índices de consumo de diarios (Becerra y Mastrini, 2009: 59).

del abono del 20% en la televisión de pago entre 2000 y 2004 (situación que se iría revirtiendo en los siguientes años, acompañando la bonanza macroeconómica), y la disminución del 17% en la compra de periódicos permiten ilustrar una tendencia negativa que halla su contrapartida en la tendencia general al notable crecimiento en los mercados de tecnologías digitales (móviles e *internet*, fundamentalmente) y a un incremento en la salida al cine” (61).

En este período, los principales grupos de medios eran Clarín (en prensa escrita, televisión abierta y TV por cable, radio y agencias de noticias, entre otras), Telefónica (telecomunicaciones y televisión abierta, además de radio, negocio que en 2004 vende al grupo Prisa), Vila-Manzano-De Narváez (televisión por cable, TV abierta y prensa escrita, entre otros) y Hadad (radio, televisión abierta y prensa escrita) (60). Estos cuatro primeros operadores concentraban en promedio el 84% de la facturación y el 83% del dominio del mercado de medios de la Argentina en 2004. Este alto nivel de concentración se agravaba porque estas firmas pertenecían generalmente a “los mismos dueños que est[aba]n ramificados en todas las hileras productivas en casi la totalidad de las industrias consideradas”. En particular, “Clarín y Telefónica se destaca[ba]n como grupos dominantes, si bien en algún caso exist[ía]n grupos emergentes (como el de Daniel Hadad en la industria de la radio)”. La tendencia entre los indicadores de concentración del año 2000 y los de 2004 mostraba “un aumento que profundiza[ba] la participación de menos actores en posiciones cada vez más dominantes: de un promedio del 78% para los primeros 4 operadores por dominio de mercado en el año 2000 se pasa a un promedio de 83% en 2004” (72-73).

En 2004, un tercio del mercado (35%) era controlado por el primer operador (73). El Grupo Clarín era el principal multimedios de la Argentina, “con las sinergias que en materia de línea editorial, promoción de temas, productos y oclusión de otros, ello supone”. En particular, el diario Clarín lideraba el mercado de la prensa diaria. Concentraba el 31% de la circulación de periódicos y mantenía una enorme diferencia en circulación (417 mil ejemplares diarios) con su inmediato competidor, La Nación (185 mil ejemplares diarios). Esta competencia se realizaba entre socios comerciales en CIMECO- propietario de periódicos de amplia circulación y tradición en el interior como La Voz del Interior en Córdoba-; en la agencia noticiosa Diarios y Noticias (DyN), y junto al Estado nacional en la principal productora de papel de diario del país: Papel Prensa S.A. Además, Clarín dominaba casi la totalidad del mercado de los avisos clasificados y el 40% de la facturación publicitaria del sector. Poseía también la mayoría de las acciones del principal diario gratuito del país: La Razón. Todos estos factores reforzaban la centralidad de Clarín como “referencia para la construcción de la agenda pública mediática” (65-66).

En Córdoba, en este período, se produjeron algunas innovaciones en el mercado de empresas mediáticas. En septiembre de 2003, el Grupo UNO de Vila-Manzano compró el 40% de las

acciones de LV2 Radiodifusora Mediterránea que estaba en concurso de quiebra. Para entonces, el *holding* ya poseía tres señales de cable en la provincia: en Alta Gracia, Río Cuarto, y en la periferia de la Capital. El diario La Mañana de Córdoba fue vendido a mediados de 2004, por Julio Ramos, dueño del diario *Ámbito Financiero*, a Julio Rajneri, propietario del diario Río Negro, hijo de su fundador y ex ministro de Educación del ex presidente Alfonsín. Casi al mismo tiempo, a mediados de 2004, La Voz del Interior lanzó el tabloide *Día a Día* para “competir con La Mañana de Córdoba tanto por una franja de lectores que compra diarios más baratos, como por una porción de pequeños y medianos anunciantes” (Caravello y Gago, 2006: 6). La Mañana de Córdoba pasó a manos del Grupo UNO a fines de 2006. Ese año, se puso en marcha una nueva radio AM perteneciente al Grupo Clarín: Radio Mitre Córdoba. El único diario gratuito que continuó en Córdoba en esos años fue Reporte Directo (Infonegocios TV, 15/12/06).

Con respecto a las estrategias de las empresas mediáticas tendientes a incrementar su credibilidad y la participación de sus públicos, en el diario La Voz del Interior, el proyecto de Periodismo Cívico se aplicó en esta etapa a la cobertura de las campañas electorales en los comicios legislativos y municipales de 2003 y, por última vez, en los legislativos de 2005 (ver Saravia E, 2008: 2-13). Cabe suponer que la estrategia no obtuvo la recepción de público esperada por la empresa, posiblemente porque no alcanzaba a responder a las demandas informativas de la ciudadanía (ver Casas y Sallietti, 2009; Mata y otros, 2003). En tanto, las versiones digitales de los diarios se multiplicaron en el espacio virtual y, sobre el final del período analizado en este Capítulo, los principales diarios impresos incorporaron en sus portales instancias de periodismo 3.0, por medio de las cuales se incentivaba a los lectores a participar a través del envío y publicación de noticias. En enero de 2008 La Nación propuso Soy Corresponsal y el ahora desaparecido diario *Crítica de la Argentina*, también convocaba desde su surgimiento en marzo de ese año, a construir noticias desde Periodismo Ciudadano, una sección especial en su edición *web*. Además, se produjo, como vimos en los Capítulos 3 y 4, una explosión de *blogs* informativos de “ciudadanos comunes”. Vinculado a esto, surgieron sitios basados en la modalidad de producción de contenidos del periodismo 3.0 como el cordobés *Sosperiodista*.

5.1.4. Las redes de comunicación: lo público y lo alternativo

En estos años, se conformaron a nivel nacional dos redes de comunicación conformadas por organizaciones y medios que reunieron a los actores que impulsan los dos modelos de comunicación que identificamos en el Capítulo anterior: el público y el alternativista. La Coalición

por una Radiodifusión Democrática constituye la máxima expresión del primero, mientras que la Red Nacional de Medios Alternativos congrega a los medios que optaron por el segundo.

5.1.4.1. La Coalición por una Radiodifusión Democrática 1

El avance más importante que se realizó en la Argentina en las propuestas ciudadanas para la democratización de las comunicaciones cristalizó en 2004, cuando la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD) presentó su propuesta de 21 Puntos por una Nueva Ley de Radiodifusión para la Democracia. Su relevancia radica en que: (1) fue la más amplia alianza por la democratización de las comunicaciones conformada por organizaciones y personalidades del país, que incluía a todos los agentes del campo comunicacional que buscaban un cambio en las reglas de juego del sistema mediático, junto a actores que intervenían en otros ámbitos de lo social; (2) lograron consensuar una propuesta integral común; (3) esa propuesta fue la de mayor radicalidad de las concebidas en el período objeto de análisis de esta tesis; y también en que (4) se impuso como ley. Además, (5) fue la primera red de este tipo constituida en Latinoamérica¹⁸⁴.

La constitución de la Coalición por una Radiodifusión Democrática fue el resultado de un proceso iniciado, según expusimos en el Capítulo 2, a partir de la restauración del gobierno constitucional en 1983 y la formulación de las primeras demandas de democratización de las comunicaciones y de reforma del decreto-ley de radiodifusión heredado de la dictadura (Busso E, 2011: 4-18). Continuó en la década del 90, cuando frente a la acelerada concentración de medios, las organizaciones gremiales y sociales se articularon para fortalecer sus demandas de democratización, y constituyeron entidades mayores como la Confederación Sindical de Trabajadores de los Medios de Comunicación Social (COSITMECOS) frente a las primeras privatizaciones de medios (las de los Canales 11 y 13 de Buenos Aires), y FARCO ante los decomisos y cierres de radios y para, en principio, lograr la derogación del artículo 45 del decreto-ley 22.285 (Busso E, 2011: 19-76; Lazzaro E, 2011: 3; Piccone E, 2011: 9-14). Este proceso se profundizó luego de diciembre de 2001, cuando, como se dijo en el Capítulo anterior, no sólo los gremios y universitarios del sector, sino también las organizaciones sociales cuyo objeto principal de intervención no era la comunicación, comenzaron a considerarla clave para alcanzar su propia presentación, visibilidad y legitimidad en el espacio público, articularse y pensar otro modelo de país y de democracia. Por lo tanto, empezaron a plantearse la necesidad de pelear por la democratización del sistema comunicacional, acceder a los grandes medios por sus grietas/fisuras, controlar a los medios existentes y tener sus propios medios.

¹⁸⁴ Además de por su relevancia, analizamos su discurso fundacional y las condiciones de su emergencia y sostenimiento porque constituye el antecedente inmediato de la CDR-Córdoba que abordaremos en el Capítulo 6.

...hay que ver un contexto político que del 2000 al 2001 estalló, de pronto la perspectiva política cambió. (...) cuando se discute que necesitamos otro país, también hay otros actores políticos que empiezan a darse cuenta (...) que los medios del sistema van a seguir trabajando oponiéndose a los cambios y a las transformaciones. (...) Por eso, finalmente la reunión que se cristaliza en la Coalición, viene porque distintos sectores advierten que es estratégico pensar esto y que hay que trabajar juntos porque (...) Es imposible que se puedan lograr objetivos de esta naturaleza con esfuerzos solitarios. (Farías E, 2008: 30-44)

Con la asunción del nuevo gobierno, que daba señales de cambio en la orientación de las políticas predominantes en los 90, estos actores comenzaron a percibir que se ampliaba el espacio de posibles para lograr la reforma del decreto-ley 22.285 e incidir en su orientación. “[S]e visualizaba que el gobierno de Néstor Kirchner iba a tomar el tema de la comunicación como un eje problemático” (Mastrini E, 2010: 5) y calculaban que en pocos años más comenzarían a vencerse las licencias de radiodifusión (Busso E, 2011: 80-82). Además, había funcionarios de segunda y tercera línea del área de comunicación del Gobierno nacional que eran interlocutores favorables a esta propuesta e, incluso, integraban la Coalición¹⁸⁵ (Mastrini E 2010: 23-25; Busso E, 2011: 91-92; Lazzaro E, 2011: 1, 10; Piccone E, 2011: 1, 15-19).

...era un momento [en el] que ya Kirchner se había cargado la Corte [Suprema de Justicia], había salido el Decreto de Acceso a la Información, se había cargado la reducción de la deuda, y no había respaldo mediático para eso, (...) la Ley de Migraciones estaba por salir, (...) se había cargado a la Policía, y se había derogado la ley Banelco. (...) entonces dijimos ‘Bueno, es ahora o nunca, empecemos a trabajar’. (Loreti E, 2010: 16-20)

Otra de las condiciones que hicieron posible esta articulación fue que las organizaciones que confluyeron en la Coalición ya venían encontrándose y coordinando actividades conjuntas. Así, por ejemplo, en noviembre de 2003, frente al avance en el Senado del proyecto de reforma del Código Penal que incluía sanciones a las emisoras sin licencia (Busso E 2011: 55-67; Lazzaro E, 2011: 8-10) –al que nos referimos en el Capítulo 4–, “buena parte de los sectores y dirigentes que darían forma a la Coalición”¹⁸⁶ firmaron una solicitada publicada en el diario Página 12 en la que advertían al Presidente que estos intentos constituían “nubarrones que se ciernen sobre la libertad de expresión” y que confiaban en que él promovería una nueva ley de radiodifusión que permitiera “democratizar las comunicaciones” (Lazzaro, 2010: 195-196).

La Coalición fue convocada en mayo (Loreti E, 2010: 227) por FARCO “porque éramos los más débiles, no competíamos con nadie” (Busso E, 2011: 83-84). La decisión de impulsar esta alianza amplia para “equilibrar a los grupos de medios” en pos de imponer una reforma legislativa (Busso E, 2011: 83), fue el corolario de un proceso de crecimiento institucional de FARCO a partir de lograr su personería jurídica en 2001 y de la declaración de inconstitucionalidad del artículo 45 de la ley 22.285 en 2003, descripto en el capítulo anterior (Farías E, 2008: 28-31;

¹⁸⁵ Sergio Fernández Novoa entonces coordinador del COMFER, Luis Lazzaro entonces gerente general de Télam, Néstor Piccone que asume como gerente de noticias de Radio Nacional, Gonzalo Carbajal y Cristian Jensen.

¹⁸⁶ FARCO, CARCO, CTA, FETRACCOM, FATPREN, INCUPO, ETER, SERPAJ, APDH, Madres y Abuelas de Plaza de Mayo, Obispado de Viedma, legisladores, periodistas, sindicatos y otras entidades.

Busso E 2011: 18-20). La primera reunión de la Coalición se realizó en la sede de FARCO en el Centro Nueva Tierra, “ONG que trabaja con sectores populares y tiene sustento doctrinario en la Teología de la Liberación”, en Ciudad de Buenos Aires (Farías y Gerbaldo E, 2008: 37-40. También: Busso E, 2011: 86; Rodríguez Villafañe E, 2008: 68-69).

La Coalición reunió a las centrales sindicales y las federaciones de gremios de prensa (Central de los Trabajadores Argentinos-CTA y Confederación General del Trabajo-CGT, especialmente a través de sus gremios del sector nucleados en la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa-FATPREN, la COSITMECOS y en lo que paralelamente se constituiría como la Federación de Trabajadores de la Cultura y la Comunicación-FETRACCOM); organismos de derechos humanos (Madres y Abuelas de Plaza de Mayo, Radio La Voz de las Madres, Centro de Estudios Legales y Sociales-CELS, Servicio de Paz y Justicia-SERPJA)¹⁸⁷; universidades y las asociaciones de carreras de comunicación (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social-FADECCOS y Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo-REDCOM, en particular de la Universidad de Buenos Aires-UBA, la UNC y la Universidad Nacional de La Plata-UNLP); organizaciones territoriales (Barrios de Pie); asociaciones de radios comunitarias (FARCO, Asociación Mundial de Radios Comunitarias-AMARC y Asociación Mundial de Comunicación Cristiana-WACC), universitarias (Asociación de Radios Universitarias de la Argentina-ARUNA), cooperativas (Cámara Argentina de Radiodifusores Cooperativos-CARCO), de frontera e indígenas; intelectuales nacionales y extranjeros vinculados a comunicación; funcionarios del área del Ejecutivo y del Congreso; e inicialmente participaron también organizaciones no gubernamentales (ONGs) como Poder Ciudadano, la Asociación por los Derechos Civiles (ADC) y el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), y asociaciones profesionales como Periodistas (Ver: Farías y Gerbaldo E 2008: 31-32, 40-46; Rodríguez Villafañe E, 2008: 65-68; Mastrini E, 2010: 5-8; Loreti E, 2010: 23-44; Busso E, 2011: 84-86; Lazzaro E, 2011: 10-13¹⁸⁸)¹⁸⁹.

¹⁸⁷ Los organismos de derechos humanos, si bien estuvieron desde el principio, se sumaron con mayor fuerza a partir de 2006 y 2007 (Loreti E, 2010: 145-149, 162-165; Piccone E, 2011: 61-64), cuando empezaron a tramitarse las causas judiciales por delitos de lesa humanidad, luego de que en 2005 el Congreso de la Nación hubiera declarado la nulidad de las leyes de Punto Final y Obediencia Debida. Esto coincidió con el 30° aniversario del último golpe de Estado, momento en que se podría establecer el inicio de una etapa de “consolidación” de la publicidad y legitimidad de la temática de los derechos humanos en el espacio público (Fessia E, 2010: 55-63).

¹⁸⁸ Los entrevistados mostraron divergencias en la enumeración de los participantes de la etapa inicial de la Coalición. Estas diferencias, si bien pueden vincularse con las dificultades de la memoria de un proceso iniciado más de un lustro antes, pueden también interpretarse como estrategias de construcción de la historia en vistas a legitimar sus tomas de posición, trayectorias y las posiciones que ocupan en relaciones de cooperación o disputa con otros.

¹⁸⁹ A la propuesta de la Coalición adhirieron las redes nacionales que habían surgido a partir de 2003 como FOPEA y Red PAR, y las internacionales con representación en la Argentina como WACC-AL, ALER, AMARC, Agencia Informativa Pulsar y la Red Internacional de Publicaciones de la Calle. Además, adhirieron, referentes internacionales de las teorías y prácticas de comunicación –que hemos mencionado en los capítulos 1, 2 y 3- tales como Antonio Pasquali, Armand Mattelart, Rosa María Alfaro y Gabriel Kaplún (de la Universidad de la República de Uruguay).

De Córdoba, participaron de diversos modos y en diferentes instancias de su conformación Rodríguez Villafañe¹⁹⁰, Radio Sur y Radio La Ranchada como integrantes de FARCO, Radio Revés y la Escuela de Ciencias de la Información (ECI) de la UNC¹⁹¹, el Círculo Sindical de la Prensa (CISPREN) como parte de la CTA (Dreizik E, 2010: 120-123) y Libres del Sur. Los cordobeses que participaron de la Coalición por una Radiodifusión Democrática a nivel nacional son agentes individuales que se destacaban por detentar mayor capital social en términos de vínculos con los impulsores de la Coalición, mayor saber experto por su conocimiento del tema y mayor capital simbólico por el prestigio académico, jurídico y gremial, con respecto a los otros agentes que hemos caracterizado en esta tesis. Los agentes colectivos son las organizaciones que trabajan específicamente en comunicación de mayor consolidación institucional: universitarias, gremiales, medios de gestión estatal y radios comunitarias pertenecientes a asociaciones civiles sin fines de lucro con más de 20 años de trayectoria en la provincia. Serán estos agentes también quienes se reunirán en la Coalición- Córdoba a partir de 2008, según veremos en el Capítulo 6.

En esta alianza confluyeron organizaciones no sólo de diversas trayectorias y niveles de institucionalización, sino que también mantenían divergencias entre sí en sus ámbitos específicos de acción -como las dos centrales sindicales, los organismos de derechos humanos o las dos asociaciones de carreras universitarias de Comunicación Social-, y con entidades de otros ámbitos de acción -como cooperativistas y gremios-. En vista de evitar que estas diferencias se manifestaran en el seno de la Coalición se dieron varias estrategias: el uso de los propios aprendizajes de las organizaciones para “manejar las contradicciones” y que “no se produjeran enfrentamientos”, que la alianza la mantuvieran los cuadros de las organizaciones más ligados a la comunicación y que ellos dieran sus disputas internas, y, sobre todo, el acuerdo de no abrir nuevos ejes de disputa que excediera el consenso sobre los 21 puntos (Piccone E, 2011: 66-70; Loreti E, 2010: 66; Busso E, 2011: 86).

Ante esta heterogeneidad, la forma organizativa fue objeto de debate. La disputa sobre la definición de las reglas de juego al interior de las instituciones en proceso de constitución -tópico característico de todas las experiencias aquí consideradas-, se vincula tanto con la etapa de constitución de una nueva entidad colectiva, como con las condiciones sociales en que esto se produce. En la Coalición, se discutió si adoptar el modelo del Consejo Internacional del Foro Social Mundial (Busso E, 2011: 108), el de la *Media Diversity Coalition* de los Estados Unidos¹⁹²

¹⁹⁰ “En algún momento, fui representando al CISPREN. (...) yo operaba en varios frentes: relacionado a las cooperativas, pero a su vez con mis propias experticias y por AIDIC” (Rodríguez Villafañe E, 2008: 68).

¹⁹¹ “Nosotros [el equipo de Dirección de la ECI] a las primeras reuniones de la Coalición íbamos. Iba Luciano [Debanne, de Radio Revés], iba el que podía viajar. Yo (...) nunca estuve en una reunión de la Coalición. (...) tampoco asumimos ‘hay que estar dentro de la Coalición para tener una cuota de poder’” (Mata E, 2010: 25).

¹⁹² La *MDC* en 2002 enfrentó las políticas concentradoras de medios impulsadas por el entonces presidente G. Bush.

(Lazzaro E, 2011: 13; Lazzaro, 2010: 189-193), el de la *Coalition pour la diversité culturelle*¹⁹³ de Canadá (Loreti E, 2010: 55-60) o el de la Mesa Paralela de la Sociedad Civil en la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de Medios Electrónicos convocada por el Gobierno mexicano en 2001¹⁹⁴ (Loreti E, 2010: 20-23)¹⁹⁵. Más allá de sus diferencias, estas propuestas retomaban experiencias continentales de principios del siglo XXI que tenían en común la intención de constituir una alianza amplia, heterogénea y plural (Mastrini E, 2010: 9) en la que la toma de decisiones se diera por consenso (Busso E, 2011: 107-109; Lazzaro E, 2011: 27). Más allá de sus logros, se trató, de mínima, de una estrategia de construcción de la legitimidad de este nuevo agente colectivo, en torno al valor de la democracia institucional. Esta opción también recuperaba aprendizajes de la etapa anterior (2001-2002) como el de la organización en red o por medio de alianzas horizontales y no delegativas, ante las nuevas condiciones en las que se cuestionaba a instituciones representativas y jerárquicas tradicionales.

La pluralidad de organizaciones que integraban la Coalición y la amplitud de los ámbitos de acción que abarcaban, si bien implicó una dificultad, también contribuyó a hacer aceptable su propuesta. Entre estas entidades, se destacaron por su papel legitimador los organismos de derechos humanos “con la carga simbólica que tiene que ellos estén participando en este espacio” (Gerbardo E, 2008: 45), “porque el planteo histórico de esto es un planteo de derechos humanos” (Loreti E, 2010: 23) y también las universidades en la medida en que, además de sus aportes específicos en términos de reflexión y conocimiento experto¹⁹⁶, eran actores con un “interés mucho más general” que permitieron que la Coalición se viera “como un espacio realmente plural, sin un interés de algún sector de monopolizar la pelea por la ley”. “Tal vez una organización construida [sólo] entre los actores directamente implicados hubiera sido más difícil a raíz de la confrontación de esos intereses [particulares]” (Mata E, 2010: 35-43).

La Coalición propuso derogar y sustituir el decreto-ley de radiodifusión 22.285 por una nueva norma basada en los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación –uno por cada año transcurrido desde la recuperación de la institucionalidad democrática-, que expresaban los principios consensuados por los múltiples actores sociales y políticos que confluyeron en ese

¹⁹³El *Comité international de Liaison des Coalitions pour la diversité culturelle (CIL)* se creó en 2003 e impulsó activamente la elaboración de la Convención sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO mencionada en el Capítulo 3.

¹⁹⁴ Mencionamos esta experiencia en el Capítulo 3. Ver: Ávila Pietrasanta, Calleja Gutiérrez y Solís Leree, 2001.

¹⁹⁵ Los modelos organizativos que se barajaron, así como los adherentes internacionales a la iniciativa, ponen de manifiesto los vínculos que tenían los integrantes de la Coalición y permite suponer -como se dijo en el Capítulo 3- que el renovado impulso que tomaron los debates sobre el tema a nivel internacional y latinoamericano, constituyeron una condición de posibilidad de las prácticas analizadas.

¹⁹⁶ Es el caso, por ejemplo, del *expertise* jurídico de Damián Loreti, entonces director de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA (2002-2006), miembro del CELS y asesor de AMARC, FATPREN y COSITMECOS.

espacio. Los borradores iniciales habían sido redactados por Busso de FARCO y Loreti de la UBA (Busso E, 2011: 87-89; Loreti E, 2010: 50-54, 68, 239; Lazzaro E, 2011: 13)¹⁹⁷.

En la formulación de los 21 principios y sus fundamentos, la comunicación constituye un lazo de convivencia democrática, por lo que resulta necesario redefinir el rol de los medios y del Estado en materia de comunicación. El enunciador construido como sujeto colectivo se legitima como lugar desde donde hablar, sobre la base de la construcción de su competencia cognitiva como especialista en el tema (manifiesta un amplio conocimiento de derechos, leyes y tratados internacionales sobre comunicación y sus posibilidades, del funcionamiento actual del sistema de comunicaciones en la Argentina y sus deficiencias), cuyo saber le permite evaluar lo correcto y lo incorrecto y, en consecuencia, hacer hacer a otros actores de acuerdo con lo que define como correcto. A diferencia de las propuestas alternativistas, aquí es el Estado nacional el enunciario privilegiado sobre cuyas políticas públicas se busca incidir. Las estrategias de captación buscan persuadirlo y configurarlo como sujeto de aceptación de los sentidos propuestos y de los haceres que pudieran derivar de ellos. Por eso es construido como sujeto que comparte los sentidos propuestos, según lo demuestran sus leyes fundamentales, y que tiene el “*derecho y deber de ejercer su rol soberano*” de limitar a los Gobiernos (de los cuales lo diferencia) y a los oligopolios y monopolios de medios masivos mediante normas e instituciones, para así garantizar los derechos de trabajadores, públicos y organizaciones sociales.

Los destinatarios de la acción son la Constitución Nacional y los tratados internacionales con rango constitucional, además de las declaraciones de organismos supranacionales, que a su vez ordenan garantizar derechos “*fundamentales*”. Dado su imperioso mandato, se construye un programa narrativo de la privación y la carencia sobre las características del actual sistema comunicacional en el espacio nacional y de la crítica situación cultural, política y social que produce por su falta de reforma (componente descriptivo). Y a partir de éste, se constituye por oposición un segundo programa narrativo: el de la transformación, la modificación de las leyes, en el que la propuesta de reforma se traduce en el deber de la reforma (componente programático-prescriptivo). El actual sistema comunicacional es construido como sede de disvalores: es presentado como fuente de inequidad económica (concentración en “*monopolios y oligopolios*” y prohibición de asociaciones sin fines de lucro), política (desigualdad de participación en las definiciones de políticas públicas y el acceso a la información), cultural (uniformidad cultural y desigualdad en las posibilidades de expresión) y social (traba al desarrollo).

¹⁹⁷ Inicialmente, se habían consensuado 20 puntos, pero persistía una controversia referida al encuadramiento gremial de los trabajadores de las cooperativas (Mastrini E, 2010: 9-10). Se zanjó con la propuesta de que las regulaciones al respecto deberían respetar las incumbencias profesionales (Loreti E, 2010: 50-54), lo que constituye el Punto N° 8 de la versión final.

Por el contrario, los componentes programáticos del nuevo sistema comunicacional concentran una profusa cantidad de valores que sustituirán las carencias identificadas en la situación actual. La aceptabilidad de la propuesta se basa en la exaltación de la democracia y la participación ciudadana, el Estado de Derecho y los derechos humanos, y la centralidad de la libertad de expresión, la pluralidad informativa, el acceso a la información pública y la diversidad cultural para asegurar la vigencia de esos derechos. Estos valores implican además configurar la información como un bien social y, por lo tanto, público –por oposición a la definición de la información como mercancía-. Se privilegió la construcción de la historia en la oposición entre la democracia y la dictadura, fuentes de valores y de disvalores respectivamente, por lo que si la ley provenía de la dictadura, era necesario que fuera modificada –aludiendo en este caso a los derechos humanos en sentido restringido ligados sólo a los avasallados por la dictadura, en consonancia con la posición dominante entre los organismos de derechos humanos-.

Aún en propuestas de transformación como ésta, se desarrollan estrategias de naturalización para volver aceptable el hacer propuesto. La apelación a los derechos humanos en tanto derechos naturales, a la Constitución basada en el derecho natural y a la democracia en cuanto gobierno del pueblo, voz originaria, implican propuestas de retorno a un hipotético estado de naturaleza.

Es notable la centralidad que adquirió esta estrategia de legitimación consistente en fundar la propuesta de la nueva norma en la tradición, los valores y las luchas por la democracia, el Estado de Derecho, la participación ciudadana y los derechos humanos por oposición a la dictadura y las consiguientes violaciones a estos derechos, la prohibición y represión de la participación y el irrespeto a la institucionalidad constitucional, cuando la norma que se pretendía transformar y sus efectos estructuradores del sistema de radiodifusión del país, si bien se habían originado durante la dictadura, para entonces poco tenían que ver con el decreto-ley originario que ya había sido modificado en sus aspectos esenciales –como los límites a la concentración de medios¹⁹⁸- y no era aplicado en otros –como la composición de la autoridad de aplicación y las sanciones-. La norma a modificar debía más a las modificaciones producidas por los siguientes gobiernos constitucionales que la empeoraron y, en particular, a los cambios introducidos por la ley de reforma del Estado de los 90 y las consecuentes privatización, concentración y extranjerización de las empresas mediáticas, según expusimos en el Capítulo 2.

La estrategia de apelación a los derechos humanos da verosimilitud a la propuesta y la inscribe en una tradición de luchas que en aquellos años –por la trayectoria de los organismos de derechos humanos del país, así como por las políticas del Gobierno nacional- alcanzaba su mayor

¹⁹⁸ En efecto, un argumento relevante en la propuesta de reforma fue que los límites a la concentración de la propiedad de los medios fomentarían la pluralidad y diversidad de voces, cuando no hubo en la historia del país –incluso después del cambio de ley en 2009- ley más antimonopólica que la del Proceso de Reorganización Nacional.

aceptabilidad pública. Se vincula, además de con estas condiciones de enunciabilidad general, con el protagonismo adquirido por los organismos de derechos humanos en la Coalición, donde fueron actores clave en la construcción de la aceptabilidad de la propuesta y la legitimidad del agente colectivo que la impulsaba, y también para posibilitar el acercamiento con el Gobierno dada la articulación que los organismos de derechos humanos mantenían con el Poder Ejecutivo.

El sujeto de la enunciación es construido como agente textual competente que interpreta el mandato de los destinatarios y destina a su vez al Estado, a la sociedad o a los medios públicos y alternativos, que desarrollen los haceres necesarios para que “*la sociedad*”, “*la comunidad*” o “*la población*” (principal beneficiario) alcance los objetos valiosos de la información y la expresión a través de los medios y periodistas (aliados) y contra el gobierno y las corporaciones (opositores). Esta estrategia inclusiva permite aumentar la aceptabilidad del cambio propuesto. La Coalición impulsa que el Estado modifique la ley de radiodifusión para garantizar los derechos a la información plural y a la diversidad cultural que tienen los individuos (“*toda persona*”, “*habitantes de la Nación*”, “*ciudadanos*” o “*público*”).

Los aliados de esta acción (los intermediarios que se benefician de la acción del agente textual y a su vez se convierten en sujetos de hacer que benefician a la sociedad) son los medios de comunicación y los trabajadores de la comunicación. Se configura como posibles “*prestadores de servicios de radiodifusión*” a “*todos los sectores de la sociedad*” (empresas, Estado y organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro) que, en cuanto tales, tienen derecho a independencia y a no ser discriminados por su opinión, línea editorial o –lo más relevante en términos del cambio propuesto– razón jurídica. Además, los “*trabajadores de la comunicación y el espectáculo*” “*que participan en la producción de bienes culturales*” deben tener “*indemnidad intelectual y estética*”, “*derechos intelectuales*” y cuotas de difusión. La Coalición construye como opositores a: los gobiernos que presionan y discriminan a los medios y los periodistas por su línea editorial o su razón jurídica a través de otorgamiento de licencias de radiodifusión, y de publicidad oficial, y a las empresas de comunicación ya que la comunicación “*no es simple negocio comercial*” sino un bien social contra el que atentan los monopolios y oligopolios.

Retoma así los principios de las luchas por democratizar las comunicaciones desarrolladas desde hace 40 años, a las que nos referimos en el Capítulo 2: acceso, participación, derecho a la comunicación, servicio público, libertad, diversidad, equidad y equilibrio en los flujos.

Los 21 Puntos fueron presentados públicamente el 27 de agosto de 2004, Día de la Radiodifusión, en un programa especial de dos horas en Radio Nacional, transmitido en cadena con las radios nacionales del país, las emisoras asociadas a FARCO y algunos medios PYME, en el que hablaron Hebe de Bonafini de Madres de Plaza de Mayo y otros dirigentes sociales, y

recibieron adhesiones a la iniciativa (Mastrini E, 2010: 17; Lazzaro E, 2011: 13; Piccone E, 2011: 3). Esta presentación expresó la alianza de organizaciones que impulsaba la propuesta. Sin embargo, la escasa visibilidad pública alcanzada puso de manifiesto la debilidad del sector social que integraban y de los medios de gestión estatal: “Vos sabés lo que se escucha Radio Nacional. Y (...) los grandes medios no tomaron nada. La Coalición no existía” (Mastrini E, 2010: 22).

Desde la presentación pública de los 21 Puntos, la Coalición impulsó actividades tanto de difusión y debate del documento para instalar la discusión en la sociedad, como de *lobby* ante los poderes del Estado¹⁹⁹. Pidieron una audiencia con el Presidente que gestionaron los organismos de derechos humanos (Lazzaro E, 2011: 13), pero en septiembre de ese año los recibieron el entonces secretario general de la Presidencia, Oscar Parrilli, y el secretario de Medios, Enrique Albistur, quienes les dijeron que esos cambios “no estaban en la agenda del gobierno” (Busso E, 2011: 89-90; Lazzaro E, 2011: 13). En noviembre, los presentaron en el Congreso, donde los recibió la Comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados, presidida por Osvaldo Nemirovski, y también en el Senado (Busso E, 2011: 93-94; Mastrini E, 2010: 78-80). En tanto, en diciembre del mismo año, Radio Nacional transmitió desde la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA una clase abierta de finalización de la materia Políticas y Planificación de la Comunicación a cargo de Guillermo Mastrini, en la que se presentan nuevamente los 21 puntos, con Estela de Carlotto de Abuelas de Plaza de Mayo y Sergio Fernández Novoa del COMFER (Mastrini E, 2010: 17; Loreti E, 2010: 68-70). En esa época se hizo también la página web (Mastrini E, 2010: 81-82; Lazzaro E, 2011: 13) y una primera impresión de los 21 Puntos (Busso E, 2011: 131).

Esta primera etapa de “reacción y militancia” (Mastrini E, 2010: 20) de la Coalición por una Radiodifusión Democrática concluyó en mayo de 2005. En ese momento recibió un duro golpe cuando el entonces presidente Kirchner suspendió por diez años el vencimiento de las licencias a los propietarios de los medios masivos de comunicación, con lo que se perdió una oportunidad de plantear reformas profundas al sistema de medios del país. El decreto 527 tuvo el efecto de “desanimar y desarticular las voces de la sociedad civil que habían comenzado a tornar público el reclamo por una nueva ley” (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 23; Farías y Gerbaldo E, 2008: 55-57). Frente a esto, la Coalición no emitió un comunicado público de repudio a la decisión gubernamental por la oposición interna de los grupos más ligados al kirchnerismo²⁰⁰

¹⁹⁹ Aludimos al *lobby* o cabildeo para hacer alusión a estrategias tendientes a convencer a los funcionarios con capacidad de decisión en los tres poderes del Estado en base a la exposición de razones públicas, para diferenciarlas de la movilización colectiva en el espacio urbano. No se usa esta expresión en sentido peyorativo ni para hacer alusión a prácticas no públicas de corrupción, intercambio de favores, negociados ni a intereses espurios.

²⁰⁰ Los “oficialistas” de la Coalición eran, además de los funcionarios de los poderes Ejecutivo y Legislativo, Barrios de Pie y Libres del Sur (en esta primera etapa cuando todavía eran aliados del kirchnerismo) y los gremios de la CGT, FATPREN y COSITMECOS (Busso E, 2011: 111-112; Lazzaro E, 2011: 10; Piccone E, 2011: 14-18) mientras que las ONGs de tradición liberal que participaron de las primeras reuniones contaban con opositores entre sus

(Mastrini E, 2010: 26-31; Loreti E, 2010: 70-81; Busso E, 2011: 110-113; Lazzaro E, 2011: 24-27). Sin embargo, la medida fue duramente criticada por las demás organizaciones, medios del sector social, universidades y ONGs. FARCO sostuvo que “el gobierno cedió a la presión de las corporaciones” el 8 de junio de 2005. Se pronunciaron en el mismo sentido Indymedia Argentina, Red Eco Alternativo, Colectivo La Tribu y otras entidades y medios alternativos. La Dirección y Junta de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, el 23 de mayo de 2005 emitió una declaración crítica al decreto 527, que fue ratificada por FADECCOS (Mata E, 2010: 19-20). También, la FETRACCOM-CTA y en Córdoba el CISPREN y la Comisión de Seguimiento y Control de la Libertad de Expresión (COMIPREN).

Esta ausencia de crítica pública y colectiva al decreto 527 por parte de la Coalición contrastó con la publicación, realizada dos meses antes, de una solicitada en los diarios La Nación y Clarín en la que cuestionaban la trayectoria de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) luego de las críticas que había realizado al gobierno de Kirchner (DsD, 9/03/05). Esta solicitada fue el segundo documento público de la Coalición luego de los 21 Puntos, y uno de los pocos (“cuatro o cinco”) que sacó en su historia²⁰¹ “porque era muy difícil” consensuar un pronunciamiento conjunto (Busso E, 2011: 102-107; Loreti E, 2010: 144). En la discusión al respecto, los oficialistas argumentaron que había que mostrarle al Presidente que “era inconducente la negociación con los grupos mediáticos” y que había otros sectores sociales organizados dispuestos a apoyarlo si sus políticas comunicacionales iban en otra dirección, mientras otros sostuvieron que el gobierno al que se pretendía defender era el que había otorgado grandes beneficios a las empresas mediáticas asociadas en la SIP que ahora lo atacaba y que quedarían asociados al gobierno no sólo por el contenido, sino también ante la duda sobre el origen de los fondos para pagar la solicitada, y diferencias acerca de la trayectoria de la SIP (Piccone E, 2011: 20-26; Busso E, 2011: 114-115; Lazzaro E, 2011: 18-22; Loreti E, 2010: 251-264, 285-287; Mastrini E, 2010: 35-37)²⁰².

El decreto 527 “le quitó margen de maniobra” (Loreti E, 2010: 287) y estas disputas desataron una “crisis importante en la Coalición” (Lazzaro E, 2011: 14) que dejó de funcionar durante varios meses (Mastrini E, 2010: 26; Busso E, 2011: 115-117). Sin embargo, “no murió (...) quedó como latente” (Mastrini E, 2010: 40, 46). Esto permitió que, luego de este período “de

miembros (Mastrini E, 2010: 50-57; Loreti E, 2010: 88-98). En tanto, las demás organizaciones tenían posiciones de mayor o menor autonomía relativa con respecto al gobierno.

²⁰¹ Además de los 21 Puntos y esta solicitada, en la etapa siguiente publicará dos cartas a la Presidenta, otra solicitada en los medios y observaciones al proyecto de ley enviado al Congreso.

²⁰² Según se infiere de los relatos de los participantes, estos acontecimientos pusieron de manifiesto que la mecánica de toma de decisiones por consenso -según la cual, si algún actor planteaba objeciones fundadas, no se emitía comunicado público conjunto- implicó que, dados los poderes relativos diferenciados de los agentes integrantes, las decisiones tomadas, más que fruto del acuerdo, fueron la resultante de las relaciones de fuerza al interior de la alianza (ver: Mastrini E, 2010: 26-39; 50-62; Loreti E, 2010: 88-98; Busso E, 2011: 109-112).

resistencia” (Lazzaro E, 2011: 18), la Coalición retomara la actividad durante la campaña electoral de 2007 y cobrara crucial importancia a partir de 2008, según analizaremos en el Capítulo 6.

5.1.4.2. La Red Nacional de Medios Alternativos

Medios y comunicadores del sector social que reivindicaban el modelo alternativo, conformaron en 2004, la Red Nacional de Medios Alternativos. El primer encuentro se realizó en octubre de ese año en la Universidad Nacional del Comahue y en la recuperada fábrica Zanón en Neuquén. Participaron unos doscientos periodistas alternativos de radios, canales de televisión, grupos de video, agencias de noticias, revistas y periódicos, junto con trabajadores de prensa, organizaciones sociales y estudiantes universitarios. En diciembre de 2005 se realizó su segundo encuentro nacional en Mendoza con el objetivo de conformar redes regionales, un medio nacional que las articule y fomentar una agenda común (Prensa de Frente, 2005).

Estos “sectores que ha[bía]n venido bregando por la formación de un espacio social y político de confluencia de los medios alternativos” (Svampa, 2005: 277) se habían reunido inicialmente en Buenos Aires y luego se sumaron medios y periodistas alternativos de otros lugares del país. Este proceso también es deudor de las movilizaciones de 2001-2002 durante las cuales, como se dijo en el Capítulo 4, muchas de estas experiencias surgieron y las ya existentes adquirieron mayor dimensión, a medida que la comunicación cobraba relevancia entre las organizaciones sociales, “para visibilizar, motorizar luchas, confrontar, no únicamente desde un micrófono, sino en la construcción de otros sentidos y conciencia. (Fernández E, 2009: 193).

La Red Nacional de Medios Alternativos está constituida por un grupo estable de grupos de comunicación del país y por otras que participan sólo en algunas actividades. En el “núcleo” de “treinta y pico de organizaciones”, Fernández (E, 2009: 34) cuenta a: Contrapunto de Tucumán; OIR de Neuquén; FM Cualquiera de Paraná; Antena Negra, TV Piquetera, En Red, Red Eco, programas de FM La Tribu, Radio FM Colectiva y otros de Buenos Aires e Indymedia Rosario. De las experiencias cordobesas, participa Indymedia Córdoba desde su constitución en 2005, además de algunos periodistas y productores alternativos y grupos de comunicación del interior de la provincia²⁰³. Sus trayectorias tienen en común haber trabajado con organizaciones piqueteras y sindicales, aunque difieren en sus lugares de militancia y posicionamiento político-ideológico (peronismo, trotskismo, anarquismo, “militancia silvestre” – E, 2009: 209).

Sus tomas de posición se caracterizaban por la búsqueda del “cambio social” (“contribuir, desde nuestra especificidad, en los cambios profundos que nuestro pueblo demanda”), la crítica a las políticas imperantes (“en nuestra patria impera un sistema político y económico que genera

²⁰³ El V Encuentro Nacional de la Red se realizó en Córdoba en 2008.

hambre, exclusión, marginación a más del 30 por ciento de la población argentina”), y por concebir la comunicación como un instrumento subordinado a un fin político transformador (“entendemos la comunicación como una herramienta de organización, articuladora y solidaria de las reales necesidades del pueblo”) (Prensa de Frente, 2005; Fernández E, 2009: 193).

En la Red Nacional de Medios Alternativos también se produjeron debates sobre la institucionalización, en los que se reiteraba que la autonomía política sólo podía conseguirse en la medida en que estuviera asegurado el sostén económico. En esa línea, al rechazar el tipo de financiamiento de las ONGs, el otro gran financiador posible era el Estado. Esto llevaba a discutir la cuestión de la autonomía relativa en relación al Estado, debate que se agudizó a partir del paso de varios de estos medios a las filas del kirchnerismo (E, 2009: 184-185). Cabe suponer que la constitución de esta Red en estos años también se vincula con la apertura de nuevas posibilidades que implicaba la reconstitución institucional del Estado:

...había una fuerte demanda de exigirle al Estado (...) que garantizara la existencia de los medios alternativos, porque eran los espacios de comunicación que realmente habían estado generando otra comunicación (...) con este concepto de que es un derecho y que tiene que ser accesible para todos, el Estado tendría que poner plata acá. (E, 2009: 184-185)

Otros medios de Córdoba que hemos caracterizado por sus propuestas alternativistas, como Prensared y las radios asociadas a FARCO y a AMARC, no se sumaron a la Red Nacional de Medios Alternativos, mientras que sí integraron la Coalición: “tienen otro proyecto para construir, que no lo veo antagónico para nada (...) podemos articular cosas. De hecho, hemos hecho cosas juntos (...) Y en algún punto vamos para el mismo lado...” (E, 2009: 227-231).

5.1.4.3. Otras articulaciones y debates

En la Argentina en este período, surgieron también varias experiencias de observatorios y veedurías de medios, prácticas que impulsaban un modelo de comunicación pública pero, a diferencia de la propuesta de la Coalición, en versión defensiva, de seguimiento de las violaciones al derecho a la comunicación. Como se dijo en el Capítulo anterior, en 2002 se había creado el Observatorio de Medios de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA). Al año siguiente, se hicieron ensayos para crear una Veeduría Ciudadana de Medios entre varias universidades públicas y, desde 2007, comenzó a funcionar el Observatorio Ciudadano de Medios de Córdoba de la COMIPREN, experiencias que analizaremos en este Capítulo. En 2003, se organizó en Buenos Aires el Segundo Seminario-Taller sobre Observatorios y Veedurías de Medios en Latinoamérica, organizado por el colectivo La Tribu y la Fundación Friedrich Ebert

(FES), cuyos debates fueron sistematizados por Germán Rey (2003)²⁰⁴. Esta vez, a diferencia del año anterior, ya había dos experiencias funcionando en el país anfitrión.

La FES también impulsó en la Argentina los debates frente a la segunda etapa de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información a realizarse en Túnez en noviembre de 2005. Un mes antes, se realizó en Buenos Aires la segunda jornada sobre el tema en el país, titulada “La Sociedad de la Información en la Argentina: políticas públicas y participación social”. Académicos y hacedores de políticas debatieron los resultados de la primera fase de la Cumbre realizada en Ginebra en 2003, los desafíos que se presentaban para la siguiente reunión en Túnez, los temas a abordar y la posición que iba a tomar la Argentina. Los debates se publicaron ese año (Mastrini y Califano, 2005). Como veremos enseguida, el año anterior ya se habían discutido estos temas en un Coloquio en la UNC y, unos meses antes, en un Congreso en la UBA.

En tanto, ADC, ONG nacional que inicialmente adhirió a la Coalición por una Radiodifusión Democrática, realizó investigaciones y promovió debates que dieron lugar a sendas publicaciones sobre medios públicos –en la que colaboraron CIPPEC, Poder Ciudadano, CELS, Asociación Periodistas y FOPEA-, financiada por la Embajada Británica en Buenos Aires (ADC, 2004)²⁰⁵, y sobre publicidad oficial, financiada por la fundación estadounidense del magnate liberal George Soros, *Open Society Institute* (ADC, 2005). En estos trabajos participará ADCS de Córdoba.

Por otra parte, también surgieron redes nacionales e internacionales de comunicación con visión de género, cuyas propuestas tienden a la democratización de la comunicación en la medida en que promueven la ampliación de sujetos, modalidades expresivas y tópicos en la comunicación mediática. De estas redes también participaron cordobesas protagónicamente. Nos referimos a:

- La Red Nosotras en el Mundo: centro de producción de audios digitales entre Radio Vallekas de España y una productora cordobesa sobre temas de género. Surgió en 2006 y continúa, con creciente reconocimiento en el Movimiento de Mujeres de Córdoba y el país. Forman parte de AMARC y la Red PAR. “[Trabajamos] abriendo los canales que visibilizan la importancia que la perspectiva de género y el feminismo deben tener en los medios para contribuir a la democratización de la información” (Morales, 2010). (Ver Ceballos E, 2008)
- La Red PAR (Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista): surgió en 2006 por iniciativa de Artemisa Comunicación. Impulsan la inclusión de la perspectiva de género en la producción de noticias y en la organización del trabajo de las redacciones.

²⁰⁴ Luego la FES dejaría progresivamente de financiar a estas experiencias debido a su escaso impacto en los medios y las políticas públicas (Rincón E, 2010: 6-7), preocupación compartida por los agentes que impulsaron las experiencias argentinas mencionadas, según veremos en el Capítulo 6.

²⁰⁵ De la elaboración del primer borrador de este documento participó Loreti, uno de los impulsores de la Coalición por una Radiodifusión Democrática y redactor del borrador del proyecto de nueva ley de servicios de comunicación audiovisual. Las organizaciones mencionadas serán algunas de las que en 2008 elaborarán un documento reclamando a la Presidenta la presentación del proyecto de ley, que la CRD no apoyará.

Mantienen una lista de correo electrónico y realizan encuentros anuales en diferentes ciudades del país. El segundo fue en Córdoba en 2007. (Palero E, 2008; Ambort E, 2009)

- La Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (RIPGV): se creó en 2005 en México. Mantiene una *mail-list*, realiza encuentros bianuales y se pronuncia para proteger a periodistas en riesgo en diferentes lugares del mundo. La Red PAR la integra desde 2007.

5.1.5. Recuperación laboral, articulación gremial y propuestas democratizadoras

En esta etapa el sindicato de prensa de Córdoba y la federación gremial de la central obrera que integraba, optaron por fortalecer las demandas de democratización de las comunicaciones – adhirieron a la Coalición por una Radiodifusión Democrática-, fortalecieron a los trabajadores de medios de gestión estatal -incluyeron como afiliados a los trabajadores de Radio Nacional-, sociales –incluso a las cooperativas “sin patrón”- y a pequeñas y medianas empresas (PYMES).

En el CISPREN, Juan Carlos Giuliani hizo su último período como secretario general entre 2002 y 2005, cuando pasó a integrar la Comisión Directiva de CTA nacional como Secretario de Prensa. En 2005, la lista oficialista encabezada por Guido Dreizik, ganó fundamentalmente entre los periodistas de medios estatales y cooperativos y del interior de la provincia, y se impuso sobre la lista que tenía mayor predicamento entre los periodistas de medios pertenecientes a empresas privadas (Proyección, dic. 2005: 6). Cabe suponer que las opciones que reivindicaban modelos de comunicación más democrática ganaban aceptabilidad entre los trabajadores de prensa locales.

En 2004, habida cuenta de la recuperación económica de las empresas mediáticas y del Estado como ente fiscalizador, el CISPREN inició una negociación salarial (sept./oct. 2004; jul./ag. 2005) y en 2006, lanzó la campaña “Que no te paguen con fama” contra el trabajo en negro y la precarización laboral²⁰⁶ (dic. 2003; jul./ag. 2005; oct. 2005; dic. 2006). Finalmente, en 2007, logró una recomposición salarial del 29% en lo que calificó de “paritaria histórica” (sept. 2007).

Desde su integración en la Coalición, el gremio promovió entre sus bases el debate sobre los 21 Puntos, sus fundamentos y el diagnóstico en que se basaban (dic. 2003; sept./oct. 2004; abr./may. 2005); denunció las relaciones entre el Gobierno y el diario Clarín, beneficiado con la suspensión de las licencias (jul./ag. 2005), criticó las dilaciones del gobierno en esta materia (Oliva, dic. 2006: 3) y destacó la acción de las organizaciones sociales que apoyaban la reforma, en particular, de los organismos de derechos humanos (Giuliani, abr./may. 2007: 10). En tanto, continuó apoyando la consolidación de las cooperativas de trabajo de las empresas periodísticas

²⁰⁶ Entre otras, se destaca la denuncia de “precarización disfrazada de cooperativismo” en COLSECOR (Proyección, jul./ago. 2005) que finalmente despide a 23 trabajadores meses después (Proyección, oct. 2005). Esto es una muestra de las disputas entre los sindicatos y las cooperativas de radiodifusión que se pusieron de manifiesto en la Coalición.

recuperadas por sus trabajadores: El Diario del Centro del País y Comercio y Justicia²⁰⁷; y siguió impulsando el desarrollo de medios propios: continuó publicando la revista sindical Proyección, en 2004 relanzó la revista Umbrales, subtitulada “Crónicas de la Utopía”, y siguió sosteniendo Prensared ahora con un perfil definido como “Agencia de noticias del CISPREN”.

Además, a fines de 2003, con el asesoramiento jurídico de César Arese, presentó a los bloques legislativos proyectos de ley sobre secreto profesional y distribución de la pauta publicitaria. (Ponsati, may./jun. 2004: 3-4). Al año siguiente, el gremio de prensa impulsó en Córdoba la conformación de la COMIPREN “por mandato del XX Congreso Provincial de Trabajadores de la Prensa y la Comunicación con el fin de denunciar violaciones a la libertad de expresión y diversos modos de presión por parte del Gobierno provincial y otros poderes”.

En 2003, el CISPREN junto con otros diecisiete gremios de prensa que integran la CTA (entre ellos: UTPBA, Sindicato de Prensa-SIPREN de Rosario, Foro de la Comunicación de Santa Fe-FOCOS, Asociación de Periodistas de Tucumán-APT, Sindicato de Prensa de Mar del Plata, Asociación de Prensa de Salta-ASPrensa, Asociación Jujeña de Trabajadores de Prensa-AJUTPREN), se desafiliaron de la FATPREN e impulsaron la FETRACCOM (Giuliani E, 2010: 22-33; De Pascuale E, 2009: 126-132)²⁰⁸. Desde sus inicios, la FETRACCOM se pronunció críticamente sobre las políticas de comunicación del Poder Ejecutivo Nacional, en particular, por postergar el tratamiento de la nueva ley de radiodifusión y el decreto 527; en apoyo a los medios de las organizaciones sociales sin fines de lucro (cooperativas, mutuales, organizaciones sindicales, estudiantiles y otras sociales), a “medios públicos democráticos y pluralistas”, y a pequeños y medianos medios regionales (Proyección, dic. 2003). El primer encuentro regional de FETRACCOM se realizó en Rosario en abril de 2004 y lo presidió el secretario general del SIPREN, Edgardo Carmona, quien integraría activamente la Coalición por una Radiodifusión Democrática. De hecho, la participación de estos sindicatos en la Coalición dio mayor impulso a la constitución de FETRACCOM (Giuliani E, 2010: 33).

En 2004, los gremios de FETRACCOM-CTA, particularmente la UTPBA, el SIPREN y el CISPREN, consiguieron que el Gobierno encuadrara como trabajadores de prensa a los empleados de LRA7 Radio Nacional, hasta entonces categorizados como telepostales, telegrafistas o radiotelegrafistas (Proyección, may./jun. 2004). Ese año, en Radio Nacional Córdoba eligieron delegado por primera vez (sep./oct. 2004) durante la gestión como secretaria gremial de Gabriela Cabus, quien luego sería directora de la emisora y desde allí impulsaría la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba (Cabus E, 2010: 20-33).

²⁰⁷ En la Semana del Trabajador de la Prensa y la Comunicación de 2005, por ejemplo, organizaron un panel sobre Periodismo y Autogestión con experiencias locales (jul./ago. 2005).

²⁰⁸ La disputa de la conducción de CTA con el gobierno nacional habrían marcado las dificultades de su desarrollo (De Pascuale E, 2009: 128).

Por otra parte, en 2004, se produjo un cisma en la Asociación Periodistas cuando el entonces editor de Economía de Página 12, Julio Nudler, denunció que había sido víctima de censura por parte del diario cuando su director levantó su habitual columna en la que denunciaba un acto de corrupción del gobierno de Kirchner. Luego de que Periodistas divulgara un comunicado en el que sostenía que “primó la opinión de que [el caso Nudler] no constituyó un episodio de censura, sino que se enmarca en la dinámica de las habituales relaciones entre un periodista y su editor” (Gatti, 2004), ocho de sus integrantes renunciaron. Este caso puso en discusión, además de las relaciones entre medios y poder político, los complejos posicionamientos e intereses de los periodistas en cargos de jerarquía dentro de las empresas privadas de medios y, por lo tanto, las potencialidades y limitaciones de las asociaciones de periodistas “notables” en la defensa de los derechos de comunicación. Este debate se retomaría en la COMIPREN en el período siguiente.

5.1.6. Política, economía e intervención pública de la academia

La definición de las reglas de juego del sistema comunicacional también fue objeto de disputa entre investigadores y docentes universitarios del campo. Como se dijo en el Capítulo 4, en consonancia con los nuevos tiempos, en los estudios argentinos de comunicación en la primera década del siglo XXI –así como en el resto de Latinoamérica–, se verificó un renovado interés por el nexo entre comunicación, economía y política. Además, se registró una renovada preocupación por la intervención pública de los académicos, quienes apoyaron la propuesta democratizadora de las políticas comunicacionales de la Coalición e impulsaron otras iniciativas en el mismo sentido.

Ante la crisis del modelo neoliberal en los países latinoamericanos, después de la caída de los sistemas comunistas, la irrupción de *internet*, la propuesta de la ONU de pasar a una “sociedad de la información” supuestamente determinada por el recurso informacional (Mattelart, 2006: 15) y de los procesos de concentración de la propiedad de los medios, industrias culturales y del entretenimiento (Mastrini, Becerra, Baranchuk y Rossi, 2005: 13), los investigadores del área retomaron los debates iniciados en los 70 e incrementaron la producción en investigación crítica sobre las transformaciones en curso ligadas a la economía política de la comunicación (Becerra, 2003; Mastrini, 2005; Mastrini, Bolaño y Sierra, 2005; Mastrini y Becerra, 2006) y al derecho de la comunicación (Loreti, 2005). En 2005, la carrera de Comunicación de la UBA organizó el III Congreso Panamericano de Comunicación “Integración Comercial o Diálogo Intercultural ante el desafío de la Sociedad de la Información” (Mastrini, Loreti y Baranchuk, 2007).

En un abordaje de la relación entre comunicación y política que pone el acento en las prácticas de los sujetos, se incrementaron también los debates y las investigaciones sobre la articulación

entre comunicación y ciudadanía. Asumiendo la comunicación como condición *sine qua non* para la existencia de la ciudadanía, Mata propuso la noción de “ciudadanía comunicativa” (Mata y otros, 2007a). Desde esta perspectiva, dirigió los trabajos del Programa Información Pública, Comunicación y Participación Ciudadana de la ECI entre 2003 y 2005, y el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del CEA desde 2005. En la ECI en 2005 se organizó el Coloquio Internacional “Democracia y Ciudadanía en la Sociedad de la Información. Desafíos y Articulaciones Regionales” (Mata, Nicolino y Córdoba, 2005). En el CEA en 2007-2008, dirigió la Unidad Ejecutora del Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación de la COMIPREN.

En esos años²⁰⁹, los investigadores mencionados fueron electos como parte de las conducciones de las carreras de Comunicación Social de las principales universidades del país. Si bien no es posible establecer un nexo causal, esta significativa correlación de hechos permite suponer que los temas y enfoques propuestos, así como sus trayectorias, ganaban prestigio y aceptabilidad entre los académicos argentinos del área²¹⁰.

A partir de los debates iniciados en 2001-2002 acerca del papel de las universidades nacionales frente a la nueva coyuntura política y, en particular a los estudiosos de la comunicación, en la medida en que consideraban necesario hacer pública “la crítica al modelo de comunicación” que se hacía en los ámbitos académicos (Mata E, 2010: 21-24), las conducciones de las carreras de Comunicación de la UBA, Quilmes y Córdoba impulsaron la Veeduría Argentina de Medios de Comunicación en 2003. El proyecto fue presentado ese año en la Semana del Comunicador en Córdoba por Loreti de la UBA, Becerra de la UNQ y Mata de la UNC. Se propuso como un espacio de articulación, convergencia y debate sobre “qué medios de comunicación necesita la sociedad” y aspiraba así convertirse en “promotor del carácter público” de ese debate (Carta de Presentación). Finalmente, el único trabajo realizado en ese marco fue la investigación sobre Demandas Ciudadanas de Información hecha en la ECI en Córdoba (Mata y otros, 2003).

Sin embargo, creo que fue interesante [por] (...) ese acuerdo (...) esa decisión (...) de que [las universidades] teníamos que tener una intervención mucho más clara. (...) y después nos fuimos encontrando, en la Coalición o en otros ámbitos a pesar de que la Veeduría como tal nunca existió (...) pasó a un segundo plano, en función de este otro armado tendiente a lograr la modificación de la ley. (Mata E, 2010: 21)

De hecho, una característica en común en las prácticas político-académicas de estas conducciones de las carreras de Comunicación de las universidades nacionales en aquellos años,

²⁰⁹ Ese período estuvo acompañado por una intensa movilización universitaria. En 2005, una movilización nacional contra la ley de Educación Superior, por aumento presupuestario y mejoras salariales, detuvo las clases del segundo semestre en la UNC y permitió la convergencia de todos los claustros en marchas masivas de hasta 25 mil personas.

²¹⁰ Mata dirigió la ECI-UNC entre 2002 y 2005. Loreti fue director de Ciencias de la Comunicación de la UBA durante 2002-2004 y 2004-2006, y vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales de esa universidad en 2006-2008 y 2008-2010. Mastrini dirigió la misma carrera y fue presidente de FADECCOS entre 2006 y 2008. Becerra dirigió la carrera de Comunicación de la UNQ en 2001-2003, y fue secretario académico de esa universidad en 2003-2008.

fueron los pronunciamientos e intervenciones públicas sobre políticas de comunicación. En esas intervenciones, impulsaron el modelo de comunicación pública, emergente en ese período a nivel nacional. Estos académicos participaron de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Cabe destacar que, a partir de este período, en todas las experiencias que se registran de alianzas inter-institucionales que impulsan políticas y prácticas basadas en la noción de la comunicación como un bien social y por lo tanto público, participaron universidades públicas. Los universitarios, además, contribuyeron activamente a instalar el debate social sobre el tema en diferentes ciudades del país (Mastrini E 2010: 17-19; Merchán E, 2011: 48-52).

En esta línea, la ECI-UNC impulsó en 2004 la constitución de la Red Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU)²¹¹ a partir de la experiencia de transmisión en vivo junto con COLSECOR y otras siete universidades nacionales, del Coloquio Internacional “Democracia y Ciudadanía en la Sociedad de la Información. Desafíos y Articulaciones Regionales” (Díaz E, 2008: 1-4)²¹². Esta red impulsa la participación de las universidades públicas en la producción audiovisual pública de calidad, la cooperación entre ellas para realizar y difundir estas producciones, la organización de archivos audiovisuales públicamente disponibles y la incidencia en políticas públicas para el sector audiovisual. Su emergencia se vinculó con el surgimiento de oportunidades de difusión en los canales de gestión estatal que se creaban (Telesur y Encuentro) o en los que se modificaban las políticas de conducción (el 7 y el 10 de Córdoba a partir de 2006) (Díaz E, 2008: 8). En 2006, la RENAU se integró al Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) (Díaz E, 2008: 18-21) y participó activamente de los Encuentros de Televisión Pública.

5.1.7. Los públicos: la naturalización del desencanto

Estas condiciones posibilitaron la progresiva construcción de un público de las propuestas que impulsaban otros modelos comunicacionales. Así, las convocatorias para participar de la construcción de medios alternativos o de colectivos de intervención en comunicación seguían obteniendo respuestas numerosas entre militantes y comunicadores. Por ejemplo, a las reuniones de la RAM “iba mucha gente al principio (...) Pero había mucha gente, ¿eh? Mucha gente desde el comienzo” (Córdoba E, 2008: 95). También crecía un público de las actividades que estos grupos impulsaban y que excedían lo mediático: debates, foros, charlas, encuentros:

Con el Movimiento Campesino hemos organizado en el CISPREN un Encuentro (...) de Prensa Alternativa y Derechos Humanos. Juntamos ciento y pico de personas (...) Eso fue en el 2003. (...) Eso fue grosso. (Oliva E, 2008: 98)

²¹¹ Ver estudio de la UNESCO sobre medios de comunicación universitaria en Latinoamérica: Vitantonio, 2005.

²¹² “Fue un momento de articulación, a veces por vías extrañas” (Mata E, 2010: 181-182).

...La Calle Ancha en Radio Nacional. Todos los miércoles durante dos años hicimos asambleas, un gran foro de pensamiento y acción. (...) a veces [el auditorio de Radio Nacional estaba] lleno. (...) no dejaba de haber 40 personas nunca. (...) Cuando lo trajimos a De Gennaro había 400 personas ahí. Un quilombo. (Schmucler E, 2009: 15-17)

Sin embargo, el debate sobre la democratización de las comunicaciones que la Coalición por una Radiodifusión Democrática pretendía impulsar no encontraba eco en la mayoría de la población. Los 21 Puntos no llegaron en esos años a ser conocidos por la población. “[E]l debate sobre la comunicación y las industrias culturales no cala en la conciencia de la ciudadanía, que mira esta realidad instalada en el lugar de mero espectador” (Uranga, 2005: 8). En Córdoba en particular, el debate sobre la reforma del sistema comunicacional tampoco había logrado instalarse aún a nivel de la ciudadanía en general. En una encuesta realizada en esa ciudad en 2005, al año siguiente de su presentación pública, “sólo un 1,6% respondió conocer esa acción”.

Además, los cordobeses desconocían mayoritariamente cuándo fue sancionada la actual ley de radiodifusión (“sólo un 13% reconoce que esa ley data de la época de la dictadura militar”) y un 10,5% creía que las organizaciones sin fines de lucro podían ser propietarias de radios o canales de televisión, lo que aún no estaba permitido (Mata y otros, 2006). En particular, los integrantes de organizaciones sociales mantenían una relación conflictiva con los medios masivos. Se registraba un importante descrédito de los medios masivos al tiempo que se les planteaban significativas demandas (de mediación, formación, información y de que “cumplan un rol democratizador de las relaciones sociales”) (Mata y otros, 2003), lo que habría constituido una condición de posibilidad para instalar el debate sobre la necesidad de su transformación.

La magnitud de las demandas contrasta, en cierto sentido, con la valoración negativa que de ellos se tiene. Pero al mismo tiempo expresa una cierta confianza en que las cosas no deben ser necesariamente como son. Que el cambio, que ciertos cambios son posibles. (Mata y otros, 2003)

5.2. Las disputas por lo decible

Luego de haber abordado, a nivel del contexto, cuáles fueron las condiciones del proceso social global que constituyeron parte del espacio de posibles de las prácticas analizadas en el sistema de relaciones de la comunicación mediática en Córdoba entre marzo de 2003 y marzo de 2008, y cuáles, los intereses generales y las opciones imputables a los sectores o grupos sociales que participaban de este campo, en esta sección analizaremos cuáles son las características específicas de las prácticas producidas por los agentes colectivos de la sociedad civil que en Córdoba impulsaron de algún modo la democratización de las comunicaciones en ese período.

Ante la relativa desmovilización de los sujetos colectivos protagonistas del período anterior y sus realineamientos político-partidarios frente a las elecciones, las experiencias alternativistas vinculadas a ellos entraron en crisis. Mientras tanto, en relación con la concomitante recuperación del Estado y las instituciones representativas, y con la constitución de redes nacionales de organizaciones sociales y entes estatales que impulsaban la democratización de las comunicaciones, frente a un gobierno (potencial aliado) crítico de las políticas neoliberales predominantes en los 90, y a la debilidad (en la etapa inicial de este período) de las empresas mediáticas (opponentes), emergieron propuestas de un modelo público de comunicación.

En este período, entonces, se produjo en Córdoba la crisis de las estrategias que hemos caracterizado como los dos niveles más bajos de radicalidad según su pretensión de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional, ambas muy ligadas a las movilizaciones sociales del período anterior: (1) la de aprovechar las brechas de los medios masivos (Comunicadores Solidarios y SOS País) y (2) la de los medios alternativos (se desactivaron Cordobanexo e Infored/ADCS; se crearon y desaparecieron dos revistas que aparecen como respuestas a la crisis del período anterior y a la búsqueda de salidas institucionales de esta nueva etapa: *La Intemperie* y *La Orilla*; y sólo sobrevivieron, no sin antes atravesar crisis, los que pertenecían a instituciones tradicionales: *Prensared*, *Radio Revés* y *Comercio y Justicia*). De todos modos, surgieron dos nuevos medios alternativos que –a diferencia de los fundados en el período anterior– no respondían directamente a las particulares condiciones sociales de la Argentina, sino que reproducían modelos gestados en otros países: *Indymedia Córdoba* y *Sosperiodista*.

Se produjo un intento de conformar la Red Alternativa de Medios con el objetivo de articular medios de gestión estatal y medios alternativos en vista de constituir una opción con mayor poder frente a los medios masivos comerciales, pero no llegó a consolidarse. En tanto, emergieron nuevas propuestas de lo que identificamos como los dos mayores niveles de radicalidad que propusieron una ruptura de las reglas de juego entonces predominantes en el campo: (3) las que impulsaban un modelo de comunicación pública basado en una noción de la comunicación como derecho humano universal, en su variante defensiva a nivel local (Comisión de Seguimiento de la Libertad de Expresión y Observatorio Ciudadano de Medios), y (4) en su variante proactiva a nivel nacional (Coalición por una Radiodifusión Democrática).

En particular, estas estrategias propusieron modificaciones en los roles de los sujetos del proceso comunicativo que tendieron a incrementar su participación y, por lo tanto, a democratizar el proceso. En esta etapa el sujeto privilegiado ya no era necesariamente colectivo ni organizado. En los nuevos medios alternativos, se promovía la participación de los públicos como productores y se proponía un cambio en el rol del periodista que pasa a ser administrador/

editor del medio y capacitador. En las alianzas inter-institucionales que impulsaban el cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional global, los públicos pasaban a ser tan acreedores de los derechos a comunicar como los periodistas y medios, y éstos eran responsables de respetarlos –cualquiera sea su tipo de propiedad- en la medida en que el Estado les delegaba la prestación de un servicio público. Por otra parte, estas iniciativas adoptaron formas organizativas en las que persistieron aprendizajes de la etapa anterior como la organización en red o de alianzas horizontales y no delegativas.

5.2.1. La crisis de las experiencias alternativistas

“Esto respondió a un proceso y no pudo autonomizarse” (Roitman E, 2008: 51); “todo volvió a su cauce” (Maldonado E, 2008: 75), son percepciones compartidas por los participantes en estas experiencias. “¿Es posible sostener propuestas de esta naturaleza, en momentos de repliegue del campo popular?” (Buffa, Pensa y Roitman, 2003: 15), se preguntaban en 2003 los impulsores de Cordobanexo, porque junto con la progresiva recuperación institucional y la relativa desmovilización de los actores sociales de la época, las experiencias de comunicación más ligadas a los procesos generados a partir de diciembre de 2001 estaban entrando en crisis. Estas dificultades pusieron de manifiesto las limitaciones de sus modelos organizacionales y de producción económica. La mayoría, desencadenó la desaparición del medio o colectivo. Sólo tres de ellos, los que pertenecían a instituciones “tradicionales”, subsistieron, en gran parte, justamente porque tenían resueltas esas dos dificultades de sostenimiento. Procuraremos analizar aquí de qué manera las condiciones macro-sociales enunciadas en la sección anterior operaron concretamente como limitaciones de las prácticas.

5.2.1.1. Desaparecen medios autónomos y proyectos adaptativistas

En los emprendimientos que optaron por tomas de posición adaptativistas o alternativistas, por una parte, se deterioraron los lazos con las organizaciones sociales que les daban sentido a las prácticas: “[E]mpezó a decaer... Como estaba tan ligado al movimiento asambleario, no se desprendió con una lógica propia, comunicativa. (...) Y las asambleas empezaron a languidecer, por eso Cordobanexo también empezó a languidecer.” (Roitman E, 2008: 46).

Por otra parte, cambiaron las condiciones de existencia de los miembros de cada organización de comunicación y, por lo tanto, sus posibilidades y limitaciones para la acción. En unos casos, al mejorar la situación económica y político-institucional del país, consiguieron empleos más estables y mejor pagos que los que tenían (García E, 2008: 76) e, incluso, posiciones de militancia

en instituciones como el gremio de prensa (Maldonado E, 2008: 64), por lo que priorizaron estas mejoras en sus posiciones de poder relativo en desmedro de las experiencias militantes autónomas. En otros casos, por el contrario, abandonaron o perdieron la posición de poder que ocupaban en las instituciones y que les facilitaba sostener estas prácticas (Roitman E, 2008: 49).

A esto se sumaron factores ligados a las competencias de los agentes. En algunos casos, se registró escasa competencia específica para mantener un medio digital (Roitman E, 2008: 26): “muchos actores tenían poca experiencia con las herramientas virtuales” (Andretich, 2005: 82). En otros casos, se puso de manifiesto la falta de experiencia en la gestión de recursos para emprendimientos autónomos (García E, 2008: 85; Maldonado E, 2008: 39). Asimismo, tuvieron dificultades en la definición del diseño organizacional (Roitman E, 2008: 47; García E, 2008: 85).

En la mayoría de las experiencias, al incrementarse las dificultades de sostenimiento, se intentaron algunos salvatajes económicos que posibilitaron extender su continuidad durante un tiempo más²¹³. Los proyectos impulsados como alternativas de financiamiento, consistieron en la sistematización y transmisión del saber acumulado en estas experiencias que se consideraban novedosas y socialmente necesarias, y de nuevos conocimientos producidos. Según vimos en el Capítulo 4, SOSPaís publicó la sistematización de su experiencia en 2003 financiada por COMPAS; y dio talleres de capacitación en Periodismo Social para estudiantes, periodistas y miembros de organizaciones en varias provincias (Maldonado E, 2008: 51-52, 85); Infored/ADCS desarrolló talleres de capacitación a “mensajeros” financiados por el Instituto para la Cultura, la Innovación y el Desarrollo (INCIDE) (García e Iturriza E, 2008: 77-79).

ADCS participó, además, en el debate sobre medios públicos con actores sociales implicados en el tema como periodistas, organizaciones sociales y referentes políticos y en la investigación sobre la incidencia del manejo de la publicidad oficial en la libertad de expresión periodística, coordinados a nivel nacional por ADC en 2004 y 2005 respectivamente. Estas acciones implicaron una pretensión de producir información pública relevante y de incidir políticamente generando consensos públicos sobre derechos a la comunicación. Por esta razón, en los dos casos las investigaciones estuvieron ligadas a problemáticas comunicacionales de debate coyuntural y sus resultados fueron publicados (ADC y OSI, 2005; ADC, 2004) y puestos a consideración y debate de actores socio-políticos organizados (García E, 2008: 29-39). Así, ADCS pasó de priorizar el desarrollo del medio alternativo en 2001-2003, a impulsar acciones vinculadas a lo que denominamos modelo público de comunicación en versión defensiva en 2003-2008. Este tránsito de ADCS es paradigmático del cambio de etapa.

²¹³ Entre otras estrategias, Infored incluyó pasantes del Programa de Voluntariado Universitario de la UNC (García e Iturriza E, 2008: 24-25).

Finalmente, cesaron sus actividades Cordobanexo y SOS País en 2004 e Infored/ADCS en 2005. Comunicadores Solidarios se reconvertiría al impulsar Indymedia Córdoba en 2005.

5.2.1.2. Surgen y desaparecen revistas independientes

En este período, aparecieron y desaparecieron dos revistas: La Orilla y La Intemperie. Propusieron “miradas desde la cultura a lo político y social” de acuerdo con los condicionamientos “que todo tiempo impone a sus expresiones” (Paulinelli, 2004: 1). Se presentaron, por tanto, como herederas del proceso de movilización y crisis de 2001-2002.

En el 2001, 2002 (...) cuando eran las marchas en los cacerolazos del Cerro (...) ‘Tenemos que hacer otra cosa’. (...) en ese momento era muy difícil, el país estaba en una eclosión muy grande; si bien la gente estaba más permeable a escuchar cosas distintas, lo que más pegaba era la cuestión de la corrupción (Taborda Varela E, 2008: 5, 10)

...en el 2001, cuando veo el quilombo de la De la Rúa huyendo, esta especie la magia de la gente en la calle, las asambleas. (...) la mejor forma que encontré para hacer era hacer una revista. (...) Tuve la sensación en el 2002 de que había mucha acción pero que no había espacio de reflexión, los intelectuales se habían retraído (Schmucler E, 2009: 1, 7)

Sin embargo, surgieron en 2003 debido, tal vez, al tiempo de preparación que demanda un medio gráfico, y/o a que ese año comenzaba a ser más pensable realizar inversiones a mediano plazo como la necesaria para poner en marcha una publicación con cierta regularidad. De cualquier modo, el momento en que salieron y las temáticas de actualidad local que abordaron las obligaron a tomar posición ante la campaña electoral, lo que marcará sus trayectorias y finales.

La Intemperie fue una revista mensual de debate intelectual impulsada, dirigida y financiada por un cineasta, hijo de un intelectual relevante en el campo comunicacional, y de la que participaron, entre otros, docentes e investigadores universitarios de Letras, Filosofía y Humanidades, periodistas con trayectoria gremial y estudiantes y recientes egresados de la Licenciatura en Comunicación Social con militancia estudiantil. Se publicaron 41 números durante casi cuatro años, entre junio de 2003 y marzo de 2007. Tenían una tirada de entre 1.000 y 1.200 ejemplares, y calculaban que se vendían un promedio de 800 revistas.

La Orilla fue una revista de periodismo de investigación, dirigida e integrada por estudiantes y egresados de la ECI-UNC, varios vinculados a la militancia estudiantil y financiada por los dueños de la revista barrial Matices, vinculados a la militancia partidaria y en asociaciones empresarias. Se publicaron seis números durante un año, entre 2003 y 2004. La tirada del primer número fue de 5.000 ejemplares y de los siguientes, 2.000. Estiman que el promedio de ventas en la mayoría de las ediciones rondó los 700 u 800 ejemplares.

Nacieron como lugares para disputar sentidos sobre la política y la cultura. En las dos la preocupación temática central fue la agenda cordobesa, local, incluyendo a las experiencias organizativas y movilizadas, pero excediéndolas. Las dos se inscribieron en la tradición militante

de la ciudad enfrentada a la tradición conservadora. Sin embargo, sus modos de abordaje fueron diferentes. La Orilla optó por la investigación periodística con el fin de develar lo que “en Córdoba no se puede decir porque existe un solo medio importante” (Taborda Varela E, 2008: 20). La Intemperie, por su parte, se propuso como un “espacio de reflexión” y de debate para intelectuales de izquierda “con cierto espíritu crítico” y sin “estructura política definida”, “aquellos grandes intelectuales cordobeses que habían hecho las grandes historias de los ’70, Oscar del Barco, Horacio Crespo, Héctor Schmucler”, junto con “un pensamiento renovador” (Schmucler E, 2009: 9-11). En el nombre de las dos publicaciones se construyó metafóricamente el espacio desde donde se darían esas disputas simbólicas: el margen y el lugar sin protección, que aluden a la opción de colocarse por fuera, a la autonomía, y al riesgo que esta opción implica.

En La Intemperie²¹⁴, se construyó un enunciador con múltiples competencias: cognitiva (ligada a la capacidad de reflexión, al saber, la imaginación, las ideas, la capacidad de cuestionar); enunciativa (literaria más trabajada que en cualquiera de los otros textos); pasional trabajada junto con la competencia axiológica en tanto y en cuanto los valores y disvalores generan sentimientos y movilizan emociones: la justicia alegre y la injusticia indigna y duele (“*nos quejamos del absurdo sectarismo de ciertos grupos*”, “*nos parece increíble tener que pagar peaje para llegar a las sierras*”, “*queremos buscar en la memoria, en los olvidos, en el afecto, ideas que nos vuelvan a enamorar*”, “*nos ayuden a encontrar el camino de la posible y necesaria rebeldía*”). Establece una relación de fuerte complicidad con el enunciatario, al que construye como sujeto que comparte los sentidos propuestos y muchos sobreentendidos por compartir la experiencia cotidiana: “*para los que el otoño ¡ay! el otoño, para los que compramos La Luciérnaga, para los que sabemos que un mal choripán siempre será mejor que una buena hamburguesa*”. Es, por tanto, parte de un nosotros inclusivo: “*Estoy seguro que me entienden. De eso se trata: que nos entendamos*”. Esa complicidad se basa también en un espacio (Córdoba ciudad) y una historia compartidos. El enunciador se inscribe –e inscribe a sus enunciatarios- en una genealogía en la que recupera la “*fama de rebelde*” de la ciudad en la que hubo un quiebre, una ruptura que refiere a la última dictadura militar (“*para los que nos duelen los desaparecidos y vamos cada 24 de marzo a recorrer la Colón*”). Sin embargo, ese origen no se extinguió, sino que sigue latente (“*la ciudad se resquebrajó, pero siguió viviendo*”) y es necesario recuperarlo, restaurarlo (“*que nos ayuden a encontrar el camino de la posible y necesaria rebeldía. Para poner a Córdoba en el lugar del que la sacó Menéndez*”). Los signos que muestran que la ciudad rebelde “*siguió viviendo*” se manifiestan en las complicidades cotidianas signadas también por el espacio: la indignación frente al peaje para llegar a las sierras, las marchas del 24 de marzo, la compra de la revista que venden niños que trabajan en la calle.

²¹⁴ Se analizaron los editoriales de los No 1 de La Intemperie y de La Orilla.

Córdoba ciudad es, así, un espacio significado, enmarcado por sierras con peaje, marchas por sus avenidas, desaparecidos de sus calles, revistas que se venden en sus calles.

La historia a futuro se concibe abierta, no determinada, modificable por la iniciativa del pensamiento, la pasión y la voluntad: *“Para los que pensamos que si uno sólo de los seres humanos es o fue capaz de pensar otra cosa, esa cosa existe. Para los que saben que no hay nada escrito acerca del futuro”*. El objeto de la búsqueda es un *“mundo menos cruel”* y una *“sociedad más justa”*. Para ello, es necesario poner en acción el pensamiento, la pasión, la imaginación *“para pensar los temas ocultos bajo la maraña explosiva, voraz, del mundo hecho a medida del Pensamiento Único”*. Aparece aquí el tópico de lo oculto, secreto y oscuro, frente a lo público, común e iluminado, y la necesidad de develar lo primero para ir hacia lo segundo por medio de la razón y la pasión. El lugar desde donde pensar estas alternativas es *“la intemperie”*, un lugar sin cobijo. Se puede inferir que todo lugar con cobijo puede estar envuelto en *“la maraña explosiva, voraz, del mundo hecho a medida del Pensamiento Único”*. Por eso desde allí propone reubicar lo que fue brutalmente dislocado (*“poner a Córdoba en el lugar del que la sacó Menéndez”*) y recuperar la identidad originaria (*“para reconocer lo que somos”*) ligada a esa historia que fue resquebrajada. Frente a este enunciador/actor del enunciado que propone llevar adelante el programa transformador, se erigen como oponentes los herederos de *“Menéndez”*, los cultores del *“Pensamiento Único”* que se inscriben en la tradición nefasta que prácticamente destruyó a Córdoba. Además, el enunciador/actor –en complicidad con el enunciatario/beneficiario– encuentra obstáculos para su hacer como *“el absurdo sectarismo de ciertos grupos”*.

En tanto, en La Orilla, se construye la figura de un enunciador más ligado al rol profesional del periodista de la tradición liberal. A nivel cognitivo, se posiciona como observador y analista original, innovador (*“para ver la realidad desde otra perspectiva. Para analizar lo que nos rodea y nos toca desde otro enfoque”*) y se basa más que en el saber ya adquirido, en la voluntad de conseguirlo y transmitirlo, en su capacidad para hacer saber (*“el del esfuerzo intelectual por aportar datos y análisis para entender la realidad”*). De acuerdo con eso, las estrategias de verosimilización del hacer propuesto ponen énfasis en el proceso: *“el camino”*, *“el esfuerzo”* que el enunciador/actor deberá realizar para alcanzar el objeto buscado. Su competencia axiológica está ligada a los valores de compromiso con la verdad (*“ningún otro condicionamiento que la verdad”*), a la fortaleza de las convicciones y a su autonomía frente al poder (*“hacedores respaldados tan sólo por sus convicciones. Sin ataduras de ninguna índole”*). Y la competencia pragmática se configura en base a mostrar que sabe hacer saber (*“la orilla intentará expresar la dinámica de los cambios, interpretarlos, analizarlos”*). El enunciador viene a ocupar un lugar que estaba vacío en Córdoba, a hacer lo que nadie hacía, a cubrir una necesidad insatisfecha: *“esa mirada que siempre estuvo negada en Córdoba”*, *“para cubrir el espacio que Córdoba necesita”*.

desde hace un tiempo”. Configura entonces un enunciatario que no puede develar lo oculto y silenciado, ni comprender los cambios por sí mismo.

El objetivo es transformar la realidad, comenzando por interpretarla, parafraseando la Tesis XI de Marx (*“para entender la realidad. Y transformarla”*). Plantea, por tanto, una visión racional del cambio. Prácticamente no hay apelaciones a lo pasional. El mundo social aparece como transformable y sus representaciones, múltiples (*“Córdoba debe conocer otra visión sobre sí misma”*) y no transparentes, por lo que necesitan interpretación. Para la transformación social, es necesaria su comprensión (*“avizorar el horizonte y analizar el presente”*). Construye un oponente general: *“el poder”*, del que no sólo debe mantenerse autónomo, sino al que también debe destruir (*“la función del periodismo es atravesar el poder. Profunda y directamente como una bala de plata”*). Se diferencia así de otros periodistas de Córdoba a los que inscribe en una genealogía de obsecuencia y *“compromisos”* con ese oponente. Se infiere que son este *“poder”* y estos periodistas a su servicio los responsables de lo que se ha ocultado y callado en Córdoba, y que La Orilla develará.

Del mismo modo que algunas de las experiencias de medios alternativos originadas en el período anterior, La Intemperie y La Orilla intentaron exceder lo estrictamente periodístico y convertir el producto comunicacional central en un núcleo a partir del cual impulsar otras actividades de intervención cultural. La Intemperie tuvo un programa en Radio Nacional llamado El Mundo se va a Acabar; y, en consonancia con la relevancia otorgada a la práctica de reflexión, debate público y formación colectiva, organizó unas *“asambleas”* semanales durante dos años en el auditorio de la emisora, *“como un gran foro de pensamiento y acción”*, llamadas La Calle Ancha, que a veces fueron transmitidas por radio. *“Un espacio donde todos entráramos a reflexionar, pero ya no reflexión histórica, sino [sobre la problemática de] Barrio Ituzaingó: tres panelistas, la gente... discutir públicamente”* (Schmucler E, 2009: 12-17). Además, inició un proyecto editorial con el que publicó dos libros (Ávalos, 2005 y Belzagui, 2007). Por su parte, La Orilla pretendió hacer un centro cultural para *“poder trascender lo meramente periodístico para poder hacer otra cosa”* (Taborda Varela E, 2008: 50-53), que no logró concretar.

En la búsqueda de la intervención política, integrantes de las dos revistas intentaron la articulación con agrupaciones, movimientos y partidos políticos o, incluso, su conformación. Se acercaron a la CTA y participaron en algún momento y con diferentes niveles de involucramiento del Movimiento Político Social de Liberación (MPSOL) que, como se dijo en el capítulo 4, se conformó en 2002 impulsado por gremios, asociaciones corporativas y organizaciones sociales, y luego formó parte del Partido Nuevo. Estos alineamientos se tradujeron en tomas de posición editoriales frente a las campañas electorales de nivel municipal, provincial y nacional. Este pasaje a la militancia partidaria de algunos integrantes conllevó disputas internas y hasta rupturas con

quienes sostenían posicionamientos más autonómicos (Taborda Varela E, 2008: 13-15, 74-77; Schmucler E, 2009: 31, 170-175).

Hubo un grupo que empezó a decir ‘están en la intemperie para buscar cobijo’ y otros no, decían ‘están en la intemperie para permanecer porque es el único lugar donde se puede pensar’. Eso ya hablaba de una tirantez, estaban los que buscábamos un paraguas político y otros que no. Y entonces cuando yo me enamoré de la idea de con quien había que ir, eso provocó cierto descalabro en filas. (...) Se disolvió y nada. (Schmucler E, 2009: 170)

En las disputas entre las dos revistas, La Orilla apostó a la masividad. Esta búsqueda de masividad de lo alternativo manifestaba su orientación pública. Se articulaba a lo público en tanto se justificaba desde el carácter que lo hacía deseable para toda la sociedad. Lo público se constituía como un límite para la ruptura de las convenciones y la originalidad. Desde esta perspectiva, lo masivo entraba en tensión con lo culto. Por eso, los integrantes de La Orilla la diferenciaban de La Intemperie por querer “mantenerse en el círculo virtual del intelectual de izquierda de Córdoba, (...) coartando la posibilidad que sean más los que empiecen a leer otras cuestiones o que empiecen a ser parte de otros espacios de discusión, de debate, de ideas políticas” (Taborda Varela E, 2008: 20). De este modo, lo masivo no aludía sólo a la cantidad de gente y la aceptación del producto, sino también a garantizar que el producto fuera adecuado a las competencias atribuidas a la mayoría, lo que distaba de estar vinculado a lo culto.

En este debate sobre el perfil que debían tener los productos editoriales, se puso en discusión el rol profesional. En los dos casos se reivindicaron figuras tradicionales: en La Orilla la del periodista mediador y, en La Intemperie, la del intelectual que interviene públicamente, pero ahora, los dos comprometidos con las problemáticas socio-políticas de su tiempo.

...el periodismo de cuello blanco (...) En La Orilla dijimos ‘hacemos periodismo que mete las patas en el barro’. (...) en esta disputa que teníamos con La Intemperie (...) ‘Queremos hacer un periodismo que realmente se comprometa con las cosas que está diciendo, no intelectualizar todo’. Hoy (...) Uno debería analizar si una revista puede ser un espacio militante también. (...) fue una pretensión. (Taborda Varela E, 2008: 45-46)

Había una disputa. (...) El criterio cuando estaba por lanzar La Orilla tenía que ver con La Intemperie como lógica: ‘Estamos al margen, miramos las cosas desde acá’. Pero la idea era competir en el sentido de ‘Vos creés que hay que hacer cosas elitistas y yo creo que hay que hacer las cosas populares, masivas’. (...) no me gustaba cierto populismo, esta mirada facilonga, política, esta cosa de periodismo. (Schmucler E, 2009: 109-110)

En sus modelos organizacionales, las dos optaron por equipos horizontales que trabajaron *ad honorem*, con directores responsables. En tanto, entre las estrategias económicas, las dos rechazaron recurrir a la publicidad de empresas privadas. Este rechazo a lo mercantil, en La Intemperie fue acompañado por una apuesta –también de subsistencia económica– a las instituciones públicas y las organizaciones sociales. La Orilla fue financiada por una PYME editorial. Esto les permitió pagar los costos de impresión, pero no los sueldos (Taborda Varela E, 2008: 38). La Intemperie mantenía un sólo cargo rentado (el administrativo) (Schmucler E, 200:

179-184). Contó con la inversión inicial de su director, se vendía por suscripción y evitó la publicidad privada, “salvo la publicidad [social, política] a la que apuesto” (E, 2009: 31). Gestionó financiamientos y acuerdos de distribución alternativos con organizaciones sociales (CISPREN, Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales y Sociales-INECIP, Cooperativa Integral de Villa Carlos Paz-COOPI y todos los bloques legislativos) a cambio de páginas en la revista: “¿Cómo mantener una estructura como ésta sin buscar a Tarjeta Naranja? Así, con la solidaridad política” (E, 2009: 27-31).

En *La Intemperie* “la solidaridad política” que les permitía sostener la revista, “se destruyó” cuando en el No 17 de diciembre de 2004 publicaron una carta de Oscar del Barco en referencia a la entrevista a Héctor Jouvé, ex integrante del Ejército Guerrillero del Pueblo, que había sido publicada en los No 15 y 16 de octubre y noviembre de ese año²¹⁵. Esto inició una polémica “sobre las premisas éticas y políticas subyacentes a la práctica de las organizaciones guerrilleras de las décadas sesenta y setenta del siglo pasado” (Belzagui, 2007)²¹⁶.

Fue como una bomba nuclear que por un lado generó una nacionalización de la revista: empezó a venderse en Buenos Aires, Italia, España, en todos lados, porque era poner el dedo en la yaga que nadie quería poner (...) Y a partir de eso hubo 18 números de la revista casi copados por el debate. (...) a su vez (...) Toda la izquierda se me replegó (...) A pesar de dejar de tener apoyo, creció porque se empezó a vender más, pero paradójicamente se fue muriendo lo que a mí me interesaba de la revista. (Schmucler E, 2009: 31-35)

Al no lograr superar las disputas políticas y las dificultades económicas y organizativas (Taborda E, 2008 40-41), *La Orilla* dejó de publicarse en 2004 y *La Intemperie* en 2007.

5.2.1.3. Los medios institucionalizados superan sus crisis

En ese marco de dificultades económicas de sostenimiento de las organizaciones y de desmovilización, lograron mantenerse los medios institucionales surgidos dentro del gremio de prensa y de la escuela universitaria de comunicación, *Prensared* y *Radio Revés*, y el diario recuperado y convertido en cooperativa de trabajo, *Comercio y Justicia*.

Radio Revés y *Comercio y Justicia* atravesaron sendas crisis organizacionales en estos años. *Prensared*, por su parte, había atravesado una crisis de definición de su proyecto en el período anterior, durante su constitución. En todos los casos, la pertenencia institucional les aseguró el financiamiento básico, la transmisión de saberes y el marco institucional necesarios para el mantenimiento de los emprendimientos de estas características.

²¹⁵ El primer libro publicado por Ediciones *La Intemperie* (Ávalos, 2005) es *La Guerrilla del Che* y Masetti en Salta, 1964. *Ideología y Mito* en el Ejército Guerrillero del Pueblo. También incluye un testimonio de Jouvé.

²¹⁶ Las intervenciones en este debate se compilaron en el libro *No Matarás. Sobre la Responsabilidad. Polémica de la Revista La Intemperie*, compilado por Pablo Belzagui y publicado en 2007 por Ediciones *El Cíclope*, Ediciones *La Intemperie* y la Editorial de la UNC, entonces dirigida por Diego Tatián, dos ex integrantes de *La Intemperie*.

...había una base importante que posibilitaba que (...) la radio siguiese funcionando hasta con normalidad. (...) si esta radio hubiese estado en un barrio desaparece en el 2004. Acá nosotros teníamos asegurada la luz, el teléfono, el espacio. La radio se ponía más anómica, se desdibujaba un proyecto (...) pero seguía funcionando porque las condiciones materiales están. (...) La generación que veníamos atrás teníamos una formación que podíamos asumir esos roles (Debanne E, 2008: 119-120)

En Radio Revés y en Comercio y Justicia los paradigmas en pugna fueron uno innovador iniciado a partir de 2001 y otro más tradicional en el sentido de “lo que se hacía antes” de 2001. En el diario estaban en pugna la matriz de empresa privada y la cooperativista (Mirad E, 2009: 54-58). En la radio, un modelo que denominaban “político” (ligado a la comunicación popular) versus el “esteticista” (vinculado a la búsqueda de experimentación estética alternativa) (Debanne E, 2008: 81; Ramos E, 2009: 14-15; Medina E, 2009: 87-91). En los dos casos, antes de la crisis, hubo una especie de “pacto” o “acuerdo” tácito de división de funciones entre quienes impulsaban uno u otro patrón, que conllevó importantes tensiones (Medina E, 2001: 109).

¿Cómo crecemos, cómo consolidamos esto? (...) Había algunos compañeros que venían de experiencias más empresariales (...) pensaban en un manejo como la relación típica del patrón y el empleado (...) y por otro lado había bastantes compañeros que venían de un proceso de lucha largo (...) sienten que gracias al esfuerzo colectivo pudieron, después es muy difícil volver a la situación anterior donde yo te digo lo que tenés que hacer. (...) pero a su vez, había mucho desconocimiento [de] para dónde arrancar y a lo mejor esta gente que tenía la experiencia más empresarial tenía algunas respuestas (...) Entonces se hizo un pacto, pero (...) siempre fue tenso. Esta gente pasó a la conducción de la cooperativa [en 2003], estuvo tres años o cuatro años (...) esto ocasionó permanentes crisis. (Mirad E, 2009: 54)

Las disputas por las definiciones de cómo debían ser estos medios, eran la manifestación de luchas por posiciones de poder en esos medios e instituciones. Las dos crisis desencadenaron el apartamiento de algunos miembros que perdieron poder relativo. “Arcilla pierde el Centro de Estudiantes, estaba perdiendo mucha fuerza” (Debanne y Puig E, 2008: 84-89). Sin embargo, finalmente, en ambos casos, las soluciones que luego se adoptaron integraron elementos de las dos posturas que estaban en pugna (Mirad E, 2009: 61-65).

A fines de 2007, ante la crisis de identidad institucional y de financiamiento, entre otras acciones, Radio Revés –igual que SOS País e Infored- diseñó estrategias de formación que expresaban la culminación de un proceso y la sistematización de la experiencia, al tiempo que constituían una alternativa de financiamiento (del Programa de Voluntariado Universitario del Ministerio de Educación de la Nación) y la posibilidad de relacionarse con nuevos actores que pudieran contribuir al sostenimiento institucional (Debanne y otros E, 2008: 416-428). Elaboraron dos Cartillas de Formación para la Gestión de Equipos de Trabajo en Radios Populares, Ciudadanas y Públicas que apoyaron los talleres realizados sobre el rol del periodismo, la operación técnica de la radio y planes y herramientas de comunicación comunitaria.

5.2.2. Las prácticas alternativas emergentes: altermundismo y ciudadanía

En este período surgieron nuevos medios alternativos digitales: Indymedia Córdoba en 2005 y Sosperiodista en 2006. A diferencia de los medios alternativos del período 2001-2002, éstos replican en Córdoba experiencias desarrolladas en otros lugares del mundo; y sus actividades son estrictamente informativas. Su característica distintiva en común es el cuestionamiento al rol del periodista profesional como generador exclusivo de las noticias y a la distinción entre público y productor. Apelan a un usuario activo, voluntario (su trabajo es gratuito y no regular) y no profesional que asuma los dos roles²¹⁷, mientras que los administradores del sitio se reservan la función de editores, esto es: el control del recurso crítico (el medio) por propiedad y administración. Las diferencias principales entre ellos, radican en la intencionalidad del grupo que impulsa cada sitio y su adscripción axiológica. Mientras Indymedia se autodefine como un colectivo anticapitalista que acompaña a las organizaciones sociales, Sosperiodista se presenta como un medio de comunicación periodístico y comercial.

En las nuevas condiciones sociales de 2003 a 2007, los aprendizajes adquiridos en las prácticas asamblearias del período anterior conformaron lo que Svampa (2005: 275-278) denomina el “nuevo ethos militante” que caracterizó, por ejemplo, a los movimientos de protesta por conflictos socioambientales y a otras acciones colectivas locales en torno a reivindicaciones particulares²¹⁸. Además, se fortalecieron los movimientos alterglobalización junto con lo que la autora considera un “legado” del año 2002: los colectivos culturales y de información alternativa, y las nuevas formas de compromiso político con multipertenencia. Estos grupos culturales de la Argentina, como Indymedia, presentaban fuertes similitudes con los colectivos que formaban parte de las redes de los movimientos alterglobalización surgidos en esos años y caracterizados por “la afirmación de la subjetividad, a través de la acción directa, y el rechazo a la creciente mercantilización de la vida social”, aunque en la Argentina y en otros países de América Latina “la dimensión experiencial aparece subordinada o estrechamente vinculada a los avatares de las luchas político-sociales, en el marco del desarrollo de relaciones de afinidad y redes de solidaridad con otras organizaciones sociales movilizadas” (Svampa, 2005: 277-278).

En tanto medio de comunicación altermundista, recupera la experiencia alternativa, autónoma y asamblearia anterior. Sin embargo, no está tan directamente vinculada a ella, en la medida en que el acento de su trabajo está puesto en el sostenimiento del medio y no en la respuesta a las variadas demandas comunicacionales de las organizaciones sociales como en Comunicadores

²¹⁷ Así lo explicitan desde sus convocatorias: “Cada persona es un corresponsal” y “Sos periodista”.

²¹⁸ En Córdoba, fueron importantes: Madres de Barrio Ituzaingó, organización territorial en defensa al derecho a la salud y la vida en su zona, y la resistencia al desalojo llevada adelante por vecinos de Villa La Maternidad, dos grupos con los que trabajaron Comunicadores Solidarios/Indymedia Córdoba y otros medios alternativos de la época.

Solidarios. De todos modos, es la iniciativa que -entre 2003 y 2008- mayor continuidad guarda con las experiencias de medios alternativos vinculados a los movimientos sociales surgidos en 2001-2002. No obstante, constituye una apuesta de mayor envergadura que las precedentes porque, si bien mantiene su autonomía, es parte de la red internacional de medios alternativos.

...veíamos todas esas actividades, que venían sucediendo y que no se expresaban en nada. (...) el tratamiento [que los medios masivos les daban] no alcanza. Entonces, quisimos construir una herramienta de comunicación que le permita a estos sectores (...) que eso no quede ahí perdido en un volante (...) Y empezó a madurar la posibilidad de tener una herramienta acá en Córdoba como Indymedia. (Fernández E, 2008: 28)

Indymedia ya funcionaba en Buenos Aires y La Plata (E, 2008: 37). En Córdoba había habido intentos en 2002 y 2003, que no prosperaron. Estos antecedentes constituyeron estímulos para la acción de los agentes (E 2008: 37). Además, las características del medio a nivel internacional constituyeron condiciones que hicieron posible el desarrollo de Indymedia en Córdoba: “un portal que ya era conocido”, “una publicación abierta” que “soportaba todo, audio, video, foto y texto”, permitía “interactuar de alguna forma” y tenía un público al que “le interesaba lo que estaba publicado”. Además, a nivel organizacional, propone “laburo horizontal, no jerárquico, de debate colectivo en la construcción colectiva de garantizar la información”, acorde con los planteos políticos de la época (E, 2008: 112).

Y por otro lado, es una página donde se expresa la resistencia y tiene una direccionalidad concreta hacia algo (...) no se permiten noticias o comentarios de carácter sexista, homofóbico, racista, etcétera. (...) Había varios colectivos en el mundo que se planteaban manifiestamente el anticapitalismo (...) las crecientes luchas reivindicativas de los pueblos originarios, de género, de los movimientos de las empresas recuperadas. (E, 2008: 112)

Por su parte, la propuesta de periodismo ciudadano de Sosperiodista adscribe a los valores liberales del periodismo, aunque -en línea emparentada con el periodismo cívico, al que nos referimos en el Capítulo 3- impulsa la radicalización de la participación de los usuarios. Es un medio de comunicación digital que plantea un modo participativo de producción, un modelo de negocio con fines de lucro y procura constituirse en una alternativa laboral.

Las condiciones de acceso y uso de *internet*, constituyeron tanto una posibilidad como una restricción. Si bien la conexión a la red estaba creciendo, la mayoría de la gente escribía desde su trabajo o desde un ciber-café: “Eso es muy costoso, hay que tener pilas” (Reineri E, 2008: 107).

Como se dijo antes, en esos años en la Argentina se estaban poniendo en marcha sitios con características similares. Sin embargo, los integrantes de Sosperiodista se diferencian de los sitios que se identifican con el periodismo ciudadano porque consideran que éstos constituyen nuevos nombres para antiguas prácticas de entrega de información y denuncias de las fuentes a los periodistas (como en el diario *Crítica*), o se asimilan más a redes sociales virtuales de intercambio de informaciones periodísticas (como *Igoob*), o son sitios de producción de información, pero en el estilo “objetivista” de los medios tradicionales (como en *La Nación*) (E, 2008: 280-306). Se

diferencian también de los *blogs* porque constituyen un registro personal de un *bloggero* y, en particular, de los *blogs* de los diarios digitales porque responden a la política editorial del diario aún cuando permita un estilo de escritura diferente (E, 2008: 174-176). La otra diferencia que plantean es con el “periodismo independiente” entendido como de opinión crítica pero poco riguroso en el tratamiento de la información (“Chequeamos la información, pero después lo que digan, nos guste o no, el límite es que sea riguroso”-E, 2008: 112-121).

En particular, si bien reconocen similitudes con Indymedia (“[E]s la misma filosofía” – E, 2008: 205), también se diferencian (“[N]os rozamos con Indymedia, pero no somos Indymedia” – E, 2008: 205) porque a priori no toman posición política como medio (“[En Sosperiodista] más allá de que vos tengas cierta preferencia... que en definitiva la volcás en tu nota. (...) no hacemos del sitio una herramienta para canalizar determinadas ideas que están enroladas en determinado movimiento, sector, grupo político, partidario o barrial. (...) Es bastante variopinto” – E, 2008: 212-213), editan las notas que envían los periodistas ciudadanos (“[En Indymedia] Hay una parte con edición y al costado no. (...) Escribís y está, nadie se hace cargo. Por eso hay una diferencia y no es menor” – E, 2008:209) y registran quién es y desde qué lugar escribe quien escribe, el autor de la nota (“lo hacemos firmar... (...) Tratamos de que todo sea lo más honesto, desde qué lugar se está escribiendo. Que la gente se haga cargo” – E, 2008: 218).

En Indymedia²¹⁹, el enunciador es colectivo (“*un grupo de personas*”), su definición es política con respecto al sistema global (anticapitalista) y su concepción de la comunicación, instrumental al servicio de un fin político (“*una herramienta necesaria para promover la participación de la gente en la lucha por una sociedad más justa*”). Cuestionan el sistema social capitalista al que se oponen. Su lucha no es comunicacional. Lo comunicacional no es analizado en sus vínculos con el sistema que cuestionan, sino que es visto como una herramienta para visibilizar a sus aliados los opositores al sistema, promover la participación en la lucha contra él y facilitar la coordinación con los aliados, al tiempo que hace llegar información sobre su crisis a la población en general, la beneficiaria.

El enunciador/actor del enunciado define su competencia axiológica por los valores que sustenta (justicia, horizontalidad, descentralización y autonomía) y aquellos a los que se opone (“*anticapitalista, no comercial, en contra de toda forma de discriminación: sexismo, homofobia, racismo o fascismo*”). Se construyen como parte de las víctimas de un sistema opresivo (“*la crítica situación del país no nos es ajena, estamos viviendo bajo un sistema totalmente opresivo*”, “*la real situación que padecemos los oprimidos en esta región*”). Y desde esa identidad de afectados que son capaces de distinguir lo bueno de lo malo, van a construir su competencia pragmática, su saber hacer: se reúnen “*con la intención de generar este tipo de herramientas [Indymedia] en Córdoba*” por medio del uso de una tecnología

²¹⁹ Se analizaron las presentaciones de las páginas *web* de Indymedia y de Sosperiodista, y un tríptico de Indymedia.

caracterizada como esencialmente inclusiva y sin restricciones (*“un sistema por el cual toda persona que tiene acceso a internet puede publicar sus artículos y noticias sin que medien restricciones ni modificaciones de ningún tipo”*). Se inscribe en la genealogía de Indymedia: una *“red horizontal, descentralizada y autónoma”*, abierta e independiente. Se desarrolla en un nivel de espacio transnacional: es una *“red global”* conformada por *“diversos grupos que se extienden a lo largo del mundo”*. Frente a la *“crítica situación del país y del mundo”* y la *“crisis que vive Córdoba”*, se juntaron para generarla en este último espacio local. Sin llegar a constituirlos como oponentes porque su lucha no es contra ellos, se diferencian de *“los grandes medios de comunicación”* de los que no esperan que realicen el hacer que proponen: visibilizar la crisis ni a *“la gran cantidad de movilizaciones y organizaciones que están surgiendo”*.

El texto es apelativo y convoca a los enunciatarios a participar. Los configura como un sujeto individual que comparte los valores propuestos y al que se caracteriza como activo, participativo y con criterio para distinguir lo importante de lo que no lo es (*“Te proponemos que seas parte activa de este emprendimiento, que tomes esta herramienta como propia, subiendo a la página lo que consideres relevante”*). Las competencias con que se construye tanto al enunciatario como al enunciador, son pragmáticas y axiológicas, mientras que las competencias cognitivas no parecen ser necesarias. Ni la tecnología ni el saber configuran limitaciones al hacer propuesto. Sus aliados y uno de los beneficiarios son las organizaciones anticapitalistas en tanto pretenden construir una red *“que acompañe las experiencias de distintas organizaciones sociales que construyen alternativas al sistema capitalista”* y se presentan como *“un espacio que facilite la coordinación entre las diferentes organizaciones”*, que satisfaga su necesidad de *“hacerse oír y ver”*; que promueva *“la participación de la gente en la lucha por una sociedad más justa”*. El otro beneficiario de su acción es la *“comunidad en general”* en la medida en que se le acercará *“información sobre la real situación que padecemos los oprimidos de esta región”*.

En tanto, en Sosperiodista, el enunciador/actor del enunciado se define por su saber hacer, o con más precisión: por su haber hecho un producto periodístico nuevo. Su competencia afectiva se vincula con la convicción al momento de tomar un riesgo (*“Ésta es nuestra mayor apuesta”*), con la creencia en la potencialidad y capacidades de aquellos a quienes se dirige. Esa convicción se funda en una competencia axiológica, en los valores que lo llevan a tomar posición, diferenciándose de los periodistas profesionales, las agencias informativas y los medios *“establecidos”* y *“tradicionales”* a los que tampoco construye como oponentes: la novedad; el pluralismo (*“no hay ningún tema que no se pueda tratar”*); la honestidad (*“el único compromiso es con la honestidad informativa”*) y la implicación de la subjetividad de quien escribe (*“es periodismo en primera persona y no fríos relatos con pretensión de objetividad”*). Desde esa posición, apelan al enunciatario, lo convocan a participar. Lo caracterizan con competencias cognitivas y pragmáticas que convertirían a *“personas que no se dedican al periodismo como actividad profesional”*, pero que sí están

“*interesadas en participar en un proceso informativo*”, en “*productoras de noticias en potencia*”. Les propone un proceso de transformación que culminaría en su conversión en “*periodistas ciudadanos*”. Esta puesta en valor del saber hacer del enunciatario, hace verosímil la propuesta, buscan persuadirlo y configurarlo como sujeto virtual de aceptación de los sentidos propuestos y de los haceres que pudieran derivar de ellos. Entre los actores que llevarían a cabo esta propuesta, se distinguen:

- El “*equipo editorial de Sosperiodista*” construido como el agente textual que sostiene y administra el sitio que hace posible el medio, convoca a participar y que edita, corrige y publica las notas.
- Los lectores construidos como testigos, aunque siempre podrían dejar su actitud de “*usuarios pasivos*” y convertirse en periodistas ciudadanos porque lo son “*en potencia*”. Los diferencian así de lectores pasivos cuya máxima participación en medios tradicionales es una “*carta de lectores*”, a quienes asocia, por tanto a un disvalor: la pasividad.
- Los que asumen esa invitación a escribir las notas que “*llevarán su firma*” construidos como aliados necesarios para sostener el medio. Los periodistas ciudadanos se diferencian de los periodistas profesionales porque relatan hechos de los que participan (“*quienes participan de los hechos son también quienes los escriben*”) y de los que son testigos, y comparten “*conocimientos*” y la “*información*” que poseen (“*suelen poseer más y mejor información*”). De todos modos, también son capaces de “*buscar sucesos, ponerlos por escrito y compartirlos*” y convertirse así en “*generadores*” de noticias. Por eso, por el modo de producción y el estilo del relato, es “*periodismo en primera persona*” y por los contenidos que trabajan, “*la agenda informativa la creamos entre todos*”.
- Se diferencian de “*las agencias informativas y los medios establecidos*” y de los periodistas profesionales, a quienes están asociados los disvalores del texto: la frialdad y pretendida objetividad de los relatos de los periodistas profesionales, su pretensión de exclusividad en el manejo de la información y la producción de noticias; y la indiferencia –y por lo tanto, la exclusión- de medios y agencias hacia algunos temas que podrían constituir la agenda.

Estos cambios en el productor de las noticias (los ciudadanos, las personas), el modo de tratamiento (en primera persona), los temas de agenda informativa (los que los medios y agencias informativas ignoran, distinta de la de los medios tradicionales) y el periodista profesional (que pasaría a editar notas y administrar estos espacios) no implican, sin embargo, pretensión alguna de cambios en el sistema comunicacional ni del orden social, sino sólo la apertura de una nueva alternativa de producción de información y de medio de comunicación.

La contracara del cuestionamiento a la intermediación del comunicador y de la redefinición del rol profesional del comunicador como productor exclusivo de la noticia y como imprescindible mediador de la información social, es la redefinición del papel del “público” pensado no sólo como activo y participativo, sino como productor. Sin embargo, el tránsito de receptor pasivo a

productor activo es un pasaje complejo no exento de dificultades. En primer lugar, los impulsores de Sosperiodista e Indymedia debieron vencer la resistencia de los “periodistas ciudadanos” o los “corresponsales”, a escribir por temor a la “incorrección”.

...hay mucho temor por la forma en que presentan el material, su texto. (...) lo que más pedimos de ellos es la actividad de reportería, no de escritura. Que tengan la perspicacia o habilidad para detectar cosas que para uno o que para la gran mayoría pasan inadvertidas, y que suceden en la gran ciudad todo el tiempo hoy. (Albera y Reineri E, 2008: 74)

...cuesta, no es nada fácil. Porque la gente tiene una cosa como... ‘ay, escribir’, y que salga esto, y que sea el volante... Es muy fuerte (...) el miedo frente al micrófono (...) Hay gente que escribe muy lindo, muy bien, y cuando vos le decís andá a armar un párrafo para la convocatoria (...) se nublan. (...) no sabe qué poner (Fernández E, 2008: 80)

Quienes comenzaron a participar, lo hicieron de acuerdo con lo que habían aprendido en su larga experiencia cultural como públicos de los medios masivos de comunicación. Primero, en lugar de producir, o bien se asumían como fuentes de información de los periodistas profesionales y se la pasaban al editor del medio para que ellos, profesionales, escribieran las notas (Albera y Reineri E, 2008: 51), o reenviaban artículos que ya habían sido publicados en otros medios o que estaban circulando por correo electrónico (E, 2008: 179). En segundo término, quienes empezaron a escribir, lo hicieron participando desde el lugar que los medios tradicionales les asignaron para tal fin (en calidad de lectores/audiencias) y 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 (Albera y Reineri E, 2008: 35). Finalmente, cuando cronicaban una historia, también lo hacían imitando el estilo de los medios masivos: “La gente se esforzaba por escribir bien... como los diarios” (E, 2008: 78-79). Se planteaba también el problema de la definición de lo que es noticia y, por lo tanto, de lo que es una agenda informativa adecuada en un medio de información. En su experiencia cultural como público de los medios masivos de comunicación de propiedad privada, se aprendió a asociar “noticia” a “primicia” y a tópicos relativos al poder económico y político. Los impulsores de Sosperiodista, en consonancia con el enfoque del periodismo cívico, impugnan esa noción y proponen una agenda “más ciudadana”, relativa a temas comunitarios cotidianos o, a tratar los temas de agenda de los grandes medios desde una perspectiva que contemple la vivencia cotidiana de los integrantes de la comunidad, el barrio o el pueblo (E, 2008: 79-88)²²⁰.

A estas dificultades relativas al saber hacer específico requerido para buscar y producir una noticia, o escribir una crónica, los impulsores de Sosperiodista las fueron paliando con asesoramientos personalizados a cada productor y/o con intervenciones directas en la edición y corrección de los textos y luego también con talleres virtuales y presenciales, mientras que los de

²²⁰ Un estudio sobre las relaciones entre producción y recepción en Sosperiodista, ver en Quiroga, 2009; y un análisis de sus publicaciones, en: Blejman, Brenna y Liz, 2007.

Indymedia desarrollaron capacitaciones internas, que en ninguno de los dos casos habían estado previstas al iniciar los proyectos (Fernández E, 2008: 143).

En Indymedia, a las dificultades reseñadas, se sumaron las vinculadas a la producción colectiva. Mientras que en Sosperiodista, todas las notas van firmadas por el “periodista ciudadano” que las escribe y se reivindica que son crónicas “en primera persona”, en Indymedia Córdoba –igual que en todos los sitios de la red global de Indymedia- lo que se publica en la columna central lleva la firma del colectivo²²¹. El desdibujamiento de los roles de productor y público del medio puso de manifiesto las diferencias en el saber hacer específico necesario para la generación de noticias y el uso de la tecnología del medio que poseía cada integrante del colectivo. Esto puso en tensión la pretensión de apertura y horizontalidad entre agentes con diferente poder relativo basado en la posesión diferencial de recursos específicos como el saber.

...dijimos: ‘Del colectivo puede participar cualquier persona, hombres, mujeres, de comunicación, que no sean de comunicación, de distintas experiencias políticas (...) Y en el camino nos encontramos con gente que no sabía manejar *internet* (...) Tuvimos que empezar a (...) explicar cómo hacer para hacer una noticia a la gente del mismo colectivo (E, 2008: 121)

Estas dificultades culminarían con el alejamiento de algunos integrantes. “[H]ay una profesión donde se resalta tu capacidad (...) de hacer individualmente, (...) hasta es una necesidad para instalarte. Cuando vos decís ‘Queremos hacer algo en colectivo’ (...) se complica. (E, 2008: 154).

Por otra parte, estos medios alternativos mantienen complejas relaciones con los medios masivos de comunicación. Aún cuando pretenden constituir una alternativa, los medios masivos constituyen un importante factor de legitimación de sus propias prácticas (“Y si las cadenas mundiales de información toman de Indymedia el anuncio de la muerte de Fidel Castro y lo dan por cierto, es porque (...) te ubican”–E, 2008: 145). Incluso cuando no los citan, si los colegas de los medios masivos los leen y toman sus temas, funcionan como prestigiadores del trabajo (“No sólo eso [nos levantaban notas, sino que] llamaban (...) por teléfono y decían ‘¿No tendrás el teléfono de ese señor (...)?’”-Albera y Reineri E, 2008: 346). Los medios masivos son también un canal de visibilización de los medios alternativos (“Hubo un día que se colgaron 700 mil. Generalmente, ese día es porque alguien nos levantó y nos enlazó desde algún sitio”–E, 2008: 29), y funcionan como amplificadores de los temas que tratan, como generadores del impacto que la publicidad masiva de la información puede tener. Parte de ese impacto consiste en las respuestas que las instituciones públicas y privadas dan frente a los problemas que son expuestos por los medios masivos (E, 2008: 226-240). Así, tal como también destacamos en el Capítulo anterior, estos comunicadores alternativos tampoco escapan a la capacidad modeladora de los medios masivos en tanto espacios centrales en la constitución de la esfera pública. Esto se pone

²²¹ Quienes no forman parte del colectivo Indymedia, pueden subir sus informaciones en la columna de la derecha, donde sí llevan firma de quien envía su nota.

de manifiesto cuando la medida del éxito en la intervención comunicacional aparece ligada al impacto (entendido como réplica) en los medios masivos y comerciales pre-existentes.

Las propuestas de estos nuevos medios conllevan una reconfiguración del papel tradicional de los medios de comunicación. Sin embargo, en este punto, las divergencias entre las dos experiencias vuelven a hacerse notar. Indymedia Córdoba es un colectivo autónomo que forma parte de la red global de Indymedia. No cuentan con financiamiento, más que los recursos propios y las colectas (“vaquitas”) entre ellos para comprar los insumos necesarios para cada actividad (Fernández E, 2008: 122, 157). Sosperiodista, en cambio, pretende constituir un esquema de negocios alternativo (“Lo ideal es tener un producto, ¿sí? y al lado un modelo, un esquema de negocio. (...) Es el objetivo”-Albera y Reineri E, 2008: 125). Sin embargo, su concepción de un productor activo amplio y externo al grupo administrador del sitio, plantea cuestionamientos a la definición de lo que se considera trabajo remunerable (“[N]o podemos exigirles notas que nosotros no estamos en condiciones de pagar. (...) Si no, que responda a una necesidad de la gente y no una demanda tuya” - E, 2008: 91-96). Sosperiodista buscó financiamiento de diversas fuentes. Con cada potencial financiador, se presentaron diferentes dificultades. Con las empresas, sostienen que todavía no tienen un caudal de visitas tan importante como para resultar atractivos, además de que es un sitio que se caracteriza por la dificultad de control de los contenidos (E 2008: 110-129). También buscaron financiamiento de ONGs y, en el Estado, del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia y la Municipalidad, con la “sanata de la democratización” y la “participación ciudadana”, pero no lograron adecuarse a los tiempos ni modos de trabajo de estas entidades. Sólo concretaron talleres de capacitación pagos (E 2008: 373-417). La publicidad oficial fue lo que menos gestionaron (“No lo hicimos, porque (...) tenemos un público que es leal porque tenemos una línea de conducta”-E, 2008: 475-478).

Además de las limitaciones del periodismo ciudadano y el activismo en la red digital que reseñamos en los Capítulos 3 y 4, las experiencias de Indymedia y Sosperiodista ponen de manifiesto las grandes dificultades, no sólo de que la “multiplicidad de voces” sea audible a nivel masivo y logre alguna capacidad de incidencia como celebran los tecno-utópicos, sino también de que esas voces lleguen a expresarse de modo plural y diverso sin imitar las modalidades expresivas que configuraron como aceptables los grandes medios masivos.

5.2.3. Una red de medios entre lo alternativo y lo público

En este período, surge en 2003 y se desactiva en el transcurso del año siguiente, la Red Alternativa de Medios de Córdoba (RAM), impulsada por el entonces Director de Contenidos de

Radio Nacional Córdoba y conformada por la Escuela de Ciencias de la Información, casi todos los medios de gestión estatal, excepto los SRT (Radio Nacional, Radio UTN y Radio Revés) y todos los medios comentarios y alternativos de la ciudad existentes en ese momento (Radio Sur, Radio La Ranchada, La Intemperie, La Orilla, Infored, Prensared y Cordobanexo). Su propuesta puso en tensión los dos modelos. Si bien no llegó a desarrollarse, el intento merece considerarse en la medida en que fue la primera vez que en Córdoba confluyeron todos los agentes del campo comunicacional del sector social, gremial, universitario y de medios de gestión estatal.

La RAM se creó con el fin de articular acciones para incrementar la capacidad relativa de incidencia en el espacio público que cada medio alternativo y estatal tenía en particular, para dar visibilidad a los actores, temas y modos de expresión que no ingresaban en la esfera pública oficial con las actuales reglas de juego del sistema comunicacional, como un modo de ganar fuerza para poder disputar los sentidos de la nueva situación socio-política, incidir en la esfera pública hegemónica e impulsar los cambios sociales que estiman necesarios.

El diagnóstico era el siguiente: Córdoba, sociedad cultural y políticamente conservadora en contexto nacional. En el aspecto cultural desempeña un rol no menor la cuestión mediática. A nivel mediático, el poder tiene una red (...) el discurso único, a través de varios medios. Al mismo tiempo, el poder en Córdoba tiene espacios en donde trabajar presencialmente para profundizar ese discurso. (...) Uno propone como principio ser el espejo invertido del poder. (Tagle E, 2008: 99-108)

...se dejó bien en claro 'No queremos ser medios alternativos. Queremos una red alternativa a los medios convencionales'. Si individualmente no podíamos disputar espacios a los grandes medios porque no nos daba el cuero económicamente, unidos capaz que sí. Entonces lo que queríamos era poner en discusión temas, instalar agenda. (Taborda Varela E, 2008: 114)

La propuesta de hacer²²² es construir “*una red ciudadana de comunicación pública*” y articular un “*proyecto político-cultural*” que articule a los siguientes actores: “*medios no comerciales de Córdoba*”, “*la universidad pública*” y “*lugares’ o espacios públicos de deliberación*” como los auditorios de Radio Nacional, la ECI y la UTN. El objetivo de esta propuesta es vincular y orientar “*procesos de participación ciudadana*”. En ese sentido, propone “*construir públicos reflexivos (...) construir ciudadanía desde los medios*”. Define a la ciudadanía en su dimensión pragmática (“*apuntar a que nuestros públicos sean ‘públicos que hacen’ y no sólo leen o escuchan*”). Por ende, la propuesta de transformación del público en ciudadano, se funda en su acción. El fin último de este proceso es la “*democratización de nuestra sociedad*”. El mundo social, por lo tanto, se presenta como modificable por la acción de los actores. Sin embargo, no hay una identificación de la posibilidad de transformación del sistema de medios existente, sino sólo la identificación de la posibilidad de generar una alternativa comunicacional que es necesaria para lograr la transformación social. Los públicos posibles de

²²² Se analizó el documento titulado “RAM. Red Alternativa de Medios. Apuntes para una sistematización y conceptualización de la experiencia”, escrito por Sergio Tagle.

convertirse en ciudadanos serían entonces los beneficiarios principales de la acción de los actores. Los aliados que prevé esta red son las “*organizaciones sociales*” mientras que sus oponentes son “*Cadena 3*”, la “*Universidad empresarial Siglo XXI*” y el “*Patio Olmos*”. La RAM se inscribe en una genealogía que la pone del lado de “*Porto Alegre*” (en alusión al encuentro de organizaciones anticapitalistas de todo el mundo en el Foro Social Mundial) e inscribe a sus oponentes en la tradición opuesta: “*Davos*” (en referencia a la reunión anual de los siete países con las economías más sólidas del mundo en Suiza). Para la acción propuesta se presenta una doble oportunidad: “*una coyuntura político-cultural más favorable para este camino*” y que, por otro lado, los actores involucrados ya tienen experiencias de trabajo compartido.

Lograron realizar dos actividades conjuntas de intervención político-cultural: la promoción del estreno en Córdoba de Memoria del Saqueo, película de Pino Solanas, y la transmisión conjunta de un documental radiofónico de Sergio Schmucler (de La Intemperie) sobre el Cordobazo en su aniversario. Además, se realizaron actividades de cooperación entre los comunicadores de estos medios como columnistas o entrevistados en otros. Estas actividades no estuvieron exentas de tensiones (Schmucler E 2009: 82-83; Taborda Varela E 2008: 106-112). Finalmente, la RAM no logró articular las acciones de los medios que intentaron integrarla más allá de la organización de estos eventos conjuntos (Córdoba, Nicolino y Segura, 2005).

No obstante, el intento puso de manifiesto tanto la voluntad de los actores sociales que intervenían en comunicación de movilizarse para impulsar propuestas de otros modelos comunicacionales, como las dificultades de su articulación. Asimismo, planteó debates acerca de la relación entre lo alternativo y lo masivo, y sobre el vínculo entre lo alternativo y lo público.

Después de décadas de predominio en las políticas comunicativas en particular, pero en todos los ámbitos sociales en general, del modelo privatista neoliberal ahora en crisis, resurgió la cuestión de lo público con nuevo valor y el debate entre lo público-estatal y lo público-societal. Sin embargo, luego de los dos primeros años de alta movilización social y gran desconfianza ante las instituciones tradicionales, esta visión todavía no es la dominante y sigue articulándose de diversos modos con los modelos alternativistas. Así, la Red Alternativa de Medios, a pesar de ser impulsada y de estar integrada por instituciones públicas —junto con otras—, se llamó “alternativa” en referencia a la alternativa a lo dominante que entonces procuraban constituir medios y universidades públicas junto a medios comunitarios, populares y sociales. Aquí lo alternativo se articula con lo público en la medida en que lo público -común a todos, visible y accesible (Rabotnikoff, 1997)- es alternativo/opuesto “al poder” político, económico, cultural y mediático que es privado y privatista puesto que se apropia de lo que debería pertenecer a todos y ser

abierto a todos. Lo alternativo implica perseguir objetivos políticos que, al realizarse en beneficio de toda la sociedad, adquieren un carácter social de intervención pública.

Lo público-estatal aparece como objeto cuyo sentido se disputa. Esta disputa es deudora de las condiciones en que el debate se produce. Algunos agentes, como los integrantes de ADCS/Infored, impulsaban una concepción de lo público como no gubernamental, identificado con la sociedad civil organizada (García, 2004: 20-23), mientras que otros, como los miembros de Radio Nacional que impulsaban la Red, asociaban lo público con lo estatal-gubernamental. Desde la primera perspectiva, los medios públicos se configuran como dimensión a defender y controlar por lo alternativo/societal en oposición a los avances de lo gubernamental.

Reunimos a muchas organizaciones y académicos, para discutir medios públicos. (...) lo interesante es la resistencia que se impuso. Era la época en que había asumido Néstor Kirchner a la Presidencia, ahí mismo empezaron a haber cambios en Radio Nacional y en algunos medios oficiales. (Iturriza E, 2008: 36)

...el Fabián (García) era el más antiestatal. (...) [su antiestatalismo] era de una raíz más liberal. (Tagle E, 2008: 126)

En la apuesta por la masividad que se registraba en las prácticas de comunicación alternativa que confluyeron en la RAM, podemos deducir una “orientación pública”, como llama Fraser (1997) al intento de participar en la disputa por los tópicos, sujetos, modalidades de expresión y estructuras de propiedad de la esfera pública oficial. Esta apuesta a alcanzar masividad, que podía buscarse de diversos modos, en el caso de la RAM se intentaba por medio de la alianza con otros medios. “[L]a mayor dificultad está en tratar de saltar el cerco del auto-consumo (...) pensemos cómo hacemos para que nos lean los otros, los que no están convencidos, los que piensan distinto” (Taborda Varela E, 2008: 58). La búsqueda de masividad de lo alternativo se articulaba a lo público porque se justificaba desde el carácter que lo hacía deseable para toda la sociedad. De allí también la preocupación por los públicos/ciudadanos que emerge en estas prácticas.

5.2.4. Las prácticas públicas emergentes

Entre 2003 y 2008 se articularon instituciones “tradicionales” como el gremio de prensa y las universidades nacionales para impulsar prácticas basadas en un modelo de comunicación pública que, en este período en Córdoba –a diferencia de lo que sucedía en esos años a nivel nacional– todavía asumían un carácter defensivo frente a los avasallamientos al derecho a la comunicación producidos por las empresas privadas de medios masivos de comunicación y/o por los gobiernos. En estas experiencias se realizó una apuesta diferente de la de la comunicación alternativa y autónoma ligada a las organizaciones movilizadas predominantes en 2001-2002: se apostó a la comunicación como derecho ciudadano y por lo tanto, como servicio público

cualquiera sea su prestador y el tipo de propiedad del medio, reivindicable frente al Estado. Desde esta perspectiva se hizo necesaria la articulación con otros sectores, pero no en tanto alianzas coyunturales para la realización de una acción directa, sino como articulación para ganar fuerza política y para poder incidir sobre el Estado en la definición de políticas públicas, y en las empresas para que respeten los derechos. Con esta impronta, en 2004 se constituyó la Comisión de Seguimiento y Control de la Libertad de Expresión (COMIPREN) y en 2007 la COMIPREN puso en funcionamiento el Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación.

...no bastaba solamente con defender la libre expresión y el derecho a la información de los periodistas desde el sindicato, sino que había que laburar desde una visión ciudadana, y ampliarlo a otros sectores para que se involucren y tomen esta pelea como propia. (...) estaba muy caliente todo el post 19 y 20 de diciembre, el tema del cerco informativo, de la manipulación de los (...) oligopolios informativos. (Oliva E, 2008: 17, 26)

...frente al ataque de los periodistas (...) creíamos que excedía al CISPREN que tenía que ser una Comisión (...) para darle más poder de referencia hacia afuera [para] que no se tomara como una cuestión meramente corporativa. (...) cuando lo tocan a éste que está haciendo prensa en verdad están impidiendo que la sociedad pueda informarse de determinada manera. Le dábamos una dimensión más política... (Giuliani E, 2010: 91)

La COMIPREN surgió por iniciativa del CISPREN y reunía a periodistas, juristas, docentes e investigadores de comunicación. Fue un intento de dar respuesta a los avances con querellas judiciales, aprietes económicos, ataques físicos y verbales por parte de miembros del gobierno provincial sobre periodistas, canillitas y columnistas de medios que publicaban investigaciones sobre las conductas de los funcionarios o emitían opiniones críticas contra las medidas de gobierno²²³. La primera etapa de la COMIPREN estuvo dedicada a los comunicados y denuncias públicas de violaciones a la libertad de prensa. Relevaron 50 casos producidos durante los primeros cinco años de la administración delosotista y los publicaron en un dossier (COMIPREN, 2004), por correo electrónico y en la revista *Proyección* (sep./oct. 2004)²²⁴ (Oliva E, 2008: 36-42; Rodríguez Villfañe E, 2008: 87-91).

La segunda etapa se caracterizó por la constitución del Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación de Córdoba (Oliva E, 2008: 51; Rodríguez Villafañe E, 2008: 92), cuyo trabajo fue ejecutado por el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados (CEA) de la UNC. Realizó dos observaciones, la primera, en esta etapa, fue sobre el tratamiento mediático dado a las propuestas electorales de los candidatos a gobernador y vice-gobernador en las elecciones provinciales de 2007.

²²³ La COMIPREN se posicionó frente a un Gobierno que, como se dijo en el Capítulo 2, , a pesar de la resistencia gremial, impulsaba políticas neoliberales similares a las implementadas durante la década del 90 a nivel nacional.

²²⁴ Giuliani sostuvo que era “imperioso que el pueblo tome conciencia” de que el derecho a la información era “un bien social y un derecho humano” y que esa “tarea indelegable requiere de predicadores verosímiles”, en probable alusión a la COMIPREN y la Coalición por una Radiodifusión Democrática (*Proyección*, sep./oct. 2004).

En la Declaración Fundacional de la COMIPREN, se construyó un enunciador/actor del enunciado con competencia cognitiva como especialista en el tema (sabe de leyes y derechos y de la relación entre periodistas, medios y gobiernos en la provincia). Su saber le permitía evaluar cuáles eran los derechos y valores que se debían respetar (competencia axiológica) y diagnosticar las situaciones de violaciones a esos derechos por parte de las empresas de medios y los gobiernos. En estos conocimientos y valores, fundaba su competencia pragmática para “controlar” y “denunciar” (hacer saber) ante la “opinión pública” y para formular y gestionar nuevas leyes que hagan efectivos esos derechos. Los destinatarios de la acción y la Constitución Nacional y los tratados internacionales con rango constitucional y a la Constitución provincial, ordenaban garantizar derechos “fundamentales”. La aprobación de estas normativas constituía una oportunidad que facilitaba la acción propuesta.

La aceptabilidad del hacer propuesto se fundó en la exaltación de la democracia y la participación ciudadana, el Estado de Derecho, y la centralidad de “los derechos a la libertad de expresión y a la información; el pluralismo informativo; el libre acceso a las fuentes de información” para asegurar su vigencia. Estos valores configuran “el carácter de bien social de la información y la comunicación” que, por lo tanto, deben ser servicios públicos –por oposición a la definición de la información como mercancía-. Establece también jerarquías de valores: “las leyes destinadas a proteger la intimidad de las personas no pueden inhibir ni retacear la información de interés público, en particular en lo que concierne a la actividad de gobernantes y funcionarios”. Dos de los valores más destacados que debían revestir la información, la prensa e, incluso, el control que proponía ejercer la COMIPREN eran “independencia” y “veracidad”.

Los beneficiarios de la acción de la COMIPREN eran los titulares de los derechos/valores que la COMIPREN proponía defender: (1) los “medios independientes” y “la prensa independiente” (“voces molestas”, “opiniones críticas”) en tanto mediadores en la protección del derecho a la información de la sociedad; y (2) “la sociedad” a la cual, la información y la expresión le permitían formular valoraciones para tomar decisiones que conciernen “al conjunto de la Nación”. La “sociedad” fue construida como sujeto que comparte los sentidos propuestos por lo que es llamada a ser también un aliado que “sancione a los autores” de violaciones a los derechos de comunicación que la COMIPREN denuncie. Sin embargo, no se la construyó con las competencias necesarias para llevar adelante el hacer propuesto. Otros aliados eran “las instituciones y personas” interesadas en impulsar la sanción de nuevas leyes para asegurar la vigencia de los derechos a la información (se supone que legisladores y posiblemente también funcionarios y miembros de organizaciones sociales). Los obstáculos para desarrollar la acción propuesta eran interpuestos por los oponentes: la concentración de la propiedad de los medios (los monopolios y oligopolios públicos y

privados) y las estrategias financieras (publicidad oficial) y jurídicas (demandas judiciales) de los gobiernos para controlar a los medios y periodistas independientes. Por lo tanto, estos oponentes eran asociados a los disvalores de la “*discriminación*” de medios y periodistas críticos.

El sujeto de la enunciación fue construido entonces como agente competente que interpretaba el mandato de los destinadores y destinaba a su vez (con proyectos de ley y denuncias públicas) al Estado y a la sociedad, que desarrollasen los haceres necesarios (aprobación y aplicación de leyes y sanción social) para que la sociedad (el principal beneficiario) alcanzara los objetos valiosos de la información y la expresión a través de los medios y periodistas independientes y críticos (aliados) y contra el gobierno y las corporaciones mediáticas (opositores).

Con respecto al período anterior, desaparecían como actores aliados las organizaciones sociales, y aparecían los organismos del Estado en un doble rol: como oponentes y como potenciales aliados, según la posición que tomaran. Entre los medios, se mantenía la diferencia entre las grandes empresas y la “prensa independiente”. Se proponía defender el trabajo de esta última, pero no se planteaban modificaciones del sistema comunicacional en su conjunto. Aparecía la mención al carácter de “bien social de la comunicación” y se lo construía como condición para la democracia, pero no se desarrollaban las implicaciones que de estas afirmaciones se derivaban. La acción propuesta era fundamentalmente defensiva de las libertades y garantías ya existentes sobre todo del periodismo. También proponía nuevas leyes que ampliaran esas garantías, pero se vinculaban más bien con garantizar el libre ejercicio del periodismo, aún cuando planteaba a la sociedad como titular de esos derechos fundamentales.

En tanto, en la presentación del Observatorio Ciudadano de Medios, se construyó un sujeto colectivo (la COMIPREN) como enunciador/actor del enunciado dotado de similares competencias cognitivas, de saber acerca de normas, políticas, movimiento social y medios de comunicación, competencias axiológicas que parecen derivarse de las cognitivas y que le permitían distinguir lo deseable en el campo comunicacional y una nueva competencia pragmática vinculada a su saber hacer de experto en la tarea propuesta: “*análisis rigurosos*”.

“*Los derechos a la libre expresión y la información*” fueron presentados como condición de la pluralidad del debate que es consustancial a la democracia y a ésta como condición de igualdad y dignidad de vida universales. Por lo tanto, los derechos a la información y la expresión habrían sido condición para construir condiciones de vida igualitarias para todos. Esto implicó una visión del cambio social dependiente del cambio en el sistema comunicacional: la justicia y la igualdad serían posibles para todos, sólo si los derechos a la comunicación son también universales.

A partir de esta definición de principios axiológicos, del deber ser normativo, diagnosticaba la situación existente. La vigencia de leyes y regulaciones que consagraban el derecho a la

comunicación constituían condiciones que configuraban una oportunidad para el hacer propuesto. En tanto, asociaba los disvalores del afán de lucro y rédito económico, y de alianza con los sectores hegemónicos, con los medios masivos de comunicación, y la pasividad con el Estado que no hacía cumplir las leyes existentes y, especialmente, con los públicos en tanto consumidores, que no reclamaban otra oferta a los medios. Estas actitudes se constituyeron en obstáculos para la acción propuesta. Sin embargo, se proponía un programa de transformación para que, mediante el hacer propuesto, pudieran superarse estos obstáculos.

Los medios de comunicación masivos, tanto sus propietarios como sus trabajadores (periodistas, productores, etc.) eran los principales objetos de análisis y crítica de la acción del agente. Sin embargo, eran construidos como susceptibles de atravesar un proceso de transformación para convertirse en sus beneficiarios y, potencialmente en sus aliados. A partir de la constatación de su centralidad en las sociedad actuales *“para la construcción de ideas, valores y opiniones”* y como *“una de las principales fuentes de conocimiento para grandes sectores de la población”* (componente descriptivo), se construía un deber ser vinculado con los valores que se destacaban (componente prescriptivo): *“deberían ser escenarios en los cuales el conjunto de la sociedad pudiera expresarse y saber acerca de los otros materializando los derechos a la libre expresión y la información”*. Con el fin de ayudar a construir ese deber ser, la COMIPREN desarrolló la acción del Observatorio. Los configuraba también como beneficiarios de su acción en la medida en que sus observaciones sobre el modo en que informaban, difundían y representaban, también estarían a su disposición para que pudieran revisar su accionar. Si así lo hicieran, se convertirían en aliados de la acción propuesta porque los propietarios de los medios y quienes trabajan en ellos tenían *“obligaciones que cumplir y derechos que ejercer”* en vistas a asumir la *“condición ciudadana en el campo de la comunicación”*.

Frente a la *“resignada actitud”* de aceptación o rechazo que los públicos asumían ante a la oferta mediática, también se proponía un programa de transformación destinado a que asumieran *“la condición ciudadana en el campo de la comunicación”*. Los públicos de los medios eran asociados al disvalor de la pasividad (componente descriptivo), al tiempo que se establecía que *“quienes integramos la sociedad debemos exigir su cumplimiento [de los derechos a la información y la comunicación] y trabajar para que esos derechos se amplíen”* y *“que día a día ellos se hagan realidad para más individuos”* (componente prescriptivo). Se los construía como susceptibles de llevar adelante el hacer propuesto en la medida en que se constataba que *“diversas instituciones, organizaciones sociales y políticas, e incluso ciudadanos individuales”* reclamaban otros derechos fundamentales para la vida social. Con este fin, el objetivo de la acción propuesta era la *“creación del Observatorio de Medios”* como *“uno de los modos de asumir esa condición ciudadana en el campo de la comunicación”*. La tarea de este observatorio consistiría en *“poner a disposición”* *“algo así como radiografías del modo en ellos [los medios]”*

informan u ocultan información; del modo en que representan a diversos actores sociales; del modo en que difunden ciertos hechos, ideas y valores y los modos en que otros son silenciados?

Con respecto a la redefinición de roles de los sujetos, en la COMIPREN el derecho de todos los ciudadanos a la comunicación era un derecho que no se ejercía de modo directo, sino que se ejercía necesariamente a través de los periodistas profesionales en tanto intermediarios o depositarios de ese derecho de todos los integrantes de la sociedad. De allí que, a pesar de primar la visión de la comunicación como derecho humano universal, persistía la perspectiva del rol tradicional del periodista profesional y la asimilación de la libertad de expresión a la libertad de prensa. De allí que, en un primer momento, la COMIPREN hubiera priorizado la defensa de los derechos profesionales de los periodistas²²⁵ vinculados a su rol tradicional al denunciar violaciones a la libertad de expresión, al derecho al acceso a la información pública y a resguardar las fuentes de información de los periodistas, y al impulsar leyes vinculadas a ampliar la vigencia de estos derechos en la Legislatura provincial. Por eso, en un primer momento, los oponentes a la acción de la COMIPREN no eran tanto los oligopolios y monopolios de medios -que se apropiaban del derecho a comunicar de todos- como el Gobierno -que, al presionar a los periodistas, limitaba el derecho a la información de la sociedad-.

En el segundo momento caracterizado por el trabajo del Observatorio, se puso el acento en que los derechos a la comunicación, expresión e información, pertenecían tanto a trabajadores de prensa y a los medios como a los públicos, a toda la sociedad, y que -sin importar cuál fuera la propiedad del medio- tenían la obligación de respetarlos. Por ende, los oponentes eran los medios que no respetaban esos derechos (aunque podían convertirse en aliados si aceptaran el programa transformador que se les proponía), y el Estado era un potencial aliado como regulador y garante del derecho a la comunicación para todas las personas -incluidos los periodistas-.

En el planteo de la COMIPREN, el periodista es acreedor de derechos de acceso a la información y de libertad de expresión no sólo en tanto son inherentes a su profesión, sino también en la medida en que es depositario de los derechos a la comunicación de los integrantes de la sociedad. De allí que en el Observatorio se enfatice que tiene obligaciones que cumplir para contribuir a hacer efectivo el derecho a la comunicación de todas las personas. Sus derechos -y los de la sociedad de los que es depositario- deben ser defendidos frente a los gobiernos y las empresas de medios, y para hacerlo es conveniente articularse con otros. En el Observatorio se reconfigura también el papel de los medios de comunicación que pasan a tener obligaciones que cumplir frente a sus públicos, sea cual fuere su tipo de propiedad (estatal, social o privada). En

²²⁵ Se trata de una profesión particular en tanto el trabajo implica una doble dimensión: la gremial y la profesional. El nivel de articulación entre estas dos dimensiones, como se dijo en el Capítulo 2, conllevaba tensiones desde el inicio de la organización sindical, que se manifestaron también en la COMIPREN.

contrapartida, se reformula también el lugar del público, a quien se construye como acreedor del derecho universal a la comunicación y un potencial defensor activo de su derecho a comunicar.

Desde sus inicios, en la COMIPREN también se registró un debate sobre su forma organizativa. Estas discusiones sobre las reglas de juego en la entidad, constituyeron una puja por la distribución del poder relativo entre sus integrantes en la medida en que eran esas reglas las que definían cuáles eran los recursos valorados que establecerían a su vez las posiciones de mayor o menor poder relativo de los agentes. La discusión sobre la institucionalidad de la COMIPREN se reeditó en sus momentos de crisis y en lo que resultó ser su último período. Estuvo en cuestión su nivel de autonomía relativa con respecto al gremio de prensa. Se discutía también si debía permanecer como una alianza voluntaria o adoptar personería jurídica para organizarse, distribuir roles y tareas, y conseguir financiamiento y administrarlo (Oliva E, 2008: 34-35; Mata E, 2010: 215; Dreizik E, 2010: 114-117; Arese E, 2009: 34-35, 43-46; García E, 2008: 42). Estas disputas institucionales redundaron también en diferencias registradas en sus dos etapas acerca del rol de los periodistas profesionales, la definición del oponente y del obstáculo a superar.

5.3. Los lugares de producción

Para comprender/explicar las recurrencias y variaciones en las estrategias predominantes de las organizaciones sociales en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en Córdoba entre marzo de 2003 y marzo de 2008, a nivel de los agentes del sistema de relaciones de la comunicación mediática en esos años, cabe preguntarse por qué realizaron estas opciones para construir sus propuestas de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional. Para responder a este interrogante, desde la perspectiva de análisis propuesta, es necesario construir el lugar que los agentes que las produjeron ocupaban, individual o colectivamente, en la estructura del campo.

Tomas de posición	Organización	Posición Agente Colectivo		Posiciones y Trayectorias Agentes Individuales
Alternativistas	Indymedia Córdoba	Colectivo	Agrupaciones informales	Estudios inconclusos de comunicación y otras carreras, militancia política 'silvestre' en agrupaciones de izquierda y anarquistas discontinua, empleos precarios y/o de baja calificación
De mediano nivel de radicalidad: Definir las reglas de juego al interior del medio propio		Sosperiodista		Grupo de dos personas

				Estudios universitarios en comunicación
Entre lo alternativo y lo público	RAM	Red de medios de gestión estatal y del sector social y una unidad académica de la universidad pública	Articulaciones inter-institucionales Instituciones 'tradicionales' del sector estatal y del sector social	Convocada por Radio Nacional con el apoyo de la ECI-UNC. La integraron representantes de todos los medios analizados en el Capítulo anterior y las revistas La Orilla y La Intemperie, junto a las dos radios comunitarias preexistentes mencionadas en Capítulo 2.
Modelo público- Versión defensiva	COMIPREN	Comisión de instituciones y personas		Convocada por el CISPREN. Integrada por gremialistas, académicos, juristas y periodistas de reconocido prestigio pertenecientes a instituciones igualmente prestigiosas: gremio de prensa, medios de comunicación, universidad pública, organismos de derechos humanos, Secretaría municipal de Derechos Humanos, Legislatura provincial.
De mayor nivel de radicalidad	Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación	Comisión de instituciones y personas + Unidad Ejecutora académica		
Seguimiento del respeto a derechos				

Como se ha mostrado, los agentes colectivos (gremio, universidad, organizaciones) que propusieron cambios en las reglas del sistema comunicacional en Córdoba ocupaban posiciones de menor poder relativo con respecto a los propietarios de los medios masivos y al Estado, por lo que propusieron cambiar las reglas de un juego en el que tenían importantes restricciones para participar, en términos que les habrían permitido aumentar su probabilidad de incidir en la definición de las reglas de juego del campo de la comunicación mediática.

Comprobamos –del mismo modo que en el período 2001-2002- que el poder relativo de los agentes (colectivos e individuales) que impulsaban las prácticas analizadas era directamente proporcional a la radicalidad de las propuestas formuladas en términos de su pretensión de reforma del sistema comunicacional. Los agentes colectivos que produjeron reglas propias en sus medios alternativos eran los de menor nivel de institucionalización, y los agentes individuales que los integraban eran quienes ocupaban lugares sociales de mayor debilidad. En tanto, los agentes colectivos que proponían estrategias de defensa en vista de la formulación de nuevas reglas de juego según un modelo público de comunicación, eran instituciones tradicionales (gremio y universidad) cuyas trayectorias estaban vinculadas a la defensa de estos derechos²²⁶, junto a organismos de derechos humanos²²⁷ y a funcionarios de segunda línea y legisladores. Los agentes

²²⁶ Considerando sus trayectorias institucionales –reconstruidas en el Capítulo 2-, no es casual que los gremialistas del CISPREN y los universitarios de la UNC hayan sido los primeros en impulsar articulaciones que tuvieron en su agenda el derecho a la comunicación.

²²⁷ Los organismos de derechos humanos ya habían sido los principales agentes no específicos del campo comunicacional que participaron en los medios alternativos de Córdoba en el período 2001-2003 (Infored, Prensared, Radio Revés) y en la COMIPREN y en la Coalición por una Radiodifusión Democrática en esta etapa. Esto fue posible a partir de la constitución en 1998/1999 de la Mesa de Trabajo por los Derechos Humanos (Fessia

individuales que las integraban ocupaban posiciones de mayor poder relativo en la medida en que pertenecían a instituciones, ocupaban cargos de jerarquía dentro de ellas y tenían trayectorias de formación en comunicación y vinculadas a la militancia gremial, estudiantil, en derechos humanos, y a los emprendimientos comunicacionales.

Debido a que los agentes individuales que produjeron las estrategias de medios alternativos surgidos en la etapa 2003-2008 (Indymedia y Sosperiodista) ocupaban lugares sociales de menor poder relativo que el de los que impulsaron propuestas de reforma del sistema comunicacional, postulaban el retiro del espacio público dominante, construyendo alternativas que no buscaban incidir en las políticas públicas estatales –aunque por diferentes razones-. Las opciones realizadas les permitirían, en un caso, construir una alternativa laboral con poca inversión inicial; en el otro, mejorarían sus posiciones en el ámbito de la militancia social. Las dos iniciativas fueron realizadas por agentes provenientes de experiencias surgidas en los años anteriores: Comunicadores Solidarios (estrategia adaptativa) y Comercio y Justicia (estrategia alternativa). Indymedia se articuló a nivel nacional con la Red de Medios Alternativos que se reivindica como eminentemente social, prescindiendo del Estado.

En tanto los agentes colectivos que elaboraron propuestas basadas en este modelo público ocupaban posiciones de menor poder relativo en relación a las empresas mediáticas de propiedad privada, impulsaron un cambio en las reglas del sistema mediático global, juego donde tenían escasas posibilidades de incidir en la definición del orden social común. Las propuestas que formularon tendieron a una redistribución del poder (y las jerarquías) de los agentes en ese campo que, en particular, mejorarían sustancialmente la posición de las organizaciones del sector social-comunitario. Estas tomas de posición se realizaron frente a un Estado al que se le reconoció la recuperada institucionalidad y se lo reivindicó como interlocutor y garante de las reglas de juego. Los integrantes de la COMIPREN participaron y/o adhirieron a la Coalición por una Radiodifusión Democrática que a nivel nacional tenía esta posición.

5.3.1. Militantes ‘jóvenes’ y ‘viejos’

Al impulsar La Intemperie, quien sería su primer director, estaba recién llegado a Córdoba, condición que pudo haberle facilitado proponer una opción innovadora y, además, “no tenía todavía muchos enemigos”. Como se dijo, contaba con un capital económico suficiente para poner en marcha el proyecto editorial y un capital social relevante heredado de su padre, un reconocido intelectual cordobés, que le permitió armar un equipo de trabajo y convencer a

E, 2010: 70-71) donde los organismos articularon con organizaciones sociales del campo comunicacional: Radio Sur, Radio Revés, diario Comercio y Justicia, Prensared, Prosecretaría de Comunicación de la UNC.

colaboradores de prestigio para participar (Schmucler E, 2009: 7, 183-184). Por su parte, al impulsar La Orilla, quien sería su director, ocupaba un lugar de poder (cargo jerárquico) en una organización marginal en el sistema comunicacional (PYME editorial que editaba una revista barrial). En esta posición tenía mayor capacidad y posibilidad de impulsar prácticas como la que propuso. Además, había accedido a ese lugar de poder institucional recientemente, razón por la cual también era más probable que desarrollara estrategias innovadoras (Taborda Varela E, 2008: 4-5). Los dos contaban con experiencia previa en emprendimientos editoriales periódicos.

La mayoría de los actores involucrados en las dos revistas tenían trayectorias de militancia partidaria, gremial, estudiantil o social. Quienes financiaban La Orilla tenían militancia partidaria (ex-Partido Comunista, MPSOL-Partido Nuevo) y empresarial (Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios-APYME), algunos de sus integrantes tenían experiencias en organizaciones sociales y agrupaciones estudiantiles (Arcilla) y la imprenta era una fábrica recuperada (Taborda Varela E, 2008: 12-19, 30). En La Intemperie, el fundador fue militante estudiantil antes del exilio, al equipo integró a un grupo de militantes estudiantiles de la ECI-UNC (Arcilla), junto con militantes del CISPREN, académicos y “gente más vinculada al arte, letras, música” (Schmucler E, 2009: 2-3, 7, 11, 165-169, 175). Estas trayectorias les habrían facilitado, como vimos, los vínculos necesarios con otras organizaciones sociales y políticas para proveer información, reflexiones y opiniones, y también para obtener ingresos y establecer acuerdos de distribución. Por otra parte, los aprendizajes adquiridos sobre las prácticas consideradas valiosas y deseables, se vinculan también con sus tomas de posiciones acerca del “compromiso” con las problemáticas de su tiempo tanto de periodistas como de intelectuales.

Entre los “jóvenes” y los “viejos” militantes, se registraron tensiones en las dos experiencias (Taborda Varela E, 2008: 41-45; Schmucler E, 2009: 174-175). Por un lado, estudiantes y recientes egresados de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNC formaron parte de las dos revistas, ya sea como impulsores –La Orilla- o como integrantes –La Intemperie-. La mayoría había sido o era, además, militante en agrupaciones estudiantiles y compartían algunas condiciones de vida (la mayoría estaba desempleado o subocupado y no tenía familia a cargo). Por otra parte, fueron también “viejos” militantes gremiales, sociales, políticos o académicos, los que impulsaron tanto La Intemperie como La Orilla. En general, sus posiciones al momento de llevar adelante estas propuestas, eran de mayor poder relativo en instituciones marginales del sistema comunicacional cordobés: la PYME editorial de Matices, el CISPREN o Radio Nacional. De este modo, las disputas sobre el perfil editorial entre las dos revistas e, incluso, al interior de La Intemperie, pueden comprenderse, además de por sus opciones valorativas, teniendo en cuenta la trayectoria de cada agente social. En general, quienes impulsaban un rol periodístico

comprometido, pero coyuntural (“atado a la agenda”), eran estudiantes avanzados o recientes egresados de la ECI, mientras que quienes impulsaban un desarrollo de crítica intelectual y cultural eran quienes estaban en condiciones de realizarla (profesores e investigadores universitarios, periodistas de larga y reconocida trayectoria, etc.).

5.3.2. Agentes con escaso poder relativo

Los agentes individuales que impulsaron los dos nuevos medios digitales (Indymedia y Sosperiodista) en este período ocuparon posiciones de escaso poder relativo en el campo comunicacional debido a su falta de pertenencia a organización alguna (laboral, académica, social o política) y constituyeron organizaciones informales.

Medios	Militancia Política o Social	Nivel de estudio	Posición laboral	Vínculos Familiares
Indymedia	Movimiento de mujeres, Colectivo San Vicente, Movimiento Campesino, pueblos originarios, Biblioteca Julio Cortázar, Peperina Rebelde, Comisión del Agua, Casa Las Gatas	Estudiantes y ex estudiantes de Ciencias de la Información, Filosofía, Televisión y otras carreras universitarias en la Universidad Nacional y en la Siglo XXI	Empleos no vinculados a la prensa y la comunicación, precarios, de poco prestigio y (empleado administrativo, panadero, secretaria) y desempleados	Una pareja y otros
Sosperiodista	Cooperativa de trabajo Comercio y Justicia Afiliación al CISPREN	Licenciados en Comunicación Social	Periodistas profesionales desempleados (renunciaron)	Una pareja

Los impulsores de Indymedia Córdoba son una pareja a la que se suman los integrantes de Comunicadores Solidarios y nuevos agentes. Los agentes individuales que conforman el colectivo se caracterizan, en general, por sus pertenencias precarias: militancia política y social inestable (Fernández E, 2008: 64-73), estudios universitarios inconclusos (E 2008: 74-77) y empleos precarios o desempleados (E, 2008: 78). Desde estos lugares de mayor debilidad, formulan propuestas de menor radicalidad en términos de su pretensión de reforma de las reglas de juego comunicacionales, pero de mayor radicalidad según su pretensión de reforma del sistema social.

Por su debilidad, buscaron fortalecerse articulándose con otros colectivos de similares características (E, 2008: 192). Indymedia forma parte de la red mundial de colectivos de información de Indymedia. A nivel nacional, se integró a la Red Nacional de Medios Alternativos.

El espacio de posibles para el desarrollo de las prácticas se configuró habida cuenta de los lugares sociales de los agentes. Entre las condiciones que permitieron la realización de Indymedia Córdoba, de acuerdo con las competencias y trayectorias de sus productores, cabe consignar:

- La experiencia y los vínculos que había adquirido el grupo de Comunicadores Solidarios con otras organizaciones sociales locales;
- Sus aprendizajes en tanto usuarios y productores de Indymedia nacional (E, 2008: 112);
- Las opciones adoptadas a lo largo de la trayectoria les habían permitido conocerse y contactarse con los grupos que impulsaban estas acciones a nivel internacional. En particular, habían participado de la organización en septiembre de 1999 de las acciones que en esta ciudad se desarrollaron por el Día de Acción Global contra el Capitalismo en simultáneo con la reunión en Praga de la Organización Mundial de Comercio. “[E]staban en auge los movimientos antiglobalización, anticapitalistas (...) en Europa coincidía con un crecimiento muy fuerte de las organizaciones autónomas, horizontales, anarquistas” (E, 2008: 64).

Los agentes individuales que impulsaron Sosperiodista, por el contrario, son una pareja de periodistas profesionales, egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Información, con trayectoria de trabajo en diarios de la provincia. Las orientaciones adquiridas a lo largo de esta trayectoria profesional se vinculan con su reivindicación de los valores del periodismo tradicional, aún cuando se proponga un cambio en el rol de los sujetos del proceso comunicacional.

Al renunciar a la cooperativa de trabajo que edita el diario Comercio y Justicia, encararon este emprendimiento que les permitía mejorar su posición de poder relativo en el sistema de relaciones comunicacional con una propuesta innovadora en Córdoba, que requería una pequeña estructura de trabajo que podía ser sostenida como pequeña empresa familiar y generar ingresos.

Entre las condiciones que operaron en el proceso de producción de la experiencia de Sosperiodista, habida cuenta del lugar de los agentes que la desarrollaron, cabe mencionar:

- Los agentes que la impulsaron conocían experiencias de este tipo de otros países como la del diario digital pionero del periodismo ciudadano *Ob My News!* de Corea del Sur²²⁸, y experiencias de Chile. “[U]na tendencia que ni siquiera es local, que de hecho no está por aquí ahora, en el 2006 cuando empezamos acá no había nada” (Albera y Reineri E, 2008: 275).
- Contaban con posibilidades de financiamiento económico para poner en marcha una iniciativa que, si bien no implica mayores gastos, sí algunos para mantenimiento del sitio *web*, difusión (tarjetas personales) y producción (viajes, teléfono, etc.) (E, 2008: 132-140, 462-466).
- Eran periodistas profesionales que poseían los conocimientos (saber hacer) necesarios para llevar adelante la edición de un medio de este tipo y poder sortear la carencia de saber práctico específico de los “periodistas ciudadanos”; y la agenda de fuentes de información necesaria para chequear los datos de las notas que recibían y para buscar publicidad.

²²⁸ En 2006, *Ob My News!* tenía 37mil colaboradores en el mundo y recibían 400 artículos diarios. Tenían un canal de televisión, un semanario y un circuito cerrado de noticias en los subtes. Cabe considerar que la penetración de Internet en Corea del Sur, supera el 90 por ciento (Reineri y Albera E, 2008: 101-105).

- Cabe suponer que la experiencia en los primeros años de la cooperativa Comercio y Justicia permitió a estos periodistas, por un lado, estar en contacto directo con procesos de construcción de prácticas alternativas de producción en medios comerciales y nuevas modalidades organizativas.
- Por otro lado, su paso por Comercio y Justicia les permitió percibir nuevas necesidades expresivas y demandas informativas de la población, así como participar de los debates acerca de las nuevas modalidades comunicacionales dadas las nuevas condiciones socio-políticas. En este sentido, diagnosticaban las necesidades de nuevos públicos más “activos”. El relacionamiento con los lectores, les permitió ver como posible el llevar adelante su propuesta.

...en el diario había mucha gente que se preocupaba por motu proprio por enviar material. Opinando sobre diversas temáticas. (...) Con el bendito espacio de los medios tradicionales que nunca hay, se desaprovechaba. (...) [había] una vocación de comunicar. Ahí dijimos ‘Bueno, cinco tipos de estos tenemos que encontrar’. (E, 2008: 16)

5.3.3. Individuos poderosos, colectivos débiles 1

Los agentes individuales que impulsaron la propuesta de la RAM entre lo alternativo y lo público ocupaban posiciones marginales en el sistema comunicacional global, mientras que los agentes individuales ocupaban posiciones de cierto poder relativo en sus espacios institucionales específicos (universidad, medios, gobierno, organismos).

Después de 2002, el poder relativo de estos agentes en cada uno de los sistemas de relaciones donde participaban había aumentado al haber asumido en los últimos años la conducción en la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC y de su Centro de Estudiantes –según se mostró en el Capítulo 4- y en los medios de gestión estatal: Sergio Tagle, había asumido ese año como Director de Contenidos de Radio Nacional Córdoba (Tagle E, 2008: 1; Córdoba E, 2008: 86). Por lo tanto, al momento de producir las prácticas analizadas, eran agentes que ocupaban lugares de poder (cargos jerárquicos) en organizaciones marginales en el sistema comunicacional (universidad, medios de gestión estatal y alternativos). En estas posiciones tenían mayor capacidad y posibilidad de impulsar prácticas como las que propusieron. Además, habían accedido a esos lugares de poder institucional recientemente y en el marco de condiciones nacionales propicias a cambios en el sentido propuesto, razón por la cual era más probable que desarrollaran estrategias innovadoras vinculadas a la comunicación pública y alternativa.

A lo largo de su trayectoria, estos agentes acumularon recursos que les permitieron desarrollar esta experiencia, entre los que se destaca que:

- La trayectoria individual del impulsor de la RAM se vincula a radios comunitarias –fue parte de Radio Sur, como vimos en el Capítulo 2- y públicas -coordinó los talleres de definición del proyecto de Radio Revés, trabajó en Radio UTN y Radio Nacional- (Tagle E, 2008: 1-7, 30-32). A lo largo de esta trayectoria incorporó aprendizajes y estableció vínculos necesarios para llevar adelante el hacer propuesto;
- En general, todos los agentes colectivos participantes contaban con una competencia pragmática, un saber hacer vinculado a los emprendimientos comunicacionales, un saber gestionar medios propios, no ser sólo empleados asalariados de medios de otros;
- Tenían experiencias de trabajo compartido. Estas articulaciones anteriores les permitieron, no sólo entrar en contacto, sino también ver como posible la puesta en marcha conjunta de nuevos proyectos de red (Tagle E, 2008: 25-31; Córdoba E, 2008: 86).

En la medida en que la RAM fue integrada por todos los medios analizados en el Capítulo 4 junto con las dos antiguas radios comunitarias mencionadas en el Capítulo 2 y casi todos los medios de gestión estatal de Córdoba, excepto los SRT –entonces todavía signados por una lógica comercial-, confluyeron aquí agentes con las trayectorias analizadas en el Capítulo anterior: militantes estudiantiles, sociales y universitarios, con experiencia en emprendimientos autogestivos.

La propuesta de articulación entre lo alternativo y lo público que la RAM formula, y su planteo de lo público-estatal como alternativo al poder hegemónico identificado con el sector privado empresarial (mediático y educativo) guarda relación con la procedencia social y estatal-gubernamental de los agentes colectivos e individuales que integraron la red.

5.3.4. Individuos poderosos, colectivos débiles-2

Los agentes colectivos que impulsaron la conformación de las alianzas inter-institucionales que impulsaban el modelo de comunicación como derecho humano, bien social y público fueron instituciones tradicionales sólidas, como la universidad pública y el gremio de prensa.

En tanto, los agentes individuales ocupaban posiciones de mayor poder relativo dentro sus respectivas instituciones, de modo que la COMIPREN quedó conformada por integrantes “notables” (Oliva E, 2008: 78-79), “personas destacadas” (Mata E, 2010: 226), “líderes de opinión” (García E, 2008: 45), “representativos de la opinión pública” (Dreizik E, 2010: 100). Por otra parte, todos tenían trayectorias ligadas a organizaciones del campo comunicacional, incluso aquellos cuya principal adscripción institucional en ese momento no se vinculaba a ese campo. Además, como ya se indicó, algunos integrantes de la COMIPREN participaban de la Coalición por una Radiodifusión Democrática.

Articulación inter-institucional	Agentes que las integraban
COMIPREN	<p>Convoca el CISPREN, cuyo secretario general en ese momento era J.C. Giuliani, por mandato del Congreso de Trabajadores de la Prensa y la Comunicación de Córdoba. Firman la primera declaración:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De la Comisión Directiva del CISPREN: E. Ponsati, secretario de Organización; A. Oliva, secretario de Prensa; J. De Pascuale, Prosecretario de Cultura; C. Arese, asesor letrado; y D. Klocker, editor de Prensared; ▪ Funcionario e integrantes de organismos de DDHH: M. Baronetto, secretario de DDHH de la Municipalidad de Córdoba, presidente del Centro Tiempo Latinoamericano, y uno de los afectados por demanda judicial del gobernador por calumnias e injurias; A. Di Toffino, de HIJOS e integrante de Infored, y M.E. Mercado de la Asamblea Permanente por los DDHH (y esposa de Ponsati); ▪ Abogados especialistas en derecho de la información: M.J. Rodríguez Villafañe, presidente de AIDIC; C. Palacio Laje, además de M.C. Arese ▪ Legisladora: M.E. Taquela, del Frente Nuevo, ex integrante de CECOPAL ▪ Directores periodísticos de diarios: J. Conalbi, del Nuevo Sumario de Alta Gracia, y S. Tagle, de Radio Nacional Córdoba, además de Ponsati de Hoy Día Córdoba, y De Pascuale de Comercio y Justicia; ▪ Otros periodistas y comunicadores: C. Aguirre de La Ranchada, además de Oliva y Klocker
Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación	<p>Lo propone M.C. Mata, entonces directora del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del CEA (comenzó integrando la COMIPREN como directora de la ECI-UNC), y apoyaron la propuesta los demás integrantes de la COMIPREN en ese momento: A. Oliva, secretario de Prensa del CISPREN, M.J. Rodríguez Villafañe, presidente de AIDIC; C. Arese, entonces Camarista Federal; A. Stival, S. Carreras y M. Saravia, entonces periodistas del diario La Voz del Interior e integrantes de la lista opositora en el CISPREN.</p>

En cuanto a las posiciones de los agentes individuales, los representantes del gremio de prensa en la COMIPREN fueron siempre integrantes de su Comisión Directiva. Además, la conformaron docentes e investigadores de la ECI y del CEA (en particular, María C. Mata, a cuya trayectoria ya nos referimos en los Capítulos 2, 4 y éste), dueños y directores de medios PYME, abogados especialistas en derechos de comunicación (como Miguel J. Rodríguez Villafañe a cuya trayectoria en AIDIC y como abogado vinculado al cooperativismo y la comunicación también hicimos referencia; y César Arese, quien además de asesor del CISPREN, fue el autor de los proyectos de ley presentados en la Legislatura), funcionarios de derechos humanos y periodistas reconocidos (cuyos derechos a la libertad de expresión fueron violentados), dirigentes de organismos de derechos humanos (que también habían militado en el gremio de prensa, o en la agrupación estudiantil Arcilla en la ECI y/o participado de los medios alternativos surgidos en 2001-2002) y legisladores provinciales (que luego impulsaron proyectos de ley y que también había integrado CECOPAL, la ONG responsable de Radio Sur, según vimos en el Capítulo 2). Así se hace evidente otra vez –como consignamos en el Capítulo 4– que los agentes colectivos que llevan adelante las propuestas analizadas, estuvieron en condiciones de hacerlo –entre otros

factores- cuando los agentes individuales que los conducían, poseían orientaciones a hacer adquiridas a lo largo de su trayectoria, en el sentido de las reformas propuestas.

Lo trabajado permite proponer como hipótesis, que la propuesta del CISPREN de conformar la COMIPREN constituyó una apuesta en términos de construcción e incidencia política en tres niveles: interno, local y nacional. Además de los motivos manifiestos para su convocatoria, la constitución de una “comisión de notables” en apoyo a una iniciativa impulsada por la conducción del gremio, pudo ayudar a legitimar a esa conducción frente a sus oponentes a nivel interno (Mata E, 2010: 222; De Pascuale E, 2009: 46), cuando su titular iniciaba su cuarto mandato consecutivo. Pudo también haber colaborado a mejorar la posición de poder relativo del gremio y de su conducción en las entonces recientes articulaciones nacionales en la FETRACCOM frente a la FATPREN, y en la Coalición por una Radiodifusión Democrática, cuando su secretario general presidía también la CTA local (Mata E, 2010: 217-218). Cabe suponer además que la denuncia de las violaciones a la libertad de prensa realizada no sólo por el sindicato directamente afectado, sino también por personas e instituciones destacadas, podría haber contribuido a afectar la imagen pública de la recientemente reelegida gestión del gobierno provincial encabezada por De la Sota al frente de una alianza electoral opositora al Frente Cívico y Social (FCyS) que a su vez había ganado las elecciones municipales y al que dirigentes del CISPREN apoyaban en su calidad de impulsores del MPSOL (De Pascuale E, 2009: 46-47).

Se constata así el modo en que las condiciones sociales globales consignadas en la primera sección de este capítulo así como las posiciones, competencias y trayectorias de los agentes, operaron como limitantes y como posibilidades operantes en los procesos de producción de las prácticas analizadas.



Lock out agrario



Coalición por una Radiodifusión Democrática



Cabildo Abierto por una nueva Ley de Radiodifusión



Anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Capítulo 6

La consolidación del modelo público (2008- 2009)



Capítulo 6

La consolidación del modelo público (2008 y 2009)

Todo indica que es la arquitectura con la que hoy se construye el espacio público lo que debe ser puesto en cuestión (...). Se trata, en definitiva, de abordar en su complejidad la manera en que la vida social, con sus desigualdades incluidas, construye las condiciones sobre las cuales, luego, en tanto que ciudadanía, podrá plantearse la participación, la confrontación, la lucha política. (Caletti, 2005: 66- 67)

A partir de 2008, cuando en el marco del *lock out* agrario, el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) puso en debate la estructura y funcionamiento del sistema de medios en el país al impulsar un observatorio de medios y una propuesta de nueva ley de servicios de comunicación audiovisual, las organizaciones en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones, se reactivaron y llegaron a tener una importante presencia en el espacio público tanto urbano como mediático que, a pesar de su multiplicación e incidencia entre otras organizaciones sociales, no habían tenido en períodos anteriores. En esta etapa predominó el modelo de comunicación pública.

En Córdoba, se conformó la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba que se movilizó a favor de una nueva ley de radiodifusión, lo que constituyó la propuesta de mayor radicalidad en su pretensión de reforma del sistema comunicacional de las aquí abordadas. En tanto, desapareció la COMIPREN mientras continuaron existiendo los medios alternativos que habían surgido en 2001-2002 y habían logrado superar la etapa anterior (Radio Revés, Prensared y Comercio y Justicia) y los que surgieron en la etapa siguiente, entre 2003 y 2008 (Sosperiodista e Indymedia Córdoba). Los primeros, se integraron a la Coalición-Córdoba tomando como bandera el que denominamos modelo de comunicación pública, pero no así los segundos.

En este capítulo analizaremos las regularidades y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones sociales que en Córdoba impulsaron de algún modo la democratización de las comunicaciones entre marzo de 2008 y marzo de 2009. Primero, reconstruiremos las condiciones de producción de las prácticas analizadas, por un lado, y las posiciones y tomas de posición de los agentes colectivos participantes del sistema de relaciones, por el otro. En segundo lugar, analizaremos las estrategias producidas por estas organizaciones, para lo cual privilegiaremos el análisis discursivo de sus documentos fundacionales y, de modo complementario, caracterizaremos otras prácticas no discursivas, como sus modos de intervención y de organización institucional. Finalmente, estableceremos la relación entre las prácticas analizadas y su lugar de producción, en el horizonte de luchas por la definición de lo valioso en el campo.

6.1. Las condiciones de emergencia

Para comprender/explicar las recurrencias y variaciones en las tomas de posición de las organizaciones sociales que impulsaron de algún modo la democratización de las comunicaciones en Córdoba entre marzo de 2003 y marzo de 2008, a nivel de contexto, procuramos responder al interrogante sobre cuáles fueron las condiciones del proceso social global que hicieron posible la emergencia de las prácticas analizadas en el sistema de relaciones comunicacional, y cuáles, los intereses generales imputables a las posiciones de sectores o grupos sociales (agentes colectivos). ¿Por qué es en esta etapa cuando llega a consolidarse la propuesta que hemos caracterizado como modelo de comunicación pública y a imponerse en la agenda pública tanto gubernamental como de las organizaciones de la sociedad civil?

6.1.1. Crisis, piquetes y cacerolas 2

El debate sobre la necesidad de reforma del sistema comunicacional en la Argentina fue instalado por el Gobierno nacional en la agenda pública a partir del conflicto suscitado por la Resolución Ministerial 125 de 2008 relativa a la imposición de niveles de retención fiscal para exportaciones de granos por parte del Poder Ejecutivo Nacional. Para entonces, la bonanza económica alcanzada en los años anteriores había comenzado a resquebrajarse.

El 11 de marzo de 2008, el entonces ministro de Economía de la Nación, Martín Lousteau, anunció una serie de medidas entre las que se encontraba esta resolución que reglaba el gravamen de retenciones móviles a las exportaciones de maíz, trigo, soja y girasol en función del precio internacional de las materias primas. Esta medida fue anunciada apenas cuatro meses después de la asunción como presidenta de la Nación de Cristina E. Fernández, quien había sucedido en ese cargo a su marido, el ex presidente Néstor C. Kirchner, por elecciones en las que obtuvo el 46% de los votos. El período inaugurado por esta medida y la resistencia que se le opuso, conllevó un reposicionamiento de múltiples agentes sociales, políticos y económicos, que configuró condiciones radicalmente distintas de las de principios de marzo. Las tensiones que se generaron a partir de ese anuncio en un país cuyo crecimiento económico es tributario en buena medida de las contribuciones del sector agropecuario, se vincularon con las profundas transformaciones ocurridas en la estructura productiva argentina particularmente en las dos décadas anteriores.

Al día siguiente del anuncio ministerial, propietarios, productores y arrendatarios agropecuarios nucleados en Confederaciones Rurales Argentinas (CRA), Confederación Intercooperativa Agropecuaria (CONINAGRO), Sociedad Rural Argentina (SRA) y Federación

Agraria Argentina (FAA)²²⁹ iniciaron protestas en reclamo de que se volviera a las regulaciones vigentes hasta el 10 de marzo. Las protestas incluyeron la no comercialización de las oleaginosas implicadas en la medida, lo que produjo el desabastecimiento de diversos productos en el mercado nacional, y piquetes totales o parciales en las rutas, fundamental aunque no únicamente en la región pampeana (provincias de Buenos Aires, Entre Ríos, Santa Fe y Córdoba). En diversas ciudades del país se realizaron también marchas contra las retenciones²³⁰ lideradas por dirigentes de las entidades agrarias, acompañados por referentes de la oposición o del oficialismo que comenzaban a exhibir sus diferencias. En Córdoba, realizaron cortes en rutas del sur y del norte de la provincia, y manifestaciones en la Capital tanto de apoyo a la Mesa de Enlace de las entidades agrarias, como de crítica a quienes se arrogaban la representación de “El Campo”²³¹.

En tanto, el Poder Ejecutivo mantuvo su decisión, convocó a manifestaciones callejeras en Buenos Aires, y finalmente envió el proyecto al Congreso de la Nación para su tratamiento parlamentario. En la Cámara de Diputados fue aprobado, mientras que en el Senado, el 18 de julio de ese año, el voto del vicepresidente Julio Cobos definió un previo empate, decidiendo de ese modo la derogación de la resolución del Ministerio de Economía. Entonces finalizó la protesta liderada por la Mesa de Enlace, cuatro meses después de haberse iniciado.

De este modo, la crisis de 2008 se produjo por causas internas²³², por la lucha distributiva iniciada por los sectores que habían sido privilegiados por el modelo productivo agroexportador del período post-devaluación (Barsky y Dávila, 2008; Scaletta, 2006; Lattuada, 2005). La forma de bloqueo que implementaron conllevó una pérdida de oportunidad tanto para el Estado -porque redujo su ingreso de divisas- como para los sectores exportadores -porque no vendieron en una época de alto precio internacional de las materias primas- (Becerra y Mastrini, 2009b). Las movilizaciones reprodujeron las medidas de cortes de ruta en zonas rurales, ciudades y pueblos del interior, y de cacerolazos en el centro y barrios privilegiados de grandes ciudades, y pretendieron poner en cuestión la representatividad de los gobernantes, aunque no lograron la desestabilización producida durante la crisis de 2001 (Svampa, 2008b).

²²⁹ CRA integra a unas 300 sociedades rurales del país que reúnen a 109.000 productores agropecuarios. CONINAGRO agrupa a unas mil cooperativas agrarias que producen un 20,5% del total de cereales y oleaginosas del país. SRA agrupa a propietarios y productores, e integra el Grupo de las Ocho organizaciones patronales de mayor poder en la Argentina. FAA congrega a pequeños y medianos propietarios y productores rurales, principalmente de Santa Fe y Córdoba.

²³⁰ Es interesante el análisis de Svampa (2008b) sobre “las marcas políticas que dejó la crisis de 2001/2002” en relación a la crisis de representación política, tanto en movimientos sociales territoriales como en “las heterogéneas clases medias”, en particular, los pequeños productores, en relación al surgimiento de “un nuevo populismo agrario”.

²³¹ Hubo una marcha de rechazo a las acciones de protesta frente a la sede cordobesa de la Sociedad Rural y una marcha del Movimiento Campesino de Córdoba que mostró que “el campo” no son sólo las patronales.

²³² En la Argentina, la crisis financiera internacional de 2008 tuvo pequeño impacto, porque el país estaba fuera del mercado de divisas (Becerra y Mastrini, 2009b: 618).

La crisis política que resultaría de este prolongado conflicto provocó el reemplazo del ministro de Economía y la renuncia del Jefe de Gabinete el 23 de julio de 2008, figura central de la articulación política kirchnerista, Alberto Fernández, el integrante del Poder Ejecutivo que mantenía el diálogo con las entidades agropecuarias. Al mismo tiempo, se reactivaron los referentes y partidos de la oposición que habían sido derrotados en las elecciones de 2007.

6.1.2. La comunicación en la agenda gubernamental

Durante este conflicto con las entidades agrarias, a diferencia de la gestión anterior, el Poder Ejecutivo Nacional puso en discusión pública la estructura y funcionamiento del sistema mediático, primero impulsando un observatorio de medios y, finalmente, con la presentación de un proyecto de nueva ley de radiodifusión, en un inédito marco de enfrentamiento con los medios de comunicación de propiedad privada y de movilización y debate social sobre el tema.

El gobierno impulsó esta iniciativa cuando su representatividad fue puesta en cuestión por las entidades que nucleaban a uno de los sectores de la producción económica más importantes del país y por los grandes grupos de medios, y frente a la inminencia del acceso a la digitalización, cambio tecnológico para el que la norma vigente se presentaba obsoleta. Lo hizo, ante la necesidad de acceder a medios propios y debilitar a medios opositores (Sorj, 2010: 7; Mastrini E, 2010: 111; Cabus E, 2010: 64-67) y en un marco de confluencia de intereses con las organizaciones sociales y los académicos que impulsaban la reforma de la ley de radiodifusión (Lazzaro E, 2011: 27, 49-50; Piccone E, 2011: 24; Loreti E, 2010: 288; Busso E, 2011: 83; Mastrini E, 2010: 127) por una parte, y con sectores empresarios como otros grupos de mediáticos (Piccone E, 2011: 28) y las compañías telefónicas (Glanz, 30/05/08; Curia, 29/01/11; Mastrini E, 2010: 114-124) por otra.

La administración central apeló a diversas estrategias complementarias para construir las condiciones necesarias para modificar la ley de radiodifusión: realizó consultas con todos los sectores sociales organizados del campo, estableció alianzas con algunos de ellos, impulsó deliberaciones abiertas a los ciudadanos (no necesariamente organizados), incentivó a medios complacientes, desincentivó a medios críticos por medio del otorgamiento diferenciado de publicidad oficial y de regulaciones del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) y dio el debate en el espacio público mediático y también en el urbano (en actos y movilizaciones) a través de funcionarios, dirigentes sociales, intelectuales y periodistas afines.

El 11 de marzo de 2008, el mismo día en que el ministro Lousteau anunció la resolución 125, Julio Bárbaro dictó su última resolución como interventor del COMFER: obligó a los operadores

de cable del país a desplazar de los primeros lugares de la grilla a los canales locales para garantizar las mejores ubicaciones a las emisiones porteñas (Glanz, 29/04/08). La medida benefició a los grandes grupos mediáticos y también a los estatales Encuentro y Canal 7. Al día siguiente comenzó la protesta de las entidades agropecuarias. Y el 30 de marzo Bárbaro renunció como interventor del COMFER.

El 1º de abril de 2008, a 21 días de iniciado el *lock out* agropecuario, en un acto en Plaza de Mayo, la Presidenta aseguró no haber visto “nunca en tan corto tiempo tantos ataques, ofensas e insultos a un gobierno surgido del voto popular”. Comparó a los empresarios de la comunicación con los tanques que acompañaron a los golpistas de 1976: “Esta vez no vinieron acompañados de tanques, sino de generales multimediáticos”. Los acusó de “cambiar y tergiversar la información”, de “reclamar” y “editorializar” a favor de la “calidad institucional” mientras que son “los que menos la practican” y los cuestionó por defender la Ley de Radiodifusión entonces vigente, una ley de la dictadura²³³ (La Nación, 5/02/10; Crítica, 2/04/08 y Glanz, 29/04/08).

El 1º de abril, el mismo día que la Presidenta criticó públicamente a Clarín, asumió como nuevo interventor del COMFER Juan Gabriel Mariotto²³⁴, quien desde 2003 se desempeñaba como subsecretario de Medios. Mariotto había dicho al diario: “La madre de todas las batallas es una nueva ley de radiodifusión” y había anticipado la voluntad de la presidenta de “avanzar sobre una nueva ley para desconcentrar el mercado” por “una cuestión tecnológica” (el acceso a la digitalización) y “razones políticas” (Reinoso y Di Lázzaro, 13/04/08). Cristina Fernández le había encargado liderar la redacción del proyecto de nueva ley de radiodifusión, junto con Luis Lazzaro, coordinador de Contenidos del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP). Lazzaro integraba la Coalición por una Radiodifusión Democrática e impulsaba dentro del Gobierno nacional la propuesta más radical de reforma del sistema de medios audiovisuales, a diferencia del sector encabezado por Alberto Fernández que proponía una reforma más “moderada” (Glanz, 29/04/08. Ver Lazzaro E, 2011: 40-41, 47; Piccone E, 2011: 15, 28; Mastrini E, 2010: 125-135).

El 4 de abril, al día siguiente de que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA) emitiera una declaración crítica sobre el tratamiento que los medios de comunicación hicieron del conflicto agropecuario y de que instara a la reactivación del Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión del Instituto Nacional contra la

²³³ Con estrategias discursivas similares, los dirigentes oficialistas contribuyeron a generar las condiciones de enunciabilidad del período en torno a la necesidad y la oportunidad de cambiar la ley de radiodifusión, en base a lo que Entel (2009) denomina el “consenso general de restauración y reparación” que se habría generado en la Argentina post 2001. Durante 2008 “cada sector de la sociedad ideaba restaurar algún pasado verosímil, y con vistas a que ese pasado imaginado se tornara expectativa futura”: el gobierno y los movimientos afines evocaban proyectos emancipatorios; mientras que las entidades agrarias hacían crecer “la valoración hacia el orden” (62).

²³⁴ Mariotto era también decano de la Facultad de Cs. Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (2004-2009), de suma confianza del secretario de Medios Enrique Albistur y ‘crítico de los multimedios’ (Crítica, 2/04/08).

Discriminación (INADI), el COMFER y el Consejo de la Mujer, la presidenta Fernández presentó públicamente este observatorio. Dirigentes de la oposición y dueños de medios fustigaron esta iniciativa a la que consideraron un “intento de fiscalizar a la prensa independiente”²³⁵. Las críticas de opositores, algunos periodistas y dueños de medios, se basaron en el argumento liberal que sostiene que observar cercenaría la libertad de expresión de medios independientes considerados contralores del poder político en representación de la ciudadanía²³⁶. Sin embargo, esta entidad había sido creada tres años antes en el marco del Plan Nacional contra la Discriminación para dar cumplimiento a compromisos internacionales del país, sin que nadie la objetara; ella no tiene autoridad punitiva y sólo puede publicar sus investigaciones en su página *web* luego de dar vista a los observados. De hecho, hasta entonces había tenido “poca actividad y nula incidencia” (Becerra, 2008a). Si bien los observatorios de medios fueron masivamente conocidos en nuestro país a partir de esa coyuntura –como vimos en el capítulo 3- ya tenían una historia con varios años de antigüedad en todos los continentes. La iniciativa originó además un debate sobre la conveniencia o no de los observatorios de medios en manos del Estado²³⁷.

En ese marco, la presidenta anunció que impulsaría una nueva legislación de radiodifusión y para ello organizó una ronda de consultas con los diferentes sectores relacionados con la comunicación audiovisual los cuales comenzaron ese mismo mes. En lo que constituiría un gesto de la orientación que se le daría al proyecto de nueva ley, la primera en ser recibida el 16 de abril fue la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Participaron 60 representantes de las organizaciones que la integran, en cuyo nombre habló Néstor Busso, presidente del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) y vicepresidente de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Entregaron a la presidenta los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación que proponían para la nueva ley de radiodifusión (FARCO, 21/04/08). Luego, el 23 de abril, se reunió con las dos centrales obreras, la Confederación General del Trabajo (CGT) y la Central de Trabajadores Argentinos (CTA). Dos días después fue el turno de las cámaras de empresarios de medios: ADEPA (Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas), CEMCI (Comisión de Empresarios de Medios de Comunicación Independientes), ARPA (Asociación de Radiodifusores Privados de la Argentina), ATA (Asociación de Teleradiodifusoras de la Argentina), ADIRA (Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina) y ATVC (Asociación Argentina de Televisión por Cable).

²³⁵ Un ejemplo: ver Blank, 11/04/2008.

²³⁶ Este argumento fue discutido en el Capítulo 3. Ver también Segura, 2009.

²³⁷ En países europeos como Francia, Alemania y España, los observatorios de medios son entes públicos no gubernamentales independientes tanto de las gestiones contingentes de gobierno como del mercado, conformados por actores diversos y plurales (Becerra, 2008a). En tanto, como vimos en el capítulo 3, las experiencias latinoamericanas son iniciativas de la sociedad civil y/o de entes estatales autónomos como las universidades públicas, también tienen una constitución plural y diversa y se caracterizan por una relación tensa con el Estado.

El 29 de abril fueron los representantes de las universidades públicas y privadas de la Argentina (Clarín, 30/04/08). En quinto lugar, el 5 de mayo, recibió a la Federación Argentina de Productores de Cine y a sectores de la cultura (Clarín, 6/05/08). También, a la Confederación Sindical de Trabajadores de los Medios de Comunicación (COSITMECOS). Y el 29 de mayo la presidenta se reunió con las cooperativas de servicios públicos (Glanz, 30/05/08). En tanto, el 10 de septiembre, el secretario de Medios, Enrique Albistur recibió a representantes de la Iglesia Católica, quienes habían reclamado participar del debate y que no se revisaran las licencias otorgadas a la Iglesia Católica por el ex presidente Menem (Uranga, 22/08/08). Excepto las cámaras empresarias, todos estos sectores -incluso la Iglesia Católica (Página/12, 11/09/08)- manifestaron públicamente su adhesión a los 21 puntos propuestos por la Coalición.

El 16 de abril se presentó el Instituto de Estudios sobre Comunicación (IEC) del SNMP, cuyo Consejo Académico fue integrado por reconocidos académicos del área. Una de sus tareas iba a ser trabajar en el proyecto de nueva ley (Lorca, 17/04/08), pero su actividad fue muy escasa.

La iniciativa del Poder Ejecutivo de impulsar un proyecto de nueva ley obligó a los integrantes del Poder Legislativo a tomar posición. El 24 de abril, el titular del COMFER expuso ante un plenario de las Comisiones de Comunicaciones e Informática, presidida por el oficialista Manuel Baladrón, y de Libertad de Expresión, encabezada por la radical Silvana Giúdice, la decisión del Gobierno de impulsar un proyecto de nueva ley de radiodifusión (Clarín, 25/04/08). La semana anterior, la Comisión de Comunicaciones e Informática había recibido a la Coalición por una Radiodifusión Democrática. El 26 de mayo la Cámara de Diputados de la Nación declaró de interés legislativo los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación a instancias de la diputada nacional por Córdoba, Cecilia Merchán (Libres del Sur), y los diputados Victoria Donda, Sergio Basteiro y Vilma Ibarra. Por su parte, la Coalición Cívica, la Unión Cívica Radical (UCR) y el Partido Socialista realizaron el 5 de junio un seminario sobre medios de comunicación y libertad de expresión, para debatir una agenda legislativa que incluyera la radiodifusión, la regulación de la publicidad oficial y el acceso a la información pública (Glanz, 30/05/08), considerando que estos dos últimos temas no estaban incluidos en la propuesta que impulsaba el gobierno nacional²³⁸. Los parlamentarios de partidos y frentes de oposición se fueron posicionando en contra o a favor de los lineamientos que se anunció que tendría el proyecto que presentaría el Ejecutivo. Muchos adhirieron a los 21 Puntos, incluso algunos que luego votarían en contra del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual²³⁹.

²³⁸ Tampoco fueron incluidos en la norma que se sancionó en octubre de 2009, de modo que siguen constituyendo dos de los temas pendientes de regulación (Becerra, 10/10/09).

²³⁹ Los diputados nacionales por Córdoba que manifestaron su adhesión a los 21 Puntos fueron: Cecilia Merchán de Libres del Sur, Francisco Delich de la UCR (en la publicación gráfica de los 21 puntos de 2008), Patricia Vaca Narvaja del Frente para la Victoria, Merchán, Griselda Baldatta de la Coalición Cívica y Laura Sesma del Partido

...muchos diputados opositores se oponían a la ley porque no interpretaba los 21 Puntos. Eso marca la enorme legitimidad. (...) Los 21 Puntos eran la Biblia de la radiodifusión, casi nadie salió a hablar en contra de los 21 Puntos. (...) la [diputada nacional Silvana] Giudici, dijo en Clarín: ‘En algunas cosas habría que revisarlos’, pero el universo eran los 21 Puntos. (...) son un estándar de calidad (...) muchos diputados de la oposición y que no votaron la ley firman los 21 Puntos. (Mastrini E, 2010: 97-98)

Los legisladores de la oposición que manifestaron su negativa al proyecto esgrimieron las consignas del *free flow of information* que “tienen reminiscencias reaganianas”, según expusimos en el Capítulo 2 a propósito de la evidencia empírica que reunió el Informe MacBride de la UNESCO en 1980 “cuando acuñó la idea de que se necesita un flujo de información ‘libre y equilibrado’ para garantizar la ecuanimidad del acceso de todos los sectores sociales a los medios”. Así, “[l]a derecha vernácula demostró que le es impropio el linaje de un liberalismo contrario a la concentración” (Marino, Mastrini y Becerra, 2010: 20-21).

La oposición de centroizquierda, en cambio, captó la oportunidad de interpretar a un arco social integrado por medios comunitarios, el movimiento cooperativo, las dos centrales de trabajadores, las universidades públicas, las organizaciones de derechos humanos, ONG, además de artistas, intelectuales, periodistas y expertos en la materia. Aquí sí hubo actores organizados para cambiar una regulación que olía a rancia, a autoritaria y a negociado. (21)

Durante este proceso, el COMFER tomó medidas que afectaron a medios críticos con el oficialismo, al tiempo que atendían demandas de actores postergados como cooperativas, teledifusoras del interior y medios públicos, así como de medios de línea editorial afín:

- El 11 de abril, modificó nuevamente la grilla de canales de cable, apenas un mes después de que Bárbaro hubiera realizado el último cambio. Dispuso que entre los canales 2 y 15, las operadoras de cable incluyeran a los canales de televisión abierta de su zona de influencia, a las señales de noticias nacionales y a los canales públicos nacionales, y luego los canales de aire (Res. 227/08). Esto afectó la ubicación de TN, el canal de cable del grupo Clarín, hasta entonces ubicado entre los dos canales de aire de mayor *rating*. En tanto, le hizo lugar en los primeros lugares de la grilla a C5N, propiedad de Daniel Hadad, mejoró la posición de Canal 7 (Crítica, 15/04/08) y dio respuesta a un reclamo de ATA y de los teledifusores del interior al obligar a los cableoperadores a subir la señal de los canales abiertos de su zona de influencia en lugar de la de los de Buenos Aires (El Cronista, 12/04/08).
- El 12 de agosto, casi un mes después del rechazo del Congreso a la resolución 125, el COMFER dispuso que Radio Continental, administrada por el Grupo Prisa de España, no utilizara la señal de FM 104.3 por estar destinada a “programación cultural” y le ordenó levantar la programación que retransmitía en la FM. Fundamentó la decisión en el artículo 68 de la ley de radiodifusión que prohibía la conformación de “redes privadas permanentes” de radio y

Socialista (firmanon en el Compromiso Público en Córdoba en 2008). De ellos, sólo Vaca Narvaja pertenecía a la alianza gobernante, y Baldatta y Sesma votaron en contra del proyecto de ley en el Congreso en 2009.

televisión, y en el 67 sobre la “delegación de explotación” (Res. 646/08). La medida fue objeto de debate en los diarios sobre la legitimidad del Estado para aplicar la ley (DsD, 27/08/08).

- El 22 de febrero de 2009 publicó el reglamento del acceso a las licencias y prestación de servicios de televisión por cable, por el que se convocaba a las personas jurídicas sin fines de lucro prestadoras de servicios públicos interesadas (Res. 1242/06, Res. 143/09). Esta medida dio respuesta a las cooperativas (Página/12, 23/02/09) que reclamaban la reapertura de la venta de pliegos para aspirar a licencias de TV por cable, cerrada desde hacía nueve años para preservar de competencia a los tres grandes prestadores: el Grupo Clarín (Cablevisión y Multicanal), Telecentro (del ex diputado menemista y duhaldista Alberto Pierri) y Supercanal (de Vila y Manzano), más una red menor, Intercables (Verbitsky, 22/02/09).

Por otra parte, el Poder Ejecutivo Nacional continuó incrementando el gasto en publicidad oficial²⁴⁰. Durante el primer semestre de 2008, durante cuyos últimos cuatro meses se desarrolló la protesta agraria, el PEN invirtió un 10,3% adicional a lo invertido durante el mismo período en 2007 y un 76,4% del presupuesto total previsto para ese año (ADC y OSI, 2008).

En julio, luego de que el Congreso no aprobara el proyecto de ley de retenciones móviles, se produjo un punto de inflexión. Se rumoreó que el Poder Ejecutivo postergaría el envío del proyecto de nueva ley de radiodifusión al Congreso (Romero, 19/07/08; Ziblat, 6/10/2008), aunque los funcionarios más involucrados con el proyecto continuaron preparándolo, realizando acciones de difusión y debate del tema, y visitas al Congreso para procurar apoyo (Lazzaro E, 2011: 51-55; Mastrini E, 2010: 53; Loreti E, 2010: 101). Se produjeron también cambios de funcionarios, particularmente en el área de comunicación. El jefe de Gabinete Alberto Fernández, que renunció el 23 de julio, era también el integrante del PEN que mantenía diálogo con los directivos del Grupo Clarín y el representante del Estado en el directorio de la empresa Papel Prensa, donde también tienen acciones Clarín y La Nación. Si bien los demás cambios en el área, en general no implicaron la incorporación de nuevos funcionarios, sino la reubicación de los que ya estaban²⁴¹, fueron interpretados como un intento de mejorar la imagen del Gobierno luego de “la crisis del campo”²⁴² (Braslavsky, 31/07/08). Además, se autorizó a la Secretaría de Medios a contratar agencias de publicidad privadas, desobligándola de contratar los servicios creativos de Télam (Crítica, 13/08/08).

²⁴⁰ En abril, Albistur fue denunciado por el Fiscal de Investigaciones Administrativas en el Juzgado Federal No 9 por supuestas irregularidades en el manejo de la publicidad oficial (Clarín, 17/04/08).

²⁴¹ Tristán Bauer pasó de la dirección de Canal Encuentro a la presidencia del SNMP en lugar de Gustavo López quien asumió como Subsecretario General de la Presidencia, y Lazzaro pasó a ser coordinador general del COMFER en lugar de Sergio Fernández Novoa, quien asumió como vicepresidente de Télam, entre otros cambios.

²⁴² En esos cuatro meses, la popularidad de la presidenta Cristina Fernández cayó del 56% al 20% y la del ex presidente Néstor Kirchner, del 49% al 33% (Rebossio, 28/07/08).

Mientras tanto, el Poder Ejecutivo avanzó en el proyecto de televisión digital. En septiembre de 2008, la presidenta firmó acuerdos de cooperación en televisión digital con el presidente de Brasil Inacio Lula da Silva. Estos acuerdos hacían presuponer –tal como efectivamente sucedió al año siguiente– que Argentina se definiría por la norma japonesa ISDB-T, como ya lo había hecho Brasil en 2006. De este modo, se alejaba del estándar estadounidense ATSC, preferido por los operadores de televisión abierta y de cable, y también de la norma europea DVB, defendida por las empresas de telefonía como Telecom y Telefónica (Becerra, 2008b).

A fin de año, una semana antes de la última sesión de la Cámara de Diputados de 2008, un grupo de legisladores kirchneristas, encabezados por Silvia Vázquez, presentó un proyecto de ley de radiodifusión para reemplazar a la 22.285, paralelo al que estaba elaborando el PEN²⁴³.

El 1° de marzo, el gobierno retomó la iniciativa para impulsar la sanción de una norma que reemplazara a la 22.285: en la apertura de las sesiones ordinarias del Congreso, la presidenta anunció que ese año enviaría el proyecto de nueva ley de radiodifusión (Schurman, 2/03/09; Wainfeld, 2/03/09; y Piqué, 5/03/09). Finalmente, el 18 de marzo en el Teatro Argentino de La Plata, presentó la Propuesta de Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual²⁴⁴.

La Propuesta de Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual recuperó de modo sistemático, argumentado y central (en págs. 17 a 40, luego de la Introducción y un Cuadro Comparativo con el Decreto-Ley de Radiodifusión 22.285 de 1980) los 21 Puntos de la Iniciativa Ciudadana por una Ley de Radiodifusión de la Democracia presentados en 2004 por la Coalición por una Radiodifusión Democrática. En general, el articulado de la propuesta expresa esos principios, excepto el Punto 3 en lo referido a la prohibición por ley de “la asignación arbitraria o discriminatoria de publicidad oficial, créditos oficiales o prebendas” (pág. 20)²⁴⁵.

...era muy complicado de poner, por el sistema federal (...) En realidad, es un modelo distinto del de la publicidad oficial porque la publicidad oficial conlleva cosas que no están en la radiodifusión. (...) [De todos modos] hay un par de artículos que hacen referencia a la definición pública de las pautas. (...) Le planteás a los medios que hagan transparente su financiamiento público. Después, de los 21 Puntos entró todo. (Loreti E, 2010: 139-142)

Se fundó también en las opiniones consultivas de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), los tratados internacionales y las declaraciones de los relatores de libertad de expresión de diversos organismos internacionales, que reconocían la libertad de expresión como

²⁴³ Se interpretó como un “globo de ensayo” para medir las reacciones empresariales ante las medidas más fuertes que preparaba el PEN (Beresovsky, 11/12/08); o una disputa dentro del oficialismo entre quienes apoyaban la decisión de postergar el debate y quienes presionaban para que se lo continúe hasta sancionar la ley (Crítica, 12/12/08).

²⁴⁴ Lo había anunciado una semana antes, el 10 de marzo, al día siguiente de que, en un acto en Tres de Febrero, el ex presidente Kirchner, en referencia al tratamiento que los medios dieron a la derrota electoral del kirchnerismo en Catamarca, dijera: “¿Qué te pasa, Clarín? ¿Por qué estás tan nervioso? Tranquilizate, Clarín” (La Nación, 11/03/09).

²⁴⁵ Los diversos y complejos modos en que el Estado contribuye a sostener y auxiliar económicamente a los medios no fueron tampoco incluidos en la norma aprobada en 2009, por lo que la definición de “una ley de apoyos económicos del Estado a todos los medios de comunicación” sigue pendiente (Becerra, 10/10/09).

un derecho humano y a la radiodifusión como un modo de expresión de dicho derecho y, por lo tanto, como bien cultural y social. Se basó asimismo en un inédito trabajo de legislación comparada que recuperó aspectos virtuosos de múltiples legislaciones internacionales referidos a la administración equitativa del espectro y su consiguiente reserva, el reconocimiento del sector social comunitario y la habilitación de actores públicos no comerciales en el uso del espectro, la configuración del Estado como un prestador complementario –que abandona su rol subsidiario–, la limitación a la concentración y a la propiedad cruzada, la creación de instituciones pluralistas de contralor y diseño de políticas de comunicación, y la creación de la figura del defensor del público. Recuperó asimismo la preocupación internacional fundamentalmente impulsada por la Unión Europea -a la que nos referimos en el Capítulo 3-, sobre la necesidad de excluir a los servicios de comunicación audiovisual de los acuerdos de comercio de servicios formulados en la Organización Mundial de Comercio (OMC) y de impulsar, en cambio, legislaciones especiales para estas industrias culturales. De este modo, ofrecía un marco de garantías sobre la base de la defensa de los derechos humanos, que era hasta el momento inexistente en nuestro país y que lograba ponerse a tono con las legislaciones más progresistas de América del Sur, América del Norte y Europa. Conseguía así *aggiornar* la discusión y situar en términos de política de Estado la protección de los servicios de comunicación audiovisual (Monje y Segura, 2009).

Durante los cuatro meses siguientes a la presentación pública de esta Propuesta de Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se realizaron 24 Foros Participativos de Consulta Pública en todas las provincias del país, en los que las autoridades del COMFER recogieron aportes para modificar el proyecto antes de su envío al Congreso²⁴⁶.

La nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 que reemplazó al decreto-ley 22.285 de 1980 se aprobó el 9 de octubre de 2009, convirtiéndose así en la segunda ley de radiodifusión de la historia argentina en ser aprobada por un gobierno constitucional. Esta norma fue parte de una serie de políticas de Estado que a partir de 2003 procuraron revertir políticas de los años 90 y de la dictadura²⁴⁷. En general, estas políticas tendieron a repositionar al Estado en un rol activo de interventor y regulador del orden social, en articulación con organizaciones sociales que impulsaban cambios en cada área (Etchmendy, 2008; Panizza, 2005; Becerra, 2010). A diferencia de otras políticas de este tenor²⁴⁸, las de comunicación se sustentaron en un extenso debate social por medio de canales de participación institucionalizados como estos foros impulsados por el PEN y las posteriores audiencias públicas en el Congreso de la Nación.

²⁴⁶ El Foro de Córdoba se realizó en la Universidad Nacional (UNC) el 8 de abril de 2009 con la presencia de los rectores de las tres universidades públicas de la provincia.

²⁴⁷ En este sentido, es interesante la entrevista de Horacio Verbitsky a Néstor Kirchner (Verbitsky, 10/01/10).

²⁴⁸ Sobre las de memoria, por ejemplo, ver: Jelin, 2003; Da Silva Catela, 2006; Carnovale, 2006; Vezzetti, 2009.

6.1.3. La debilidad de las empresas mediáticas 2 y el abandono de la neutralidad

Las principales empresas mediáticas se opusieron sistemáticamente a las políticas impulsadas por la nueva gestión de gobierno con series negativas a la administración central en sus notas y editoriales, con comunicados públicos y *lobbies* no tan públicos de las cámaras empresarias que los agrupan. Sus posicionamientos dejaron al descubierto intereses económicos y políticos comunes con los sectores agroexportadores. En esta etapa, a partir de que un actor poderoso como el gobierno impusiera el debate público sobre la estructuración del sistema de comunicación audiovisual, se produjo una novedad informativa: los medios de comunicación comenzaron a ser objeto de análisis en sus propias publicaciones. En las condiciones de enfrentamiento entre medios del sector privado y el gobierno, se abrieron asimismo nuevos medios y *blogs* con línea editorial afín al oficialismo. A pesar de los altos niveles de concentración de la propiedad registrados, las empresas mediáticas estaban atravesando entonces una situación de relativa fragilidad en la medida en que el mercado de medios era inestable (Becerra, 10/10/09), la convergencia tecnológica ampliaba y diversificaba sus potenciales competidores, las ventas de la prensa caían, se acrecentaba el proceso de desintermediación en “las nuevas prácticas de la comunicación política”, se producían cambios “en la estructura de negocios de las empresas”, y en el “quehacer periodístico con las nuevas formas de periodismo virtual” (Sorj, 2010: 10).

La estructuración del sistema de medios de comunicación en el país se caracterizaba, según se dijo en capítulos anteriores, por la multiplicación de soportes por la convergencia tecnológica (audiovisual, informática y telecomunicaciones) y por la concentración de la propiedad en pocos pero grandes grupos²⁴⁹. Estos niveles -inéditos en la historia argentina- de concentración de la propiedad de los medios, tuvieron como efectos más evidentes la retracción de la diversidad de fuentes, la tendencia a la uniformidad de la agenda informativa, la modernización tecnológica en la organización de la producción, la precarización de los procesos de trabajo y la centralización geográfica de la producción de contenidos (Mastrini y Becerra, 2006; Becerra y Mastrini, 2009).

Se registraba, asimismo, una confluencia de intereses económicos directos e indirectos entre las empresas periodísticas y los sectores de producción agropecuaria. Valga como ejemplo que uno de los accionistas del Grupo Clarín es el principal exportador argentino de arroz y el director del suplemento Clarín Rural preside la Asociación Argentina de Biodiesel e Hidrógeno. Además,

²⁴⁹ Esta situación se reiteraba en gran parte de las esferas productivas (Becerra y López, 2009: 21). Ver: “Los latifundistas de la comunicación” (Oliva, 17/11/08).

Clarín, a través de su empresa FEASA, y La Nación son socios en Expoagro, compañía que organiza la principal muestra anual de productores agropecuarios del país (Verbitsky, 1/06/08)²⁵⁰.

Los medios no le habían otorgado a Cristina Fernández el crédito inicial que sí habían dado en 2003 al ex presidente Kirchner “y que en general brindan a todo gobierno que recién asume y debe acomodarse a la nueva administración”. El título de tapa del diario Clarín el 12 de diciembre de 2007, a 48 horas de que asumiera la primera mandataria, fue negativo (DsD, 14/08/08). Incluso antes, cuando ya era presidenta electa, también fue objeto de pronunciamientos críticos²⁵¹ (DsD, 14/08/08; Lazzaro E, 2011: 27; Piccone E, 2011: 33).

Sin embargo, según Diario sobre Diarios (14/08/08), las críticas de la Presidenta al Grupo Clarín por el tratamiento que hizo específicamente del conflicto agropecuario no alcanzan a explicar por qué decidió enfrentar a la empresa mediática, considerando -entre otros elementos- que la cobertura que hizo el diario del primer período de las protestas no había sido la más negativa de las realizadas por los principales diarios porteños; y que los dos primeros meses de ese año la mayoría de sus principales títulos de tapa habían sido positivos o neutros con respecto al gobierno nacional. Incluso, la cobertura de la protesta agropecuaria realizada en marzo de 2008 por Clarín no fue la serie desfavorable más larga realizada contra el oficialismo desde 2003²⁵².

No obstante, la serie negativa gobierno/campo sí fue después, una vez desatado el conflicto con las cuatro entidades agrarias y con el Grupo Clarín, la más larga que tuvo que sobrellevar el oficialismo desde 2003. En efecto, en los matutinos Clarín y La Nación se trató de “una serie informativa casi permanente”: sobre un total de 129 días de conflictividad, la cobertura seriada duró 112 días promedio, es decir, apenas 17 días menos que “el conflicto real” (DsD, 14/08/08). Además, en los diarios de circulación nacional el tema dominó las ediciones “no sólo en la sección política, sino la de economía y, en muchos casos, la de humor y la de interés general” (Becerra y López, 2009: 20) y se fundó en notas que en su mayoría se basaban en una sola fuente (34%) o no mencionaban la fuente (21%), sin contar con que la mayor parte de las fuentes consultadas estuvieron ligadas a la Mesa de Enlace y, en segundo lugar, al gobierno (20-21).

Como escenario privilegiado de activación del conflicto (...) los medios de comunicación desplazaron en la práctica el tradicional recurso retórico de la objetividad, por la acción cada vez más interesada en el conflicto. (...) el sistema de medios (...) fue abandonando su rol de representación virtual del conflicto para asumirse como partícipe. (6)

²⁵⁰ Del 5 al 8 de marzo de 2008, días antes de la firma de la Resolución 125 y el inicio de la protesta agraria, la habían organizado en Amstrong, Santa Fe (Clarín, 13/10/07).

²⁵¹ En noviembre, días antes de que asumiera, los diarios porteños y otros provinciales y regionales se habían pronunciado críticamente cuando la entonces presidenta electa dio a conocer el futuro gabinete nacional. En cambio, el ex presidente Kirchner había contado con 10 meses de crédito inicial.

²⁵² No conocemos análisis similares sobre el tratamiento informativo dado al conflicto por los canales de televisión y las radios del Grupo.

Además, los medios realizaron en general fuertes críticas a las medidas impulsadas por la administración central en este período: “Retenciones móviles, reestatización de Aerolíneas y Austral, nuevo régimen jubilatorio, grandes temas que los argentinos debaten en el Congreso Nacional son reducidos diariamente a hechos de corrupción o acumulación de caja” (Piccone, 7/11/08; Piccone E, 2011: 34-35). En cambio, cuando luego del rechazo del Congreso a la resolución 125, el PEN suspendiera la presentación del proyecto de ley de radiodifusión, los diarios de circulación nacional editaron tapas con titulares no reactivos al gobierno, lo que constituyó una novedad en 2008 (DsD, 10/09/08)²⁵³.

En particular, confrontaron con el gobierno con respecto a las políticas de comunicación. Los principales grupos de medios se opusieron a la elaboración de la nueva norma en el sentido que le estaba imprimiendo el Poder Ejecutivo, basados fundamentalmente en dos principios: “que la concentración en pocas manos no perjudica la libertad de expresión y que el único poder que restringe la libertad de expresión es el del Estado y el de su gestión contingente (el gobierno)” (Marino, Mastrini y Becerra, 2010: 12-13). La objeción “arguye que en materia de medios las opciones son variadas y que, entonces, el juego de la oferta y la demanda resuelve ‘naturalmente’ las preferencias” (12-13). Esta oposición se manifestó en dos estrategias complementarias.

Por un lado, en la reunión que mantuvieron las asociaciones de empresarios de medios el 25 de abril con la presidenta, ADEPA le entregó un documento en el que consideraba “llamativo” que la discusión sobre la nueva ley se impulse en un clima de confrontación con los medios de prensa. Asimismo, reclamaba que se respetaran los “derechos adquiridos” en vista de la digitalización de los “licenciatarios legales que brindan servicios de radiodifusión”, la garantía constitucional de “la libertad de prensa” “evitando la regulación de los contenidos periodísticos” y, con respecto a la propiedad de los medios y la producción de contenidos, “que el país resguarde el valor estratégico del capital nacional en las industrias de la cultura en general y los medios de comunicación en particular” (Clarín, 26/04/08). De este modo, solicitaba protección contra el ingreso de nuevos actores tanto sociales como privados de capital transnacional.

Por otro lado, “salvo excepciones” –como la del diario *Página/12*- en sus publicaciones “han omitido el tema [del debate sobre la estructuración del sistema de medios en la Argentina y la nueva ley de radiodifusión] o lo han tratado en forma marginal”, según un estudio realizado entre el 26 de junio y el 13 de julio de 2008 por el Observatorio de Medios de la Argentina de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) (Ducrot y otros, 2008: 4-5). El debate sobre la ley de radiodifusión también recibió “escaso tratamiento periodístico” en los medios cordobeses, según lo constatado por el Observatorio Ciudadano de Medios de la Comisión de Seguimiento de la

²⁵³ Según DsD (10/09/08), esto pudo haberse debido tanto a un “armisticio” acordado entre los empresarios de medios y el Poder Ejecutivo, como a algunos cambios en la titularidad de las empresas.

Libertad de Prensa (COMIPREN) entre abril y septiembre de 2008. En particular, los tres canales de aire provinciales: el 8, el 10 y el 12, “fueron los medios que menos lo trataron”. En los medios locales propiedad del Grupo Clarín, Canal 12 “no difundió ninguna nota sobre el tema” y en el diario La Voz del Interior “fue escasa la difusión”. En cambio, “fueron Radio Universidad de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba y el diario Hoy Día Córdoba –cuyo propietario y director fue dirigente del gremio de prensa- los medios que mayor atención prestaron a este proceso” (Mata, Segura y Carro, 2008)²⁵⁴. Cabe suponer que la estrategia predominante en los grandes medios de invisibilizar la discusión sobre este tema durante 2008 se haya vinculado con el interés no sólo de que no se concrete una regulación basada en los principios enunciados, sino también de evitar el debate sobre el sistema de medios en el país, “porque, aún cuando saliesen airosos en los números parlamentarios, el sólo hecho de abrir un cotejo de ideas dejaría desnudos sus intereses corporativos” (Aliverti, 23/03/09).

En efecto, el debate sobre el sistema comunicacional, no había sido, hasta ese año, un tema que los medios abordaran. En general, “[q]uienes están a cargo de informar no informan sobre sí mismos” (Marino, Mastrini y Becerra, 2010: 266)²⁵⁵. Sin embargo, en 2008, comenzaron a aparecer las referencias, no sólo con respecto a las iniciativas gubernamentales al respecto y los consiguientes posicionamientos de las empresas de medios y sectores políticos de la oposición afines a sus intereses²⁵⁶, sino que también surgieron los primeros espacios (secciones de diarios, programas de televisión) en medios públicos y privados afines al gobierno, específicamente dedicados al debate de la cuestión comunicacional en la Argentina. Así, la inclusión del debate sobre el sistema mediático en la agenda pública gubernamental en articulación con la social, obligó a los medios masivos a abordar un tópico que históricamente había constituido un tabú: el análisis de sí mismos en tanto empresas con intereses políticos y económicos²⁵⁷. El diario Página/12 inauguró el 23 de abril de 2008, a menos de un mes de que la Presidenta hubiera instalado en la agenda pública el debate sobre la organización del sistema comunicacional, La Ventana, una sección semanal de análisis de los medios y las problemáticas de la comunicación por parte de investigadores, periodistas y escritores²⁵⁸. En Canal 7, la Televisión Pública, hasta 2008 se emitió el programa El lugar de los medios, y el 9 de marzo de 2009 se puso en el aire el programa 678, nueve días antes de que la Presidenta presentara la Propuesta de Proyecto de Ley

²⁵⁴ Cabe aclarar que esta estrategia de cobertura tendiente a invisibilizar el debate, cambió radicalmente a partir de marzo de 2009 cuando la Presidenta presentó públicamente el anteproyecto de ley (Ludueña, 2010: 282).

²⁵⁵ Sobre este tema, ver Becerra, 23/04/08; Caparrós, 13/03/09; Mastrini citado por Ludueña, 2010: 266.

²⁵⁶ Este proceso se intensificará al año siguiente durante el debate público y parlamentario del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual entre marzo y octubre de 2009 (DsD, 16/09/09).

²⁵⁷ Es sugerente también que eran pocas las consultoras de opinión pública que estudiaban la imagen de medios y periodistas en la Argentina antes de este debate, situación que se modificó a partir de 2009.

²⁵⁸ En la presentación de la nueva sección, su responsable, el reconocido académico y militante de la comunicación, Washington Uranga (23/04/08), aclaró que se trataba de un proyecto editorial que se había gestado tiempo antes.

de Servicios de Comunicación Audiovisual. Se trata de una “emisión periodística que hace una intensa utilización del archivo y que, desde una visión en la que se destacan el humor y la ironía, se focaliza en el análisis de lo que los medios masivos informan acerca de la política nacional a espectadores, lectores y oyentes” (Oliván y Alabarces, 2010: 9)²⁵⁹. Por su parte, el diario *Crítica de la Argentina*, que había surgido el 2 de marzo de ese año, si bien no dedicó una sección especial al tema, procuró posicionarse en el mercado mediático denunciando manejos de publicidad oficial y del papel de diario²⁶⁰ que lo perjudicaban (Alfieri y Federico, 19/04/08)²⁶¹.

Además del diario *Crítica*, aparecieron nuevos diarios y semanarios gráficos y digitales “de baja tirada, sin impacto masivo en el consumo, pero que diversificaron el panorama” (Mastrini citado por Ludueña, 2010: 269). En ese marco de enfrentamiento entre el gobierno nacional y las principales empresas mediáticas, en marzo de 2008, el ex banquero Sergio Szpolski²⁶² lanzó el diario *Diagonales en La Plata*. Dos meses después sacó el diario gratuito *El Argentino* y el semanario *Miradas al Sur* con circulación principal en ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires. En noviembre del mismo año, la empresa Electroingeniería compró Radio Del Plata y puso a Szpolski como su director comercial. En febrero de 2009 adquirió también Radio América y FM Aspen. Todos estos medios y los que había adquirido durante los cuatro años anteriores como la revista *Veintitrés* y *Veintitrés Internacional*, en general “simpatizan con el gobierno y reciben abundante publicidad oficial” (Ludueña, 2010: 267). En 2008 las publicaciones de Szpolski, y *Página/12*, fueron las más favorecidas por la publicidad oficial (267)²⁶³.

A partir del conflicto con las entidades agropecuarias, se multiplicó también la cantidad de *blogs* que se identificaron como kirchneristas, peronistas o nacionales y populares, que ya habían comenzado a surgir de modo disperso y en escasa cantidad durante el gobierno de Néstor Kirchner. “Mezclan información con irreverencia, mística peronista con análisis de medios. (...) apuntan sus cañones contra los diarios *Clarín* y *La Nación* y utilizan la *web* para contrarrestar lo

²⁵⁹ Rápidamente fue “muy valorado por sus seguidores y radicalmente condenado por sus críticos”. A partir de la apertura de un grupo en la red social *Facebook*, 678 “trascendió la pantalla y, llevando como lema su nombre, varios miles de seguidores se reunieron en manifestaciones públicas a favor de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” (Oliván y Alabarces, 2010: 10).

²⁶⁰ El Gobierno nacional instalará el debate público e impulsará medidas sobre este tema a mediados de 2010.

²⁶¹ Además de la numerosa cantidad de notas internas, entre abril y junio, editó seis tapas que tuvieron como protagonista al Grupo *Clarín* que “fueron tan funcionales al Gobierno, en plena pelea con el multimédios que su propio director, Jorge Lanata, tuvo que ensayar una aclaración” (DsD, 14/08/08).

²⁶² Szpolski construyó un multimédios en pocos años a partir de 2002. Luego del período considerado en este análisis, continuó incrementando su posesión o control de medios caracterizados por su orientación oficialista. En 2009 sacó el diario *Tiempo Argentino*, la edición local de la revista *Lonely Planet*, *La Gaceta del Cielo* que se distribuye en los aviones de Aerolíneas Argentinas, se asoció a la edición internacional de la revista *Newsweek*, la revista *Siete Días* (*Clarín*, 20/06/10), la licencia del canal de cable CN23 y la revista *Contraeditorial*.

²⁶³ El apoyo a medios como los de Szpolski o Hadad, constituyeron estrategias del gobierno a partir de que el conflicto por la Resolución 125 hubiera demostrado que “la política comunicacional no era la correcta” (Piccone E, 2011: 28).

que definen como ‘el monopolio’ de la información por parte de los medios tradicionales” (Romero, 11/09/09). En esta etapa estos *bloggers* todavía no conformaban un colectivo²⁶⁴.

A estas nuevas modalidades de producción y circulación de la información en sitios de *Internet*, *blogs* y *spams* en correos electrónicos por parte de ciudadanos u organizaciones, se sumaban las nuevas estrategias de comunicación política de los gobernantes de la región –de diferente signo ideológico- que eludían a los periodistas para “hablar con el pueblo” directamente por cadenas de radio y televisión (Panizza, 2005: 722; Natanson, 2010: 17; Sorj, 2010). En la Argentina, la Presidencia hizo uso, durante el segundo y el tercer mes del “conflicto del campo”, de la cadena nacional, recurso que reiterará para anunciar medidas importantes²⁶⁵. Este creciente “proceso de desintermediación” ponía en cuestión a los medios tradicionales que procuraban *aggiornarse* multiplicando, entre otras estrategias, experiencias de periodismo participativo: en Córdoba en diciembre de 2008 se lanzó *eldoceblog*, primer canal local en extender su presencia a la *web*.

En general el mercado de medios de la Argentina es inestable (Becerra, 10/10/09) y las empresas presentaban una relativa fragilidad debido a la conjunción de diversos factores.

Entre 2007 y 2008 las acciones del Grupo Clarín cayeron un 72% debido, en gran medida, a causas exógenas: la baja de las bolsas en el mundo a causa de la crisis financiera internacional (Fontevicchia, 24/08/08). En febrero de 2009 volvieron a caer (Verbistky, 22/02/09).

De todos modos, el 4 de abril de 2008 se anunció que Clarín había comprado la totalidad de las acciones de La Nación en la Compañía Inversora de Medios de Comunicación (CIMECO) que controla, entre otros, al diario La Voz del Interior de Córdoba (Lanata, 6/04/08). El 4 de junio DirecTV, líder en televisación digital en Latinoamérica, compró el 33,2% de Torneos y Competencias (TyC) que, junto con el Grupo Clarín, poseía el monopolio de la televisación de los partidos de fútbol de la Primera División A y del Nacional B desde 1991²⁶⁶ (Clarín, 11/06/08).

Si bien, como se dijo en el Capítulo 5, los diarios de la Argentina no escapaban a la tendencia mundial de caída de ventas de la prensa gráfica, en 2008 las del diario Clarín habían descendido en unos 120 mil ejemplares con respecto a 2001 mientras que las del diario La Nación se mantuvieron amesetadas (perdió sólo 20 mil ejemplares entre 2001 y 2009) y crecieron las ventas de Miradas al Sur y Página/12, según el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) (citado por

²⁶⁴ En agosto de 2009, cuando el PEN envió el proyecto de ley de comunicación audiovisual al Congreso, se reunieron con funcionarios del gobierno nacional. En noviembre conformaron FARO de la Comunicación junto a Madres y Abuelas de Plaza de Mayo y FATPREN. En diciembre, crearon el Movimiento Peronista *Blogger*.

²⁶⁵ En 2010 comenzará a usar *Twitter* y lanzará un canal oficial por *Youtube*. Antes, Néstor Kirchner también se había resistido a conceder conferencias de prensa y entrevistas.

²⁶⁶ Esto cobraría relevancia al año siguiente cuando el gobierno comprara los derechos de televisación a la Asociación de Fútbol Argentino (AFA), durante el debate del proyecto de nueva ley de servicios de comunicación audiovisual en el Congreso. Fútbol para Todos constituyó una de las principales estrategias de difusión masiva del debate.

Blaustein, 2010). Según el IVC, las ventas de Clarín caían desde 2006: “Algunos lo atribuyen a la baja de diarios general y, en menor medida, a la pérdida de credibilidad”²⁶⁷ (Ludueña, 2010: 268).

En tanto, el sistema audiovisual argentino, además de los problemas imputables a la legislación obsoleta y con reformas parciales que la empeoraron permitiendo altos niveles de concentración, tiene una “complicación objetiva: la debilidad de su estructura de mercado” (Becerra, 10/10/09).

De las cinco mil estaciones de radio que funcionan en el país, menos del 5% se autofinancia con publicidad. Las empresas de televisión abierta, sector que absorbe el 36% de una torta publicitaria calculada en 7000 millones de pesos anuales, afirman que no son rentables. Los canales líderes en audiencia son la excepción, con ganancias basadas en su amplia audiencia acumulada en sus redes de transmisión en horario central (*prime time*) y en la exportación de contenidos. (...) la televisión por cable es redituable, pero su mercado (...) es cautivo del proveedor dominante. (Becerra, 10/10/09)

Por eso, como se mostró, los empresarios del sector objetaron el ingreso de nuevos actores sociales y públicos al mapa de los medios. De todos modos, “la cuestión económica” incluye también la sustentabilidad de los medios de gestión social y estatal (Becerra, 10/10/09).

Por otra parte, la convergencia de los medios (telefonía, televisión por cable e Internet) situaba a las empresas mediáticas en una situación de “creciente fragilidad” (Sorj, 2010: 10) en tanto atraía el interés de poderosos actores económicos al área de la producción de contenidos; particularmente a las grandes empresas de comunicación y los grandes portales de Internet, que “en general son empresas económicamente más poderosas que los grupos tradicionales del área de comunicación” (12) y corren con ventajas para la prestación de servicios convergentes. Efectivamente, “la telefonía es el sector de las comunicaciones que más creció” y hoy en la Argentina “el principal negocio no es la usina sino la distribución electrónica del cable” (Zunino citado por Ludueña, 2010: 273). No casualmente, en el período analizado en este capítulo, la operación de compra y venta que concitó mayor atención por parte de las empresas mediáticas fue la entrada el 7 de mayo de 2008 de Telefónica en Telecom con el consiguiente riesgo de constitución de un monopolio en el sector de telefonía en el país. Esto, sumado al trascendido de que el proyecto gubernamental de nueva ley permitiría a las telefónicas la prestación de servicios de radiodifusión (como de hecho ya estaba sucediendo con Telefê), incrementó el temor por el ingreso de las telefónicas al negocio de las comunicaciones. “La discusión sobre la Ley de Servicios Audiovisuales llevaba como plataforma semioculta la disputa con las telefónicas” (Becerra citado por Ludueña, 2010, 273. También Mastrini E, 2010: 114-124). En efecto, el proyecto de ley formulado por el PEN permitía a las empresas de telefonía el ingreso al sector, lo

²⁶⁷ En Córdoba, a diferencia de la tendencia nacional a la caída en la imagen de medios y periodistas en este período, en octubre de 2008, los periodistas se ubicaban en tercer lugar entre los 10 actores sociales que más contribuían al desarrollo de la provincia, luego de los productores rurales y los industriales. Además, los periodistas habían subido en la consideración pública con respecto al año anterior (sumaron 10 puntos al pasar del 42% al 52%) (Delfos, 2008).

que hubiera implicado una importante competencia para los grupos mediáticos²⁶⁸. En tanto, para el sector social, si bien la convergencia digital implicaba el riesgo del avance como prestadores de radiodifusión de agentes aún más poderosos que los hasta entonces privilegiados en el campo, conllevaba también la posibilidad técnica de contar con mayor cantidad de señales de transmisión y, por lo tanto, la potencialidad de tener mayor cantidad de emisores.

Sorj (2010: 6-10) arriesga como hipótesis que en Latinoamérica los medios están siendo enfrentados por los gobiernos “no por su poder sino a causa de su creciente fragilidad”. Considerando lo expuesto, es posible afirmar que en la Argentina esto constituyó al menos una condición de posibilidad relevante para implementar la reforma propuesta.

6.1.4. La Coalición por una Radiodifusión Democrática 2

Nunca como a partir de ese momento, las organizaciones sociales que incluían en su agenda la democratización del sistema comunicacional en el país, tuvieron tanta incidencia en el debate público sobre este tema. El hecho de que el Gobierno nacional lo hubiera tomado como tema de agenda en el marco de una alta conflictividad socio-política, contribuyó a incrementar la capacidad de incidencia pública de las organizaciones que venían trabajando en el área. De hecho, en esta etapa, las organizaciones de comunicación que se mantuvieron activas, se reactivaron y cobraron un inusitado protagonismo en el espacio público mediático y urbano (marchas, paneles, entrevistas, festivales, radios públicas, *spots* radiales y televisivos, *lobby*, etc.). La mayoría de ellas confluyeron en la Coalición por una Radiodifusión Democrática que logró construir e impulsar una demanda común consensuada entre más de un centenar de organizaciones diversas²⁶⁹.

Luego de la etapa de “resistencia” en la que –como expusimos en el capítulo anterior- no sólo su propuesta no había llegado a ser conocida masivamente por la población, sino que tampoco había logrado incidir en los Poderes del Estado, la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD) adquirió protagonismo en la escena pública a partir de su reunión con la Presidenta y del anuncio gubernamental de que el proyecto de nueva norma se basaría en los 21 Puntos²⁷⁰.

La cuestión de la visibilidad no es menor. Sostuvimos, por el contrario, que la aparición y legitimación de sujetos en la escena pública es condición para la presentación y aceptabilidad de

²⁶⁸ Sin embargo, esto luego fue dejado de lado y quedó pendiente la necesaria regulación del *triple play*.

²⁶⁹ Luego de la presentación de la Propuesta de Proyecto de Ley en marzo de 2009, se conformaron –impulsadas por funcionarios del área de comunicación del PEN- otras organizaciones que la apoyaron: Comunicación y Política para el Proyecto Nacional (COPLA), Faro de la Comunicación, y Corriente por una Comunicación Nacional y Popular.

²⁷⁰ No casualmente a partir de que la Presidencia manifestó su alianza con la CRD, los grandes medios de gestión privada –a diferencia del período anterior cuando, como se dijo, desconocieron su constitución y su propuesta- la hicieron visible y destacaron el consenso alcanzado por organizaciones de la sociedad civil plurales, diversas y de alcance nacional (Clarín, 17/04/08). Sin embargo, en apenas dos semanas la configuraron como el oponente a deslegitimar en base a disvalores: la dependencia del gobierno y la irrelevancia de sus integrantes (Clarín, 30/04/08).

sus demandas. Esto es así porque el origen del poder radica no sólo en la posesión de propiedades y recursos socialmente valorados y escasos, sino también en que tal posesión sea socialmente conocida. “Sólo así habrá lugar para el reconocimiento y para que la posesión de propiedades y recursos se constituya efectivamente en una capacidad diferenciada de relación”. Sólo el conocimiento y reconocimiento dan existencia y valor social al control de recursos por cuanto lo hacen eficaz en las relaciones. Por eso, es crucial, en la generación de la probabilidad de imponer un discurso, la accesibilidad que ha tenido el agente social a espacios públicos de visibilidad. En términos de Bourdieu, el reconocimiento y el crédito (capital simbólico) no constituyen un recurso más, aparte del económico, cultural, etc., sino aquello que constituye a estos últimos en capitales en cuanto tales, es decir, “en principio generador de relaciones asimétricas” (Costa y Mozejko, 2009: 89). Por ende, una condición indispensable para asegurar la probabilidad de que una propuesta discursiva sea aceptada (se imponga), es que el agente que la produce “sea reconocido como autorizado y, por lo mismo, como digno de ser aceptado” (88).

Este creciente reconocimiento público y el consecuente incremento de su poder relativo, conllevó también al crecimiento de la Coalición: “cada vez más sectores la apoyaban” (Piccone E, 2011: 58). En tanto el crédito constituye un recurso central en la medida en que es lo que constituye a los demás recursos y propiedades en principios generadores de poder relativo, es también objeto de disputa²⁷¹. En la medida en que la Coalición se presentaba como un espacio que habilitaba el acceso a la visibilidad pública y el consiguiente incremento de la capacidad de incidencia, presentaba interés para nuevos actores. Entre éstos, había “caras nuevas”, “figurones”, algunos “que nunca habían participado” (Busso E, 2011: 125; Mastrini E, 2010: 8). Además, ante las crecientes posibilidades de que la propuesta sea aceptada, intervinieron también “figuras de mayor nivel” de responsabilidad de las organizaciones participantes (Busso E, 2011: 125) mientras que antes, por ejemplo, “estaban (...) los gremios de la comunicación. Ahora, de ahí a que vinieran [Hugo] Moyano o [Hugo] Yasky [titulares de las dos centrales obreras del país] a una charla o a firmar o fueran a un acto, era otra cosa” (Piccone E, 2011: 58-64)²⁷². Por otra parte, al modificarse las condiciones en que se daba la disputa, los que estaban “en la rosca política” desplazaron en algunas de las entidades participantes a los militantes de la comunicación (Mastrini E, 2010: 15, 63-70). En ese marco, “cuando la Coalición ya era una cosa grande” en 2008, se replantearon las discusiones sobre su institucionalización (Loreti E, 2010: 10-11), lo que implicaba, en definitiva, plantear nuevos modos de distribución del poder. Se mantuvo la decisión de la apertura, pero junto a la horizontalidad en la toma de decisiones (Busso E, 2011: 126-129).

²⁷¹ Se disputaron espacios de visibilidad como quién hablaba en un acto u ocupaba la primera fila (Busso E, 2011: 27).

²⁷² “Siempre la bancaron, ¿no? (...) Siempre estuvieron de alguna manera, pero lo cierto es que vos no veías acción de parte de ellos.” (Merchán E, 2011: 134-135)

...organizarlo suponía formar una directiva, crear una mesa responsable. Siempre nos negamos a eso. Porque nos parecía que eso era ruptura, era imposible llegar a una síntesis de una mesa de conducción que representara esa tan amplia diversidad. Si se hubiera exigido alguna forma de votación o de elección que iban a quedar más heridos que gente contenta y además por las características de la movilización que queríamos hacer, nuestro criterio no era necesario eso, no era conveniente. (Busso E, 2011: 128-129)

La Coalición desarrolló en este período una actividad inusitada en una doble dirección: para incidir directamente sobre funcionarios del Poder Ejecutivo y legisladores del Congreso de la Nación para participar en la definición del proyecto de ley que se estaba redactando y -por otra parte- para incidir en la opinión pública procurando generar consenso acerca de la necesidad de modificar la ley de radiodifusión y de hacerlo en la dirección planteada por los 21 Puntos²⁷³.

El 22 de marzo, a diez días de iniciada la protesta de las entidades agrarias, en el acto de repudio al golpe de Estado de 1976, las Madres de Plaza de Mayo que integraban la Coalición, volvieron a reclamar una nueva ley de radiodifusión para la democracia (Proyección, Julio 2008). Una semana después, la Presidenta hacía públicamente su crítica a los medios.

Para incidir sobre los agentes con capacidad de decisión en los Poderes del Estado, la Coalición desarrolló diversas acciones, entre las que podemos destacar las siguientes:

1. Desde el primer momento, integrantes de la Coalición como el entonces vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, Damián Loreti (E, 2010: 6-8, 125-127), participaron de la redacción del proyecto de ley que finalmente presentaría el gobierno nacional.
2. Fue, como dijimos, la primera organización convocada por Cristina Fernández para iniciar la ronda de consultas tendientes a consensuar un proyecto de nueva ley y, al día siguiente, el 17 de abril, se reunió con la Comisión de Comunicación e Informática de la Cámara de Diputados.
3. El 30 de abril, envió una carta a la Presidenta en la que reiteran su decisión de acompañar la voluntad política de impulsar la sanción de una nueva ley de radiodifusión. Éste fue el tercer documento público consensuado por la Coalición por una Radiodifusión Democrática.
4. El 30 de mayo organizaron el Foro Por una Comunicación al Servicio del Pueblo, al que invitaron a los diputados de los diferentes bloques para que definieran su posición sobre los 21 Puntos Básicos para una Nueva Ley de Radiodifusión y a organizaciones sociales (Glanz, 30/05/08). En este período se hicieron charlas, seminarios y otras actividades de difusión y debate dentro del Congreso en alianza con diputados como Merchán (E, 2011: 9-10, 40)²⁷⁴.

Al mismo tiempo, también desarrollaron estrategias tendientes a dar a conocer y debatir los 21 Puntos y la necesidad de una nueva ley de radiodifusión entre la población en general, al tiempo

²⁷³ “Me acuerdo cuando estaban las discusiones [sobre] si Busso confiaba en el aparato y en los Kirchner o en la movilización y en las campañas. (...) apostaba donde sabía que [tenía posibilidades de ganar].” (Mata E 2010: 232)

²⁷⁴ “[C]uántos diputados participaron en las actividades de ese 2008... nadie... nadie. Porque era enfrentarse sólo como un perro. Después en el 2009, cuando Cristina largó la convocatoria todo el mundo iba” (Merchán E, 2011: 87)

que generaban presión pública sobre el gobierno. Organizaciones integrantes de la Coalición impulsaron actividades casi diarias en universidades, gremios de trabajadores de prensa, organizaciones sociales, centros culturales y espacios públicos de las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Río Negro, Misiones, Chaco, Formosa, Salta, Tierra del Fuego, Tucumán, Neuquén, Entre Ríos, La Pampa, San Luis y Jujuy. Según el informe de la Coalición, durante 2008, se destacaron las siguientes acciones a nivel nacional:

- 1.El 15 de mayo realizaron una Radio Abierta desde Plaza de Mayo en red nacional por todas las radios de FARCO y ALER en reclamo de una nueva ley de radiodifusión. Participaron, entre otros, Hebe de Bonafini, Adolfo Pérez Esquivel, Teresa Parodi, Julio Piumato (CGT), Juan Carlos Giuliani (CTA), Pedro Lanteri (Radio La Voz de las Madres) y Busso.
- 2.El 7 de junio los sindicatos de prensa convocaron a una jornada nacional de volantes y esclarecimiento en todo el país durante el Día del Periodista.
- 3.El 27 de agosto, Día de la Radiodifusión, realizaron una nueva transmisión especial vía satélite e Internet al cumplirse 88 años de la primera transmisión de radio en Argentina y cuatro años de la presentación de los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación, en la que recordaron además que también se cumplían 28 años con la ley de radiodifusión de la dictadura militar. De este programa participó Tito Guzmán de Radio Sur de Córdoba.
- 4.El 11 de septiembre FARCO realizó una producción especial con la historia de la ley 22.285.

A partir de que el proyecto de ley de retenciones móviles que el PEN envió al Congreso fuera rechazado y se redujera el debate público sobre el proyecto de nueva ley de radiodifusión, la Coalición presionó por su reactivación. El 30 de julio, enviaron otra Carta a la Presidenta de la Nación en la que manifestaron que van a “apoyar, sostener y acompañar” el proyecto de nueva ley que ha decidido impulsar con “valentía institucional”. En la carta con las firmas de los integrantes de la Coalición encabezadas por la de Bonafini, Estela de Carlotto, Pérez Esquivel, Moyano, Yasky y FARCO, le advierten que “ya es tiempo, en esta democracia, de multiplicar voces para garantizar los derechos de todos mediante una nueva Ley de Radiodifusión”:

Entendemos que para avanzar en la línea de la redistribución de la riqueza y profundización de la democracia, que Usted ha señalado reiteradamente, urge el envío del proyecto a la brevedad para su debate parlamentario. Le reiteramos que las organizaciones sociales, sindicatos, universidades, pueblos originarios, organismos de derechos humanos que integramos la Coalición por una Radiodifusión Democrática, estamos dispuestos a apoyar, acompañar, sostener, un proyecto basado en los ‘21 puntos por el Derecho a la Comunicación’ que entregamos a Usted en la entrevista concedida en abril.

El 30 de septiembre algunas de las organizaciones integrantes de la Coalición volvieron a reclamar, en conferencia de prensa y con un documento conjunto consensuado, que se presentara el proyecto de nueva ley anunciado por el Gobierno para su debate por los distintos sectores de la sociedad y su tratamiento en el Congreso. La declaración llevó las firmas de organismos de

derechos humanos como el Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), de la sociedad civil como la Asociación por los Derechos Civiles (ADC)²⁷⁵, el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) y Poder Ciudadano, del ámbito universitario, como la Federación de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS) y del periodismo como el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) (Página/12, 1/10/08). En esta “Declaración de las organizaciones de la sociedad civil por una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual”, manifestaron su apoyo a “la puesta en marcha de un proceso de cambio” y reclamaron que “esta ley se discuta de modo abierto y participativo, para lograr el consenso social y político más amplio posible”, aunque advirtieron que esto “no puede convertirse en una excusa para la postergación indefinida de la sanción de la ley”. Recordaron los antecedentes de diferentes iniciativas y proyectos legislativos que durante los 25 años “fracasaron a la hora de su concreción”, destacaron los principios en que debía fundarse la nueva norma, las cuestiones pendientes de regulación con las que esta ley debería complementarse (acceso a la información pública, despenalización de calumnias e injurias, y distribución de la publicidad oficial²⁷⁶) y las experiencias existentes (debate de la ley nacional de educación) y las normas relativas (Corte, Congreso) a participación ciudadana y acceso a la información pública.

Esta iniciativa de Guillermo Mastrini, entonces presidente de FADECCOS, tendía a que la Coalición ampliara sus bases con la reincorporación de las ONGs que habían participado en sus inicios como ADC, CIPPEC y Poder Ciudadano (Mastrini E, 2010: 50-51) -“porque si toda esa gente hubiera estado colaborando con la idea, al menos en público, la discusión hubiera permeado mucho más” (Loreti E, 2010: 97)- y que presionara para que la sanción de la ley no se dilatará según al calendario electoral (Loreti E, 2010: 87). Sin embargo, no se logró el consenso necesario para que se publicara como documento de la CDR: “mucha gente de la Coalición no quiso ir porque tildaban de derechosas a las organizaciones” (Loreti E, 2010: 88, 95), “no están a favor del gobierno”²⁷⁷ (Mastrini E, 2020: 55-58). Esto puso nuevamente en discusión la autonomía relativa de la Coalición con respecto al Ejecutivo y los márgenes de heterogeneidad interna que se toleraban²⁷⁸. Otra vez, se impuso la opción de priorizar el alineamiento con el gobierno, aún cuando no todos sus integrantes eran oficialistas²⁷⁹.

²⁷⁵ ADC fue una de las financiadoras de la cordobesa ADCS que impulsó Infored, según vimos en el Capítulo 6.

²⁷⁶ Estos temas constituyen ejes específicos de trabajo de las ONGs firmantes. Finalmente, no fueron incluidos en la ley de servicios de comunicación audiovisual que se aprobó en 2009.

²⁷⁷ Por ejemplo, Laura Alonso, entonces directora ejecutiva de Poder Ciudadano, en 2009 asumió como diputada nacional por Ciudad de Buenos Aires por el partido Propuesta Republicana (PRO).

²⁷⁸ En términos de Panizza (2005: 721-722), se podría afirmar que se produjo una tensión entre agentes que adscribían a la tradición liberal republicana (que acentúa los derechos y deberes individuales de los ciudadanos, los derechos humanos, el Estado de Derecho, las instituciones públicas y representativas), y los de tradición populista (que privilegia a las mayorías, la voluntad popular, la identificación entre el pueblo y su líder, la movilización política y los mecanismos de participación directa) y basista (que aboga por nuevas formas de participación de las

...la Coalición había tenido, como lo demuestra la solicitada del 2005, relaciones espurias con el gobierno, pero no era que la Coalición estaba alineada orgánicamente con el gobierno. Después de ese episodio, queda claro que la Coalición queda alineada con el gobierno. A pesar de que muchos que la integran (...) no están aliados con el gobierno. (Mastrini E, 2010: 62)

...cuando Cristina anuncia que va a eso, darle solidez desde las organizaciones sociales y de derechos humanos y sindicales a un proyecto compartido no es quitarle autonomía. (...) en todas partes se discute cuál es el grado de acercamiento que hay que tener con un Estado (...) que además toma tus banderas. (...) En la medida en que no obstruya mi capacidad de funcionamiento en tanto organización, (...) apoyo. (Loreti E, 2010: 287-288)²⁸⁰

Ante la inminencia del fin de año sin que el Poder Ejecutivo hubiera enviado el proyecto de ley de radiodifusión al parlamento, el 7 de noviembre la Coalición por una Radiodifusión Democrática convocó a una Asamblea Nacional en la Plaza del Congreso. Volvieron a reclamarle a la Presidenta que cumpliera con el compromiso de presentar el proyecto, evaluaron la posibilidad de presentar un proyecto propio si la iniciativa oficial no ingresaba al Congreso y acordaron impugnar cualquier avance en la norma para la televisión digital hasta la vigencia de una nueva ley (Rega, 12/12/08). Además, decidieron reunirse con las conducciones nacionales de los partidos políticos con representación parlamentaria y continuar buscando la adhesión de ciudadanos, organizaciones, legislaturas provinciales y concejos deliberantes.

Sobre el final del período, la Coalición “llega a transformarse en referencia” (Mastrini E, 2010: 105) y los 21 Puntos alcanzan un alto nivel de aceptabilidad sobre la base de la solidez de su propuesta discursiva (“estaban bien trabajados, (...) iban en un sentido bastante claro y directo pero tampoco eran irreductibles, (...) entendían que la comunicación tiene tres maneras, (...) no decía ‘hay que cerrar todos los medios privados’”-Mastrini E, 2010: 97-98), a la posición de poder y legitimidad de quienes la enunciaron (“expresaba un reclamo legítimo de la sociedad civil de ganar espacios en el modelo de comunicación”-97); y a las condiciones sociales que permitieron su visibilidad y reconocimiento, y que aseguraron su aceptabilidad y eficacia.

organizaciones de la sociedad civil en la definición de políticas, la descentralización del poder y los mecanismos de consulta).

²⁷⁹ Barrios de Pie y Libres del Sur en 2008 se alejaban del oficialismo aunque seguirían participando de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Merchán E, 2011: 13-15; Piccone E, 2011: 69-70; Mastrini E, 2010: 108).

²⁸⁰ En 2009, la Coalición manifestaría su “independencia del gobierno” cuando presentó “propuestas de reforma” al proyecto de ley, y cuando en el acto en que el Ejecutivo reconoce su trabajo por la ley, Néstor Busso “le puso en la agenda a Cristina lo que faltaba hacer (...) el tipo siguió con el reclamo, no fue a decir gracias” (Loreti E, 2010: 289).

6.1.5. El gremio frente al campo, el gobierno, los medios y la Coalición

Durante la llamada “crisis del campo”, la polarización en las posiciones de las empresas mediáticas implicó también una mayor presión sobre los trabajadores de prensa para unificar la línea editorial. Ante la clara toma de posición de las grandes empresas de medios, se produjeron al interior de las redacciones, situaciones de presiones y censura para unificar la línea editorial, con lo cual se ponía aún más en cuestión “la hipótesis de la fisura” en los medios de comunicación de masas para publicar discursos no absolutamente acordes con su línea editorial. En Córdoba, en abril de 2008, el diario La Voz del Interior desafectó a quien fuera uno de sus columnistas durante 33 años, Enrique Lacolla, luego de que trascendiera que la dirección del matutino había rechazado publicar un artículo suyo sobre el conflicto agropecuario titulado “La sedición del campo”. El Círculo Sindical de la Prensa (CISPREN) denunció que se trataba de “un doble acto de censura e intolerancia” y un “mensaje de disciplinamiento a la Redacción”, al tiempo que sostuvo que “resulta ejemplificador acerca de cómo los trabajadores de prensa y el derecho a la información de la ciudadanía han estado entre las principales víctimas del fuego cruzado de las últimas semanas entre los dueños del Estado, los dueños del campo y los dueños de la comunicación”. La desafectación de Lacolla coincidía con la asunción del control total de la empresa CIMECO -propietaria de La Voz del Interior- por parte del Grupo Clarín que, como se dijo, “participa en forma directa en los agronegocios y cuenta en su directorio con poderosos terratenientes y empresarios del sector agropecuario”. El gremio consideró que el mensaje era “muy claro”: “no hay lugar para el disenso ideológico en los grandes medios de comunicación. Y menos en momentos en que en un conflicto se dirimen intereses propios o de sus aliados” (Prensared, 10/04/08)²⁸¹. Este caso, como veremos más adelante, fue discutido dentro de la COMIPREN, especialmente entre oficialistas y opositores del gremio de prensa.

CTA, FETRACCOM y los gremios que las integran como el CISPREN, mantuvieron su adhesión a la propuesta de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. El apoyo no dejó de ser crítico: recordaron la política de comunicación de signo contrario desarrollada durante el gobierno de Néstor Kirchner y cuestionaron el creciente alineamiento de la Coalición con el gobierno nacional: “Hoy el cuestionamiento de los medios se está utilizando para blanco o negro con el Gobierno nacional. Eso es bastardear la discusión. (...) estamos perdiendo una gran oportunidad para meter discusiones a fondo” (Dreizik E, 2010: 17). También formularon objeciones a la propuesta de proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual, como la

²⁸¹ Durante el debate del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual entre marzo y octubre de 2009, se sucedieron casos como el de Lacolla, por lo que se intensificó la discusión sobre la “libertad de conciencia” de los trabajadores de los medios (Ver comunicado de FOPEA, 31/08/09; Muracciole citado por Ludueña, 2010: 274).

no inclusión de los trabajadores de la comunicación: “que no hable del sujeto de la actividad sigue siendo un prejuicio academicista” (Giuliani E, 2010: 37)²⁸². No obstante, destacaron que el anteproyecto que estaba elaborando el gobierno sobre la base de lo impulsado por la Coalición, implicaría la posibilidad de creación de mayor cantidad de puestos de trabajo y generaría mejores condiciones para luchar contra la precarización laboral²⁸³ (Giuliani E, 2010: 40-42).

De todos modos, a fines de 2008, la CTA tenía pocas expectativas en que el Ejecutivo concretara el envío del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual al Congreso.

¿Alguien piensa seriamente que el año próximo, de neto corte electoral, el Gobierno va a presentar un proyecto semejante que irrite a los zares de la comunicación? (...) ¿es razonable pensar que el Gobierno va a pasar a la acción para enfrentar al Grupo Clarín y al resto del oligopolio informativo en medio de una campaña electoral? (...) Con esta nueva claudicación, el Gobierno ha vuelto a defraudar las expectativas populares de avanzar hacia un nuevo modelo de comunicación de masas. (Giuliani, 19/12/08)²⁸⁴

En los sindicatos alineados con la CTA, ese año comenzó a perfilarse un debate entre quienes tomaban posiciones de apoyo o de crítica al Gobierno nacional frente a los actores sociales, políticos y económicos que se opusieran a sus políticas. En el CISPREN, también se registraron reposicionamientos de los integrantes de la Comisión Directiva frente a las protestas de las entidades agrarias, las reacciones de las empresas periodísticas y las iniciativas gubernamentales.

Los dirigentes más encumbrados (...) estaban más orgánicos con la posición de Víctor De Genaro, Claudio Lozano, Pino Solanas (...) una posición más crítica hacia el gobierno que hacia la Mesa de Enlace. (...) los más jóvenes (...) el [Secretario] Gremial, el de Cultura y el de Prensa: ‘oligarquía, golpistas’ (...) una opinión muy crítica hacia al campo, más cercana al gobierno nacional. (...) más acorde a la de Yasky en CTA. (Oliva E, 2008: 146)

En diciembre de 2008, asumió la nueva conducción del CISPREN que, si bien era continuidad de la anterior, tenía algunos cambios. Según la descripción antedicha, se habría homogeneizado: se fueron algunos de los críticos con la posición de la conducción.

...cuando la Presidenta en mayo puteó contra la prensa. Hasta organizaciones de prensa como FOPEA, pero básicamente todos los medios, salieron a putear a la Presidenta. Entonces yo quería sacar un comunicado de CISPREN donde denunciáramos a la prensa hegemónica (...) y lo que estaba haciendo, que estaba manipulando periodistas. (...) La Comisión Directiva no estuvo de acuerdo. (De Pascuale E, 2009: 167)

Estas diferencias dentro del CISPREN fueron, como veremos enseguida, uno de los factores que incidió en la convocatoria de Carta Abierta-Córdoba.

²⁸² La entrevista fue realizada después de la sanción de la nueva Ley de Comunicación Audiovisual. Sin embargo, la apreciación vale también para la Propuesta de Proyecto de Ley que fuera presentada en marzo de ese año.

²⁸³ Efectivamente, el artículo 87 de la Propuesta de Proyecto de LSCA establece como requisito para acceder a incentivos a la producción, el cumplimiento de la normativa laboral y previsional y el 25 exige que los nuevos actores en comunicaciones audiovisuales respeten las incumbencias y encuadramientos profesionales de los trabajadores. Además, disposiciones tales como el establecimiento de la multiplicidad de actores que pueden ser titulares de licencias, los límites a la concentración, la desagregación entre prestadores de servicios y productores de señales, y las cuotas de producción local, traerían aparejadas un mayor requerimiento de trabajadores del sector.

²⁸⁴ “Yo hice un documento (...) diciendo todo lo contrario. (...) ‘Esto sigue vivo’ (...). Ahí ya había varios compañeros que [decían] ‘Esto no va, no pasa nada, la Coalición fracasó’”. (Busso E, 2011: 120-121)

6.1.6. Carta Abierta y lo comunicacional

En este período, dirigentes y organizaciones sociales alineadas con el oficialismo sumaron voces públicas en reclamo de la reforma de la ley de radiodifusión. El gobierno, los dirigentes y organizaciones sociales afines impulsaban actos, movilizaciones y declaraciones públicas tendientes también a instalar y debatir el tema en la agenda pública (mediática y social).

Además, durante el *lock out* agrario nació en Buenos Aires -y luego también en varias provincias argentinas- Carta Abierta, un grupo de intelectuales, periodistas, escritores, artistas, docentes, cineastas y profesionales, entre los que se destacaban Horacio González, Nicolás Casullo, Ricardo Forster y Horacio Verbitsky (Página/12, 4/06/08). Según su definición, Carta Abierta expresaba “la resistencia a los ataques contra la democracia y las acciones de una nueva avanzada conservadora”. En su presentación el 13 de mayo, sostuvieron que constituían ese espacio “en defensa de un Gobierno democrático popular amenazado, preservando la libertad de crítica” y para debatir “sobre asuntos prioritarios” de la agenda nacional (Página/12, 14/05/08). En su primera carta sintetizaron posiciones en torno a una agenda amplia, en la que analizaron el conflicto agrario y criticaron el papel de los “medios masivos de comunicación concentrados”:

...gestan la distorsión de lo que ocurre, difunden el prejuicio y el racismo más silvestre y espontáneo, sin la responsabilidad por explicar, por informar adecuadamente (...) conformadores de una conciencia colectiva reactiva (...) Alimentan una opinión pública de perfil antipolítica (...) La reacción de los grandes medios ante el Observatorio de la discriminación en radio y televisión muestra a las claras un desprecio fundamental por el debate público y la efectiva libertad de información. (Carta Abierta/1)

La segunda carta, publicada el 4 de junio y firmada por 1500 intelectuales, analizó los medios y las políticas de comunicación, y destacó la necesidad de reformar la ley de radiodifusión sobre la base de: “garantizar el pluralismo, la diversidad y el derecho a la información y la comunicación como derecho humano”, “poner límites a la concentración”, considerar “el rol del Estado como regulador, árbitro y emisor de características públicas y no gubernamentales”, “proteger las producciones locales y nacionales”, “garantizar la existencia de tres franjas de radiodifusores: privados con y sin fines de lucro (...) y estatales”, bregar por “que el acceso a las señales de radiodifusión” sea un derecho efectivo “por la cantidad de medios” y “por el manejo de exclusividades en derechos de exhibición de contenidos de evidente interés público y repercusión social”, pugnar por que las organizaciones sociales, provincias y universidades “tengan participación en las instancias de decisión” y “que los mecanismos de asignación sean transparentes y sujetos al escrutinio público”. Aunque reconoció que el gobierno precedente favoreció la concentración mediática e ignoró los 21 Puntos “a cambio de apoyos tácticos”,

consideró que “cabe ahora abrir un cuidadoso crédito a la esperanza y de pleno apoyo” a un gobierno que se había comprometido a avanzar en esta materia.

Nada garantiza que cinco minutos antes de la hora no opte por una legislación lavada, que deje sustancialmente las cosas como están (...) Pero lo cierto es que nunca como en la actual coyuntura el problema comunicacional se ha debatido tanto, y tan coincidentemente en apoyo de una nueva legislación democratizadora (...) Existen circunstancias en la vida de una nación en que los dirigentes comprenden la pequeñez del puro cortoplacismo. Ojalá ésta sea una de ellas. (Carta Abierta/2)

En Córdoba, Carta Abierta fue impulsada por comunicadores sociales y periodistas movilizadas frente al posicionamiento de los medios de comunicación de masas ante el conflicto.

...empezamos a juntarnos con un grupo de amigos y colegas periodistas (...) ‘Es una vergüenza que el gremio a esta altura no se haya pronunciado (...) que como periodistas no hagamos algo (...) ¿Qué quiere decir? ¿Qué todos pensamos igual que La Voz del Interior o que Cadena 3?’ (...) Y ahí nació. (...) La voz más disonante en ese momento, más atractiva, más nueva, era Carta Abierta en Buenos Aires (Morán E, 2009: 2)

...cuando sacamos el primer comunicado que recibió setecientas y pico de adhesiones, había 45 periodistas (...) varios de La Voz del Interior que siguen trabajando al día de hoy en La Voz del Interior. (De Pascuale E, 2009: 173)

La primera Carta Abierta Córdoba fue fechada el 25 de julio de 2008 y poco después realizaron la primera reunión presencial para su lectura. Allí sostuvieron que apoyarían críticamente al gobierno nacional en la medida en que impulse políticas que tiendan a una mejor redistribución de la riqueza y habilite la igualdad de oportunidades para todos. Manifestaron su adhesión “a las iniciativas que existen para que este año el Congreso trate una nueva Ley de Radiodifusión que posibilite una verdadera pluralidad de voces, con la creación y el respaldo económico a nuevos medios de comunicación públicos y sociales”²⁸⁵.

Entre los impulsores de Carta Abierta Córdoba había dirigentes y militantes del CISPREN, ex miembros del equipo de las revistas *La Intemperie* y *La Orilla* –en cuyas disputas acerca de la definición del perfil valioso en el campo, construyeron las figuras del intelectual y el periodista comprometidos que procuraban incidir con sus ideas públicamente- comunicadores de radios comunitarias y docentes e investigadores universitarios. Las trayectorias de sus adherentes le imprimieron un estilo diferente del de Carta Abierta Buenos Aires: “Carta Abierta Córdoba tiene un lenguaje mucho más llano, mucho más periodístico si se quiere” (Morán E, 2009: 3).

La Comisión de Medios Sociales y Públicos de Carta Abierta Córdoba no tuvo el peso propio que tenía en Carta Abierta Buenos Aires, porque actuó siempre en coordinación con la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba que había comenzado a funcionar poco antes: “nos pusimos a la cola de eso” (Morán E, 2009: 10). Fue presidida por Mario Farías, director de Radio

²⁸⁵ El énfasis puesto en los recursos necesarios para hacer efectiva la multiplicación de medios públicos y sociales, no aparece en Carta Abierta Buenos Aires. Los comunicadores impulsores de Carta Abierta Córdoba provienen del gremio de prensa, revistas independientes y radios comunitarias.

Sur, vicepresidente de FARCO e integrante de la Coalición por una Radiodifusión para la Democracia (Farías y Gerbaldo E, 2008: 170-175).

6.1.7. Las universidades en la Coalición, observatorios, RENAU y TV Pública

Los académicos del área de estudios de la comunicación también tuvieron un inusitado protagonismo en el debate de las nuevas políticas públicas de comunicación. Como ya se señaló, tuvieron un rol central tanto en la Coalición por una Radiodifusión Democrática, cuya propuesta de 21 Puntos fue tomada como base del proyecto de nueva ley de radiodifusión que el Poder Ejecutivo Nacional envió al Congreso, como en la redacción de ese proyecto²⁸⁶.

Fue una declaración de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA lo que fue tomado por el PEN como excusa para relanzar el Observatorio de Medios del INADI e instalar el debate sobre los medios en la agenda pública. Dos días después de que la Presidenta criticara públicamente el tratamiento que los medios de comunicación hicieron del conflicto agropecuario, el 3 de abril, se publicó una declaración que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA había votado dos días antes cuestionando la cobertura mediática de la protesta de las entidades rurales por “sus contenidos clasistas y racistas, y por la supina ignorancia que revelan” y por la falta notoria “de contrastes en las posiciones dadas a conocer en los medios sobre las medidas de las cuatro entidades que las convocaron, así como sobre sus causas y consecuencias”. Planteaba la necesidad de una ley de radiodifusión “que garantice los derechos del público a acceder a una información plural lo que conlleva la existencia de medidas tendientes a controlar los procesos de concentración mediática y de maniobras de monopolio informativo” (Cecchi, 3/04/08).

Asimismo, el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales, cuya carrera con mayor cantidad de alumnos es Ciencias de la Comunicación y cuyo vicedecano, Damián Loreti, había dirigido esa carrera e integraba la Coalición por una Radiodifusión Democrática, exhortó al COMFER, el INADI y el Consejo de la Mujer a poner en funcionamiento el Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión. Luego, la presidenta se reunió con el decano y el vicedecano de esa facultad (Loreti E, 2010: 177-178) y convocó a las universidades públicas del país a participar del observatorio. Sin embargo, las universidades nunca llegaron a integrar orgánicamente esta entidad. Para entonces, según expusimos en los capítulos 4 y 5, también funcionaban en la Argentina los observatorios de la Unión de Trabajadores de la Prensa de Buenos Aires (UTPBA) y de la COMIPREN, y había actuado la veeduría en la Escuela de Ciencias de la Información (ECI) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Ese año,

²⁸⁶ Luego, la mayoría de los 24 Foros Participativos de Consulta Pública realizados entre marzo y julio de 2009 en todo el país, tuvieron como sedes a las universidades públicas, entre ellas, la UNC (Baranchuk, 2010: 4).

además, la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP lanzó el Observatorio de Medios de la Argentina, alguno de cuyos informes citamos antes.

Los académicos del campo comunicacional también venían incidiendo, a través de la RENAU, en los Encuentros Nacionales de Televisión Pública impulsados por el Sistema Nacional de Medios Públicos, aún cuando la mayoría de los canales públicos del país no eran universitarios²⁸⁷ (Díaz E, 2008: 48-51). El 29 y 30 de mayo de 2008 el Segundo Encuentro Nacional de Medios Públicos fue organizado por la UNC y los Servicios de Radio y Televisión (SRT) en Córdoba²⁸⁸ (UNC, 2008). En estos encuentros participaron todos los canales públicos del país, excepto los de San Luis y Ciudad de Buenos Aires (Quiroga E, 2009: 5). En el Encuentro realizado en Córdoba surgió la propuesta de crear un Consejo Federal de Televisión Pública²⁸⁹ en el que también participaron los representantes de las universidades que producen contenidos audiovisuales a través de la RENAU como miembros adherentes (con voz y sin voto). “A partir de la creación del Consejo Federal, el tema de la televisión pública y de los canales de televisión pública fue tomando mayor auge” (Quiroga E, 2009: 10; Lazzaro E, 2011: 29-30, 33).

Las dos asociaciones de carreras de Comunicación Social del país, FADECCOS y Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina (RedCom) apoyaron explícitamente la Iniciativa Ciudadana por una Ley de Radiodifusión para la Democracia. Los debates sobre la necesidad de una nueva norma repercutieron en las universidades, cuyos órganos representativos declararon su adhesión institucional a una nueva ley que se base en los 21 Puntos propuestos por la Coalición por una Radiodifusión Democrática. El primer Consejo Superior de una universidad en hacerlo, fue el de la UNC el 2 de junio de 2008, una semana después del Segundo Encuentro de Televisión Pública (Quiroga E, 2009: 26)²⁹⁰.

6.1.8. Los públicos: ¿el inicio de la desnaturalización?

Sin embargo, a pesar de la movilización gubernamental y de las organizaciones sociales, y de las notas aparecidas en los medios de comunicación de masas, no se registraba aún a fines de 2008 que la población en general estuviera al corriente de lo que estaba en juego en los debates

²⁸⁷ Sólo Canal 10 de Córdoba es “puramente universitario”. El 10 de Tucumán es “mitad de la universidad y mitad de la Provincia”, el de Ciudad de Buenos Aires es municipal y los demás son provinciales (Quiroga E, 2009: 5).

²⁸⁸ El cuarto encuentro se hizo ese mismo año en La Pampa organizado por el canal, y el quinto a principios del 2009 en Tucumán organizado por Canal 10 de esa provincia y la Universidad Nacional de Tucumán.

²⁸⁹ El Consejo Federal se conformaría en el Sexto Encuentro de Televisión Pública realizado en El Calafate en 2009.

²⁹⁰ En la publicación de los 21 Puntos realizada en 2008 en formato tabloide, figuran como adherentes las siguientes instituciones académicas: Universidad Nacional de Entre Ríos; carreras de Ciencias de la Comunicación y Sociología, y cátedra Cultura de Paz y Derechos Humanos de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA; Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario; Escuelas de Ciencias de la Información (ECI) y de Trabajo Social, y Facultades de Derecho, Ciencias Económicas y Filosofía de la UNC. Adhirió también la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

sobre políticas de comunicación. “¿Por qué no encaja, por qué no se amplía el debate, por qué la sociedad se siente ajena al debate de una nueva ley de radiodifusión?” (Gardella, 13/11/08). Se atribuía ese desinterés acerca de la estructuración del sistema mediático y de la posibilidad de su transformación a la falta de difusión y debate del tema en los mismos medios que ya mencionamos, a las otras problemáticas económicas y políticas de coyuntura que concitaban la atención de las mayorías y a que “[e]s un tema al que pueden dedicarse quienes tienen resuelto con alguna comodidad las urgencias coyunturales”²⁹¹ (Aliverti, 23/03/09).

En síntesis, se sale con dos o tres goles abajo, desde el vestuario, por la enormidad de una correlación de fuerzas desfavorable, en la que se conjugan el poder de una prensa virtualmente monopólica con la flaquísima percepción social acerca de que los medios de masas son decisivos en la determinación de cómo se vive, de qué se consume, de cómo se piensa, de qué se actúa. Y todo esto, sin contar siquiera como hipotético que el oficialismo, más allá de que la propuesta está muy bien elaborada, no esté dispuesto a que la ley pueda ser usada como prenda de cambio para favores electorales. (Aliverti, 23/03/09)

En Córdoba, “[e]l escaso tratamiento periodístico brindado a esta temática, cuando se estaban produciendo múltiples actividades, proyectos y debates tanto a nivel del gobierno como de la sociedad civil, muestra que los ciudadanos tuvieron pocas oportunidades para informarse acerca de ello” (Mata, Segura y Carro, 2008). Esto permitía suponer “un escaso conocimiento de la problemática referida a la Ley de Radiodifusión por parte de la población cordobesa” (14). Se advertía también que “esta temática no suscitó el interés del público por brindar su opinión” (16).

Cabe suponer que a medida que las empresas mediáticas fueron dando el debate sobre la estructuración del sistema mediático en sus emisiones y publicaciones, crecientes sectores de la población comenzaron a desnaturalizar el sistema de medios. Además, “la confrontación (...) con presidentes que gozan de una altísima popularidad ha contribuido a ponerlos en cuestión por primera vez desde el inicio de la última ola de democracia en América Latina” (Natanson, 2010: 21). Si esto efectivamente fue así, podría considerarse uno de los mayores logros de este proceso.

6.2. Las disputas por lo decible. Barajar y dar de nuevo

Luego de haber abordado, a nivel del contexto, cuáles fueron las condiciones del proceso social global que constituyeron parte del espacio de posibles de las prácticas analizadas en el sistema de relaciones de la comunicación mediática en Córdoba entre marzo de 2008 y marzo de 2009 y cuáles, los intereses generales y las opciones imputables a los sectores o grupos sociales

²⁹¹ Esta afirmación fue puesta en cuestión por los sucesos desarrollados durante 2009 y es relativizado por estudios que constatan que la población en general, las organizaciones sociales de base y los jóvenes, enuncian importantes críticas a los medios que sin embargo no dejan de consumir (Mata y otros, 2006; 2007c; 2009).

que participaban de este campo, en esta sección analizaremos cuáles son las características específicas de las prácticas producidas por los agentes colectivos de la sociedad civil cordobesa en cuyos discursos puede leerse un pretensión de democratizar las comunicaciones en ese período.

Ese año, las prácticas analizadas emergen frente a las variaciones en las tomas de posición de sus potenciales aliados y oponentes. El Estado se había consolidado institucionalmente y una gestión contingente de gobierno que había prometido reformar la ley de radiodifusión, cuya política de comunicación tendía a privilegiar instancias de “comunicación directa” sin la intermediación de los periodistas, cuyos funcionarios de segunda línea del área de comunicación –y organizaciones sociales aliadas como los organismos de derechos humanos- participaban de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, que enfrentó un conflicto con productores agrarios y con los medios de comunicación de masas de propiedad privada que cuestionaban su representatividad, por lo que necesitó también establecer nuevas alianzas para fortalecer su legitimidad. Además, una amplia alianza de organizaciones sociales con legitimidad social y autoridad para hablar del tema (la Coalición) formuló una propuesta aceptable basada en valores socialmente inobjectables en la Argentina de la época –incluso entre los opositores al proyecto de ley presentado por el Gobierno- y logró mantener su funcionamiento, articulación y consenso en el tiempo. A esto se sumó el hecho de que las empresas mediáticas se encontraban en una situación de relativa fragilidad por la amenaza del probable avance de las más poderosas empresas transnacionales de telefonía como competidoras en la prestación de servicios convergentes. En estas condiciones, en 2008 emergió la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba que impulsó la propuesta de mayor radicalidad de las consideradas en esta tesis en términos de su pretensión de reforma del sistema comunicacional global: lo que hemos denominado el modelo público de comunicación en versión proactiva. Persistieron además los medios con estrategias alternativistas que existían en la etapa anterior. Los que habían surgido en 2001-2003 (Prensared, Comercio y Justicia, y Radio Revés) integraron la Coalición-Córdoba, mientras que los que habían emergido en 2003-2008 (Indymedia Córdoba y Sosperiodista), privilegiaron su apuesta alternativista. En tanto, desapareció la alianza que impulsaba el modelo público en versión defensiva (COMIPREN) y sus integrantes también confluyeron en la Coalición-Córdoba.

6.2.1. Reposicionamientos de los alternativistas

Los medios alternativos y el cooperativo que habían surgido durante 2001-2002 y que continuaron funcionando son los que pertenecían a instituciones consolidadas y que habían subsistido durante los años siguientes: Radio Revés en la ECI-UNC, el diario Comercio y Justicia

en la Cooperativa homónima y Prensared en el CISPREN. También siguieron en actividad los dos medios digitales participativos que emergieron en los tiempos de reconstitución del Estado entre 2003 y 2008: Indymedia Córdoba y Sosperiodista. En 2008-2009, la política del gobierno nacional de impulsar el debate sobre las reglas de juego y la estructuración del sistema comunicacional forzó a tomar posición a los agentes participantes.

En tiempos de una gran disputa simbólica –que es claramente una batalla política- una comunicación que se considere ‘la otra’, puede autoexcluirse del escenario político donde se dirime una de las cuestiones de fondo: quién está habilitado a producir el relato de la realidad social que vivimos todos los días. Puede quedar fuera de la cancha donde se juega el partido de la realidad todos los días, expresando su bronca desde la tribuna pero sin la posibilidad de ponerse la camiseta y salir a jugar. (Jaimes, 25/08/10)

6.2.2.1. De lo alternativo a lo público

En la etapa 2008-2009, Radio Revés, Comercio y Justicia, y Prensared adhirieron a la Coalición por una Radiodifusión Democrática a nivel nacional por medio de las instituciones a las que pertenecen, y participaron activamente de la CRD en Córdoba para apoyar la elaboración del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual en base a los 21 Puntos por el Derecho a la Comunicación que el Ejecutivo Nacional estaba preparando, generar adhesión a la Iniciativa Ciudadana por una Ley de Radiodifusión para la Democracia por parte de actores políticos con capacidad de decisión e incidencia, y para hacerla conocer por la población. De este modo, las estrategias desarrolladas por estas instituciones pasaron del énfasis en el modelo alternativo de comunicación cuando las condiciones de posibilidad para la formulación de estrategias más radicales eran restrictivas²⁹²; al modelo público basado en la noción de la comunicación como derecho humano, bien social y, por lo tanto, servicio público independiente del tipo de prestador y regulado por el Estado, cuando el espacio de posibles para la formulación de propuestas de reforma del sistema comunicacional se amplía. Se pone de manifiesto así la “orientación pública” de las experiencias alternativas que, siguiendo a Fraser (1997), habíamos postulado.

Sostuvimos que los medios alternativos constituían una estrategia de “retiro y reagrupamiento”, pero también de “entrenamiento” para luego volver a disputar en la esfera pública “oficial” con actividades dirigidas a públicos más amplios (Fraser, 1997: 17). Esto suponía la confrontación con otros por la redefinición de qué tópicos eran considerados públicos, quiénes los sujetos autorizados para hablar y cuáles las modalidades expresivas y las condiciones estructurales de propiedad de los medios, aceptadas. Estas iniciativas, en la medida en que surgieron como respuesta a exclusiones comunicacionales, contribuyeron a ampliar los límites de

²⁹² “El estatus de lo público ha sido y es un tópico central del movimiento de radios comunitarias y cooperativas que sostienen que, sobre todo allí donde no hay representación del Estado, ellos construyen lo público” (Becerra, 2010). Cabría extender esta afirmación a los medios alternativos surgidos en momentos de crisis institucional del Estado.

la confrontación discursiva (116). La articulación entre “semejantes” que impulsa causas particulares tiene “orientación pública” en tanto pretende trascender lo particular hacia lo “común y general” (Rabotnikoff, 1997: 17) por medio de alianzas con “otros diferentes” y propone “representar intereses de las mayorías sociales” (Jaimes, 25/08/10).

Además, luego de haber superado las crisis del período anterior en los tres casos encontraron modelos de organización institucional que integraban –de algún modo- las opciones en pugna, y consolidaron las articulaciones con otros actores del sector social y del sector público como recurso para mantener o mejorar sus posiciones de poder relativo. Estos procesos particulares de cada medio, pusieron de manifiesto también algunos rasgos propios de este período: el Estado como aliado, el desarrollo productivo y la exploración de nuevas alianzas de agentes colectivos del sector social y estatal de menor peso para hacer frente con mayores probabilidades de éxito al mayor poder relativo de los grandes grupos de medios. Además, mostraron también las trayectorias convergentes de agentes que participaron de otras experiencias aquí consideradas.

Los integrantes de Radio Revés sostuvieron que en la ECI eran “la agrupación estudiantil de más militantes” con “fuertes avales de las organizaciones sociales” (Debanne y Puig E, 2008: 353-367). Comercio y Justicia apostó al desarrollo empresarial adecuado a la convergencia tecnológica, respetando el modo de organización interno según los valores cooperativos. Impulsó, asimismo, alianzas con otras empresas de medios, tanto cooperativas como pequeñas y medianas (es miembro de DyPRA-Diarios y Periódicos Regionales de la Argentina, y de FADICRA-Federación Asociativa de Diarios Cooperativos de la República Argentina), además de trabajar con entes estatales como el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y el Instituto Nacional de Economía Social (INAES) (Mirad E, 2009: 84-103). Prensared se consolidó como agencia de noticias del CISPREN aún cuando continuó privilegiando los vínculos con otros medios y organizaciones sociales afines, con los cuales compartía también otros espacios de alianza como la COMIPREN, FETRACCOM y CTA. “Muchos compañeros se acostumbraron a esa doble finalidad. (...) más que la página, como articulación política (...) también con otros medios dentro de lo que es el amplio mundo de lo alternativo” (Oliva E, 2008: 125).

6.2.2.2. Lo alternativo que permanece como alternativa

Indymedia Córdoba y Sosperiodista, surgidos cuando el Estado se reconstituía como regulador de lo social, por razones diferentes no participaron de la Coalición por una Radiodifusión Democrática y mantuvieron su carecer alternativo²⁹³.

²⁹³ En los años 70, se registró una tensión similar “entre los criterios estatistas y la alternatividad”. “[E]n esa idea de lo alternativo –que puede sonar en algunos casos como el desarmado de los grandes aparatos, porque también se

No obstante, Indymedia Córdoba, en consonancia con la Red Nacional de Medios Alternativos, mantuvo una actitud de apoyo crítico a la propuesta de proyecto de ley y al proceso de debate de ese proyecto. Incluso, Comunicadores Solidarios, el colectivo que produjo Indymedia Córdoba, adhirió a la propuesta de 21 Puntos por el Derecho a la Comunicación.

Nunca fuimos parte de la Coalición pero siempre manifestamos nuestro apoyo a la modificación de la ley. La Red Nacional de Medios Alternativos (...) planteó que en el proyecto de ley había errores sustanciales porque no se reconoce la existencia de los medios alternativos que no somos ONG ni somos sindicato. Pero no dieron lugar a la inclusión de la figura. De todos modos, de la mano de la forma no voy a definir contenidos. Esas formas de construcción nos son ajenas. También creemos que fue un error oponer a la hegemonía de Clarín el aparato kirchnerista. Si bien no nos opusimos a la ley, en un escenario de polarización, nuestra posición quedaba en oposición. Los transistores los hicimos con plata de nuestro bolsillo, sin el gobierno y sin Clarín. Si la ley de la dictadura no nos frenó, esta ley no nos va a parar tampoco. Vimos que era un buen momento para dar el debate y para abrir cuestiones, pero tuvo sus límites. Ya habrá otros momentos. (Fernández E, 2010: 249)

Quienes, entre los impulsores de medios alternativos, adoptaron el posicionamiento de asumir el modelo impulsado por la Coalición por una Radiodifusión Democrática, se diferenciaban de esta toma de posición por su apuesta a alcanzar a nuevos públicos y a articular con el Estado:

...muchas de estas experiencias (...) no han logrado superar las fronteras de los circuitos marginales, es decir, aquellos espacios de circulación de la información y la comunicación que se restringen a los 'ya convencidos' (...). Durante mucho tiempo, además, las experiencias de comunicación alternativa se han posicionado en la vereda de enfrente del Estado, caracterizando a éste como (...) un actor que tiene como fin reproducir el sistema capitalista (...) sin grietas ni resquicios. (Jaimes, 25/08/2010)

Además, en este período, Indymedia Córdoba se consolidó como colectivo y también construyó articulaciones con movimientos, organizaciones y medios de la provincia que le permitieron mejorar su posición de poder relativo en vistas a garantizar el desarrollo de su trabajo. Además, acumuló los recursos técnicos necesarios para su funcionamiento y el sitio creció en publicaciones y visitas (Fernández E, 2008: 138-158).

Sosperiodista, en cambio, asumió con respecto al debate de la nueva ley una postura equidistante y no militante, a la manera de los medios periodísticos tradicionales. Fue así el único de los medios y organizaciones analizados en esta tesis, que no adhirió a los 21 Puntos. Esto puede vincularse con sus pretensiones de constituirse en negocio comercial privado, además de que la norma no los incluía en la medida que desarrollaban producción gráfica vía Internet²⁹⁴. En esta etapa, Sosperiodista fue reconocido por periodistas profesionales, funcionarios, empresarios, integrantes de ONGs e incluso lectores, como un nuevo medio de información, y logró un importante nivel promedio de visitas (Albera y Reineri, 2008: 222-327). De todos modos, como analizamos en el Capítulo 5, encontraron dificultades a la hora de generar una “nueva agenda” de

piensa lo alternativo como lo más pequeño, lo de base- hay un cierto conflicto con las Políticas Nacionales [de Comunicación] que son, en última instancia, las de los grandes aparatos.” (Schmucler, 1997: 16-17)

²⁹⁴ De hecho, en noviembre de 2008, encararon también otro emprendimiento de periódico mensual de distribución gratuita en los barrios de la zona sur de la ciudad de Córdoba, en el que replicaban notas de Sosperiodista.

temas y modos de tratamiento a partir –exclusivamente- del cambio de emisores profesionales por aficionados; y el modelo de negocios tampoco funcionó como esperaban.

6.2.2. De la defensa a la propuesta

En este período, las experiencias que impulsaban en Córdoba estrategias de comunicación pública en versión defensiva, se desarticulaban. Los observatorios, veedurías y entidades de seguimiento, control y denuncia de violaciones de derechos, que surgieron en contextos en que se mantenían las restricciones para una propuesta de ruptura de las reglas de juego del sistema comunicacional, pusieron de manifiesto sus limitaciones. “El impacto de los observatorios en la transformación de las lógicas de producción de los medios y las políticas públicas es bajo, por no decir inexistente” (Rincón E, 2010: 6-7). Estas opciones fueron posibles –y hasta necesarias- en condiciones de resistencia y reacción. En estos años, ante el cambio de las condiciones contextuales, se redobló la apuesta: sobre la base de similares fundamentos, se realizaron propuestas de reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional; se mantuvo también la articulación entre actores diversos y plurales de la sociedad civil y de entidades estatales, y se reprodujo asimismo la práctica de construir una demanda consensuada. Estas acciones implicaron ampliar el espacio de posibles para llevar adelante otras acciones conjuntas.

6.2.2.1. Desaparecen la COMIPREN y el Observatorio

La COMIPREN siguió funcionando hasta principios de 2009. Durante el período que estamos considerando, la única actividad desarrollada fue un nuevo estudio del Observatorio Ciudadano de Medios: la observación sobre el debate de la ley de radiodifusión cuyos resultados fueron antes comentados. Este estudio se concluyó pero no llegó a publicarse.

Además, en ese período, los posicionamientos de oficialistas y opositores en la disputa gremial interna que –como ya señalamos- habían estallado durante “la crisis del campo”, repercutieron en la COMIPREN frente al despido de Lacolla, prestigioso periodista del diario La Voz del Interior. En el debate, se actualizaron los ejes de discusión del caso Nudler-Página/12 en la Asociación Periodistas, al que hicimos referencia en el Capítulo 5.

...ellos no creen que la censura la ejercen las empresas y el caso de Lacolla los interpela. (...) Muchos compañeros que están en la lista opositora (...) la COMIPREN puede correr el riesgo de convertirse en eso [en una comisión de notables], pero desde sus inicios (...) es otra cosa, es justamente abrir el juego a la sociedad civil y a otros actores, que no se resuelve entre las figuras del periodismo. A determinados casos los hemos abordado desde (...) los compromisos de algunos con sus propias empresas (...) el conflicto del campo hace que la COMIPREN recupere claridad en cuanto a sus fines. El nivel de manipulación que hubo es infernal. (...) esto no lo podés resistir desde tu condición de periodista organizado en el

CISPREN o en la Asociación Periodistas. Tenés que salir a rodearte de otros actores. (Oliva E, 2008: 7-9, 78-80)

La negativa del CISPREN a avalar el informe final del segundo trabajo del Observatorio Ciudadano de Medios en vista de su publicación, luego de haber aprobado hasta ese momento el trabajo realizado y los acuerdos formulados para llevarlo a cabo, desencadenó la renuncia del equipo ejecutor del Observatorio y luego también la disolución de facto de la COMIPREN después de realizar sólo una reunión más a principios de 2009. Para entonces, ya se habían modificado algunas condiciones y posiciones de los integrantes de la COMIPREN que podrían vincularse con este desenlace. En 2008, se había presentado a las elecciones por la conducción del gremio una lista única nuevamente luego de doce años. Sin haber dejado de tener oposición interna, se consolidó así la posición de mayor poder relativo del oficialismo en la institución. En este marco, la COMIPREN aparecía incluso como una potencial “caja de resonancia” o espacio de difusión de los conflictos internos del gremio (Dreizik E, 2010: 114-115). A nivel provincial, el CISPREN había abandonado el MPSOL y el FCyS para impulsar a nivel nacional la Constituyente Social junto con la CTA a partir de 2006 (Giuliani E, 2010: 93-124). Además, el FCyS había perdido la gobernación en las elecciones de 2007 sospechadas de “fraude electoral”. A nivel nacional, como ya vimos, el *lock out* agrario dividió aguas dentro del gremio, por lo que frente a la discusión impulsada en ese marco por el Poder Ejecutivo acerca de la reforma de la ley de radiodifusión, si bien apoyaron el cambio, mantuvieron distancia crítica con respecto al gobierno y a su propuesta. Además, la COMIPREN no contaba –a diferencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática- con una “voluntad política muy fuerte” de un sector y de dirigentes “que dijer[a]n ésta es la causa y somos militantes de esta causa para ganar y tener poder” (Mata E, 2010: 216). “El asunto es encontrar el grupo madre. (...) un grupo de gente que esté con ganas de trabajar cosas hasta por el absurdo. (...) Cuesta llevar adelante el proyecto. Hay muchos veedores y calificadores, pero pocos operadores” (Rodríguez Villafañe E, 2008: 115).

6.2.2.2. Se construye la Coalición-Córdoba

En 2008, ante la iniciativa gubernamental de modificar la ley de radiodifusión y para poder impulsar en Córdoba los acuerdos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática a nivel nacional²⁹⁵, se conformó la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba.

Hasta entonces, los actores locales que participaban y adherían a la CRD nacional, habían estado desarrollando actividades de manera individual o en articulaciones coyunturales para

²⁹⁵ En Córdoba no se impulsaron iniciativas vinculadas estrictamente a la realidad local. Esto se hizo más evidente a partir de la promulgación de la ley cuando, por ejemplo, ya se podía intentar incidir en la elección de representantes provinciales en los nuevos órganos reguladores y de definición de políticas de comunicación a nivel nacional, como así también impulsar la constitución de las nuevas figuras institucionales de gestión de medios públicos.

impulsar el debate sobre la necesidad de una nueva ley de radiodifusión basada en los 21 Puntos por el Derecho a la Comunicación²⁹⁶ (Farías y Gerbaldo E, 2008: 133-143; Debanne E, 2010).

Acá en Córdoba en el 2004 cuando se formó la Coalición [a nivel nacional], [se hicieron] un montón de actividades, charlas (...) no había reuniones periódicas de la Coalición pero... nos poníamos de acuerdo para hacer actividades (...). Tampoco había tantos actores fijos. (...) [Buscábamos] la difusión de los 21 Puntos y el planteo de que hacía falta que se tomaran estos 21 Puntos. (Cabus E, 2010: 50-61)

En 2008 comenzaron a realizar reuniones periódicas y a organizar acciones conjuntas bajo el nombre de la Coalición. Entonces confluyeron en esta alianza inter-organizacional todos los medios alternativos y las organizaciones consideradas hasta el momento –excepto, como ya advertimos, Indymedia Córdoba y Sosperiodista- junto con las instituciones académicas, entidades gremiales, ONGs y medios de gestión estatal a los que estuvieron vinculadas, además de otras organizaciones sociales y territoriales. Es posible afirmar, entonces, que también en Córdoba la Coalición por una Radiodifusión Democrática constituyó la mayor articulación de organizaciones y medios de comunicación realizada en torno a una demanda de reforma integral de las reglas de juego del sistema mediático (audiovisual), logró expresar el consenso más abarcativo alcanzado en torno a una iniciativa de este tipo y su propuesta fue la de mayor radicalidad de las consideradas en esta tesis en términos de su pretensión de reforma de la estructuración del sistema de medios de comunicación en el país.

Las reuniones de la Coalición-Córdoba durante 2008 y 2009 se hicieron en Radio Nacional Córdoba, entonces dirigida por Gabriela Cabus, ex secretaria gremial del CISPREN (ver Capítulo 5) y dirigente de Libres del Sur, partido aliado al kirchnerismo que en ese período comenzaba su distanciamiento, que integraba la Coalición por una Radiodifusión Democrática a nivel nacional, y cuya diputada nacional por Córdoba, Cecilia Merchán, era comunicadora e integrante de la Comisión de Comunicación e Informática de la Cámara de Diputados (Cabus E, 2010: 14-18; Merchán E, 2011: 13-15; Piccone E, 2011: 69-70; Mastrini E, 2010: 108).

Dentro de la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba también se registraron disputas por el poder dentro de esa alianza, por el nivel de autonomía relativa con respecto al gobierno nacional y por los réditos en términos de mejorar la propia posición en otros sistemas de relaciones (político partidario, gremial, universitario) en el que los agentes participaban.

No éramos [el CISPREN] los convocantes de la Coalición en Córdoba. Cedimos ese protagonismo a la FM Sur y a Radio Nacional (...) Y avizoramos una disputa ahí, en ese momento era el kirchnerismo versus el resto. ¡Y nosotros éramos el resto! (...) apoyamos

²⁹⁶ Los agentes que los entrevistados recordaron que realizaron acciones durante los años anteriores fueron: el CISPREN, la ECI, Radio Revés, el Centro de los Estudiantes de Ciencias de la Información, CECOPAL, Radio Sur, los SRT, Radio Nacional Córdoba, Miguel Rodríguez Villafañe, Radio La Ranchada, la diputada nacional por Córdoba Cecilia Merchán y organismos de derechos humanos.

desde un perfil más bajo. (...) pero la posición frente a la ley es la misma. (...) hay que bancarla y vamos a todos lados con eso. (Dreizik E, 2010: 130-147)^{297 298}

Estas condiciones “han permitido, que este año [2008] se hicieran tres o cuatro actividades políticas, con los actores con los que se ha podido contar hasta ahora” (Farías E, 2008: 138).

La primera actividad pública organizada por la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba fue el Cabildo Abierto “Una nueva ley de radiodifusión para la Argentina democrática”. En el texto de la convocatoria —que también fue el primer texto de divulgación pública de la CRD-Córdoba— se construyó un enunciador colectivo que conocía el proceso de aprobación, modificaciones y debate de la reforma de la ley de radiodifusión, valoraba por qué es necesario cambiarlo, conocía las propuestas sobre cómo hacerlo y hacía hacer porque también ponía en valor el protagonismo de los diferentes sectores en la redacción del proyecto. Los enunciarios fueron construidos como actores que ya hicieron propuestas y proyectos a lo largo de los años, que conocían y valoraban del mismo modo que el enunciador y que, por ende, debían actuar. De hecho, apeló en primer lugar a los que, igual que el enunciador, pertenecían al campo de la comunicación y la cultura (“*los actores de la comunicación alternativa, popular, pública, comunitaria*”), aún cuando también amplía la convocatoria a “*los más variados sectores del campo de la cultura y la sociedad*”, a tener “*un fuerte protagonismo en el debate y diseño de la nueva ley*”. Apeló a movilizar a la acción a los ya convencidos. Configuró el mundo social en general y el sistema comunicacional en particular como transformables. Es más, la reforma comunicacional era condición necesaria para el cambio social: era necesario transformar la ley de radiodifusión para promover democracia, inclusión y justicia social. Sin embargo, como ya apuntamos en el Capítulo 5, la apelación a los derechos humanos y la democracia en tanto gobierno del pueblo, implicaron la construcción de un origen natural que sería necesario restaurar. Situó al enunciador en una doble tradición:

1. Por un lado, como parte de los múltiples sectores sociales, culturales y políticos que hicieron propuestas y proyectos de ley desde la restauración del gobierno constitucional en 1983 y, en particular, de la Coalición por una Radiodifusión Democrática desde 2004. Apeló así a la noción de reparación histórica y consolidación institucional que, como señala Entel (2009), también se construía en discursos gubernamentales y sociales de estos años, en particular, en los referidos a las políticas de memoria y justicia, y los producidos durante el conflicto agrario. De este modo, hacía también verosímil la propuesta, en la medida en que la novedad que se

²⁹⁷ Los posicionamientos que los agentes de la CRD nacional y local adoptaron en estos debates asumían las opciones que Waisbord (2008: 2) advierte en la participación política de organizaciones de la sociedad civil: “Mientras algunas son expresiones de debate crítico y participación progresista, otros grupos contribuyen a la polarización política. Mientras algunos son expresiones auténticas de movilización de base, otros grupos están cercanamente vinculados a los intereses del Estado y redes clientelísticas.” (La traducción es nuestra)

²⁹⁸ A comienzos de 2010, luego del cambio de dirección en Radio Nacional, las reuniones de la Coalición-Córdoba pasaron a realizarse en el renovado edificio del CISPREN.

proponía con la modificación se complementaba con “lo ya conocido” al basarse en propuestas anteriores realizadas a lo largo de 25 años y, en particular, desde hacía cuatro años, y en la medida en que era sustentable y factible de llevar a cabo porque hay numerosos actores –que incluso se articularon en la Coalición por una Radiodifusión Democrática- que la impulsaban y un Poder Ejecutivo que manifestó la intención de llevarla adelante.

2. Por otro lado, recuperó también la tradición del movimiento peronista en sus apelaciones a la inclusión y la justicia social, el proyecto nacional y los sectores populares (*“[La nueva ley de radiodifusión] constituye un paso esencial para promover el protagonismo de los sectores populares en la construcción de un proyecto nacional de inclusión y justicia social”*). Este matiz constituyó una diferencia particular de la Coalición-Córdoba que no estuvo presente en el discurso fundacional de la CDR nacional, que se centraba sólo en los valores de la tradición republicana de democracia y derechos humanos. Esto puede vincularse tanto con el momento de producción del discurso local, en el que el Gobierno nacional que adscribía a estos valores había tomado como propia la reivindicación de la Coalición, cuanto con la trayectoria de los dirigentes de las instituciones convocantes en Córdoba, vinculadas con el campo político que se reivindicaba como “nacional y popular” en general, aún cuando no pertenecieran orgánicamente al Partido Justicialista²⁹⁹.

El objetivo de la búsqueda era la sanción de una nueva ley de radiodifusión. La aceptabilidad de la propuesta se fundó en valores inobjetables en la sociedad argentina de la época: democracia, inclusión y justicia social, mientras que lo que debía ser dejado atrás se lo asoció al disvalor de la dictadura. Al inscribirse en la historia de la Coalición y asumir su propuesta de 21 Puntos, asumió también sus fundamentos axiológicos (analizados en el Capítulo 5). Como se dijo, la relevancia que adquirieron los valores de los derechos humanos y la democracia, y la tradición de la consolidación institucional del Estado de Derecho, se vincula –además de con las condiciones de enunciabilidad general ya mencionadas- con el protagonismo adquirido por los organismos de derechos humanos en la CDR a nivel nacional, aún cuando en la Coalición-Córdoba no tuvieron el mismo papel central, aunque sí adhirieron y participaron de las actividades organizadas³⁰⁰ (Merchán E, 2011: 65-67; Farías y Gerbaldo E, 2008: 156-164).

El espacio donde debía llevarse a cabo la transformación era el nacional y el tiempo era “*este momento*”, cuando se construye una oportunidad (“*Este año la iniciativa fue retomada por el ejecutivo*”). Los oponentes y obstáculos se daban por sobreentendidos porque, aunque no los nombra

²⁹⁹ La conducción de Radio Nacional de Libres del Sur era entonces aliada del oficialismo, también la conducción universitaria y FARCO. Incluso quienes mantenían una posición más crítica hacia el Gobierno nacional como la conducción del CISPREN, podían reconocerse en la identificación con el campo nacional y popular.

³⁰⁰ Cabe recordar que apenas dos semanas después de la primera actividad pública de la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba, comenzó el Juicio Oral y Público contra Luciano Benjamín Menéndez, ex jefe del Tercer Cuerpo de Ejército, responsable de la represión estatal durante la dictadura en esta provincia.

explícitamente, pueden suponerse en la medida en que estaba convocando a la más amplia movilización social. Era necesario que esos actores que habían participado antes, volvieran a hacerlo ahora y se convirtieran en aliados del PEN para que éste, convertido en agente de la transformación, llevara adelante la reforma (*“se vislumbra una fuerte decisión política de promulgar una nueva ley”*). Al Congreso no lo nombraba de modo explícito, pero era el que sancionaría la ley que el PEN promulgaría. Esta es otra diferencia con respecto al discurso fundacional de la CDR nacional cuatro años antes, cuando era este agente textual colectivo el que impulsaría una iniciativa ciudadana para reformar la ley, y el Estado era un necesario aliado para esta acción, pero los gobiernos eran configurados como potenciales oponentes, dados los beneficios otorgados a algunas empresas mediáticas. Ahora, en cambio, era el gobierno a cargo de uno de los poderes del Estado el agente textual de transformación, el que tendría la iniciativa jurídica, que la Coalición y sus aliados acompañarían con participación social. Esta diferencia puede constituir una marca de las condiciones de producción cuando había una gestión gubernamental que se diferenciaba de la anterior, durante cuyo gobierno la CDR nacional había hecho su propuesta.

Los principales beneficiarios de esta transformación serían los sectores populares. Esto también constituyó una diferencia del discurso de la Coalición-Córdoba con respecto al de la nacional. Para la CDR nacional, los beneficiarios eran la sociedad, la comunidad o la población en general, no un sector en particular. Con la definición que proponía de aliados y beneficiarios, los agentes del campo de la comunicación y la cultura que conformaron la Coalición-Córdoba se construían a sí mismos como los habilitadores de la inclusión en el proyecto nacional de los sectores populares que serían los beneficiarios de esta inclusión³⁰¹.

La Coalición-Córdoba desarrolló ese año acciones tendientes tanto a la difusión y el debate público de la necesidad de formular una nueva legislación basada en los 21 Puntos, como vinculadas a la presión sobre legisladores y funcionarios para redactar y sancionar un proyecto acorde a esta propuesta. Estos dos tipos de estrategia fueron también objeto de disputa:

Nosotros como Radio Revés (...) sosteníamos que la disputa debía darse en la calle, que teníamos que ser capaces de que el basurero, el quiosquero entendieran de qué se trataba lo de la ley... (...) Se eligió, de manera más o menos explicitada, buscar apoyos políticos más que construir consensos ciudadanos en torno a la necesidad de un cambio y la importancia de los medios... (Debanne E, 2010)

El Cabildo Abierto se realizó los días 14 y 15 de mayo de 2008 en el Auditorio de Radio Nacional Córdoba³⁰². Las otras dos actividades de la Coalición Córdoba en 2008 fueron lograr las

³⁰¹ En términos de Panizza (2005), el discurso de la CRD-Córdoba se inscribiría en la tradición populista.

³⁰² Participaron: Merchán, Farías, Cabus, Néstor Piccone, delegado en Telesur, María C. Mata del Centro de Estudios Avanzados (CEA) de la UNC, Miguel Rojo, director obrero de los SRT-UNC, Paulina Emanuelli, directora de la ECI-UNC, Miguel Pérez Gaudio del Colegio Universitario Obispo Trejo y Sanabria, Miguel J. Rodríguez Villafañe de la Asociación Iberoamericana de Derecho a la Información y la Comunicación (AIDIC), Guillermo Defays del Centro de Profesionales de Empresas de Telecomunicación de la CTA y Luis Bruchstein de Página/12 (Vogelman,

adhesiones personales de legisladores provinciales y de diputados y senadores nacionales por Córdoba, y la adhesión institucional del Concejo Deliberante de la ciudad de Córdoba. En el acto de Compromiso Público de legisladores provinciales y nacionales estuvieron representantes de todos los partidos políticos con representación parlamentaria “salvo los sectores delasotistas, oficialistas, de Schiaretti” (Farías y Gerbaldo E, 2008: 99). Además, cada una de las organizaciones participantes continuó por su parte impulsando actividades en el mismo sentido³⁰³.

La propuesta de la Coalición por una Radiodifusión Democrática construyó un modelo de comunicación pública. Propuso impulsar cambios en las reglas de juego del sistema de comunicaciones de la Argentina. Por lo tanto, su reivindicación del derecho a comunicar fue proactiva: procuró articular acciones militantes y construir alianzas con otros actores para impulsar su demanda. Tematizó la comunicación como un derecho esencial para la política democrática. La CRD “lucha por legislaciones y derechos a comunicar” para lo que, al “cuestionar las reglas del decir público”, revela “el papel central que tiene la posesión y divulgación de información para que otros derechos puedan hacerse realidad” (Mata, 2010: 3).

En estas circunstancias, al pugnar por participar de la disputa por la definición de lo que es considerado público, común a todos, debió a su vez, hacerse pública –visible- a sí misma y construir un lugar desde donde hablar. Necesitó también hacer público –en el sentido de visible, manifiesto, ostensible por oposición al silencio, el ocultamiento que producían los medios de propiedad privada y a diferencia también del “saber de los iniciados”, de los expertos en el tema- el debate sobre la definición misma de lo que es considerado público –en tanto común a todos-: el derecho a la comunicación, en vista de incidir en la política pública estatal y en la opinión pública social para que se ampliara lo que era considerado público –en términos de accesible-: el espacio radioeléctrico, las licencias de radiodifusión y, por ende, los medios de comunicación, para que pertenecieran a todos y se convirtieran en lo común y general (Rabotnikoff, 1997:17-19).

Sin embargo, no se trataba sólo de cambiar los temas de la agenda pública, sino también de modificar los “marcos interpretativos” con los que se comprendía el mundo y también su jerarquía (Wolf, 1987: 165- 166). Se trataba de disputar nuevos sentidos y rangos para antiguos tópicos. En esa disputa, la Coalición y los actores socio-políticos aliados cuestionaron el “carácter de orden fabricado según intereses particulares o sectoriales” y el “carácter altamente ‘desintegrador’ en virtud de su capacidad de exclusión de actores, temas, discursos, de la esfera

20/05/08). El 15 de mayo la CRD realizó en Plaza de Mayo una radio pública en cadena con todo el país para reclamar una nueva ley de radiodifusión que contemple los 21 puntos (FARCO, 16/05/08).

³⁰³ Por ejemplo: CECOPAL destinó a este tema ediciones completas de las revistas, Desafíos Urbanos y Art. 0 (No 29, Sept. 2008); el CISPREN instaló el tema en Prensared y las revistas Umbrales y Proyección (Jul. 2008); Juan Cruz Taborda Varela, ex director de La Orilla, lo hizo en la revista Matices (No 210, Dic. 2008).

pública” (Mata, 2008) que tenía la agenda mediática. La propuesta de la Coalición por una Radiodifusión Democrática puso, entonces, el acento en lo abierto y accesible como dimensión de lo público, para poder hacer visible y para poder construir lo común. Propuso redefinir las condiciones estructurales (propiedad, legalidad, organización de la producción) de los medios, como condición de posibilidad para el ejercicio del derecho a hacerse visibles públicamente y disputar la propia identidad de los sujetos, los tópicos y las modalidades expresivas en vista de la construcción de lo común y general (Fraser, 1997 y Rabotnikoff, 1997).

Su propuesta de redefinición de las reglas del decir público implicaba una reformulación de la relación entre Estado, mercado y sociedad civil en el sistema comunicacional. Esta organización de la sociedad civil reivindicó al Estado como regulador de lo público en desmedro del mercado.

La consolidación de democracias liberales y la afirmación de una sociedad civil vibrante no han sido condiciones suficientes para institucionalizar el pluralismo mediático. Una esfera pública participativa y animada, en principio, ofrece un rico reservorio para la afirmación de sistemas plurales de prensa y periodismo democrático. Esto, no obstante, no necesariamente mejora el rendimiento de la prensa.³⁰⁴ (Waisbord, 2008: 2)

6.3. Los lugares de producción. Se arma el rompecabezas

La iniciativa de la Coalición por una Radiodifusión Democrática constituyó una propuesta de modificación de las reglas de juego del campo comunicacional que, al ser convertida en ley y aplicarse, tendría como consecuencia la redefinición del poder relativo de los agentes en vista de disputar la imposición de las representaciones sobre el orden social en los medios de comunicación de masas. Para comprender/explicar la producción de esta propuesta formulada, al nivel de los agentes participantes del sistema de la comunicación mediática de Córdoba entre marzo de 2008 y marzo de 2009, cabe preguntarse por qué optaron por producir esta propuesta de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional y cómo operaron concretamente las condiciones objetivas en el proceso de producción de las prácticas. Para responder a estos interrogantes, desde la perspectiva de análisis propuesta, es necesario construir el lugar que los agentes que las produjeron ocupaban, individual o colectivamente, en la estructura del campo.

Dijimos que en la Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba confluyeron todos los agentes colectivos que en esta “década corta” en Córdoba habían desarrollado prácticas tendientes a impulsar de algún modo la democratización de las comunicaciones: medios de gestión estatal, alternativos, cooperativos y regionales, la universidad pública, un instituto universitario privado, gremios, centros de estudiantes y agrupaciones políticas ligadas al

³⁰⁴ La traducción es nuestra.

kirchnerismo y a sus aliados. Los agentes colectivos e individuales que figuraban como adherentes de la Iniciativa Ciudadana por una Ley de Radiodifusión para la Democracia en los diversos soportes producidos por la Coalición por una Radiodifusión Democrática a nivel nacional y en Córdoba, son los siguientes:

Agentes colectivos e individuales que pertenecen al campo comunicacional

Sector	Agente	Lugar social	Soporte textual
Medio Estatal	Radio Nacional Córdoba	Dirigida por Gabriela Cabus, dirigente del partido Libres del Sur, aliado del kirchnerismo que ese año iniciaba su distanciamiento, ex secretaria gremial del CISPREN cuando los empleados de Radio Nacional pasaron a ser reconocidos como periodistas y se afiliaron a sindicatos de prensa (Capítulo 5), egresada de la ECI. La Radio había impulsado la constitución de la RAM bajo la dirección de Sergio Tagle (Capítulo 5)	Convocatoria a Cabildo Abierto
Legislativo	Diputada Nacional por Córdoba, Cecilia Merchán	Integrante de la Comisión de Comunicaciones e Informática de la Cámara de Diputados, egresada de la ECI, de Libres del Sur, compañera de militancia de Cabus, con quien habían impulsado el Grupo de Egresados de la ECI muchos de los cuales integraron Prensared (Capítulos 4 y 5)	Convocatoria a Cabildo Abierto
Universitario	Escuela de Ciencias de la Información de la UNC ³⁰⁵	Participa de FADECCOS y de RedCom, las dos federaciones de carreras de comunicación, fundada en 1973 (Capítulos 2, 4 y 5)	Convocatoria a Cabildo Abierto. "Organizaciones y entidades" de publicación 2008 de los 21 Puntos
	Agrupación de estudiantes de Comunicación Social Arcilla	Agrupación estudiantil que conduce el Centro de Estudiantes de la ECI desde 2007 y también lo había hecho en el período 1998- 2003 durante el cual impulsó Radio Revés y participó de la RAM (Capítulos 2 y 5); integrante del Movimiento Universitario Bisagra	"Organizaciones y entidades" de publicación 2008 de los 21 Puntos
	Servicios de Radio y Televisión de la UNC	Integrantes de la RENAUI, organizaron el Segundo Encuentro Nacional de Televisión Pública; tienen convenio con Canal 7 Canal Encuentro para su financiamiento (Capítulo 5).	Convocatoria a Cabildo Abierto
	Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información	Conducido por la agrupación Arcilla desde 2007	Convocatoria a Cabildo Abierto
	Radio Revés	De la ECI-UNC, integrante de FARCO y de la Coalición a nivel nacional (Capítulos 4 y 5)	Convocatoria a Cabildo Abierto
	Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea	Dirigida por María Cristina Mata, creada en 1998 (Capítulo 2)	Convocatoria a Cabildo Abierto

³⁰⁵ En 2010, su directora, Paulina Emanuelli, sería designada, a instancias de RedCom, como representante suplente por las universidades nacionales en el Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Integraría también la Corriente por una Comunicación Nacional y Popular, liderada por Gabriel Mariotto.

	del CEA-UNC		
	María Cristina Mata	Ex directora de la ECI; impulsó la constitución de la RAM, la RENAU y la Veeduría; participó de la COMIPREN y condujo su Observatorio; había colaborado con la fundación de Radio Sur (Capítulos 2, 4 y 5)	“Personas” de publicación 2008 de los 21 Puntos (en 6° lugar)
	Colegio Universitario Obispo Trejo y Sanabria	Dirigido por Miguel Pérez Gaudio, fundado en 1971, un año antes que la ECI (Capítulo 2)	Convocatoria a Cabildo Abierto
Comunitario	FARCO-Córdoba	A la que pertenecen las radios FM Sur y FM La Ranchada, FM Libre y Radio Revés. El vicepresidente de FARCO es Mario Farías, director de Radio Sur y Judith Gerbaldo, de la misma radio, es responsable del área de Capacitación (Capítulos 2, 4 y 5)	Convocatoria a Cabildo Abierto
	Radio FM Sur	Dirigida por Mario Farías, pertenece institucionalmente a CECOPAL, integrante de FARCO (Capítulos 2, 4 y 5)	Convocatoria a Cabildo Abierto
	Mario Farías y Judith Gerbaldo	De Radio Sur de CECOPAL (Capítulo 2, 4 y 5)	Representantes de la Coalición en Córdoba bajo el título “La Coalición en el país” en la <i>web</i> de la CRD nacional
	CECOPAL Córdoba	Responsable institucional de Radio Sur (Capítulo 2, 4 y 5)	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 Puntos
	Marco Galán	Director de Radio La Ranchada de la Asociación Mutual Carlos Mujica (Capítulo 2)	“La Coalición en el país” en la <i>web</i> de la CRD nacional
	Gremial	CISPREN	Impulsó Prensared, la recuperación de El Diario del Centro del País y Comercio y Justicia, y la COMIPREN (Capítulos 2, 4 y 5)
Revista Umbrales		Del CISPREN. Su responsable editorial en 2008 es uno de los fundadores de Carta Abierta Córdoba y fue el primer presidente del Consejo de Administración de la cooperativa Comercio y Justicia en 2002.	Convocatoria a Cabildo Abierto
Juan Carlos Giuliani		Secretario de Prensa de CTA nacional, ex secretario general de CTA Córdoba y ex secretario general del CISPREN (Capítulos 2, 4 y 5)	“Personas” de publicación 2008 de los 21 Puntos (en 36° lugar)
Cooperativo	COLSECOR	Asociación de cooperativas de televisión por cable del interior de Córdoba (Capítulo 2)	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 Puntos
	Cooperativa CEMDO Limitada de Villa Dolores	Tiene un canal de televisión	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 puntos
Jurídico	Miguel Julio	Ex presidente de AIDIC, integrante de la	En “Personas” de

	Rodríguez Villafañe	COMIPREN y de la Coalición nacional. Como abogado representó a Radio La Ranchada y a la Cooperativa de Servicios Públicos de Santa Rosa en los juicios en que la Corte Suprema de Justicia de la Nación declaró la inconstitucionalidad del artículo 45 del decreto-ley 22.285 (Capítulos 4 y 5)	publicación 2008 de los 21 Puntos (en 18° lugar). En “La Coalición en el país” en la <i>web</i> de la CRD nacional
Asociaciones Civiles	ADCS/ Asociación para el Desarrollo de la Comunicación Social	ONG responsable de Infored y de las publicaciones sobre publicidad oficial y medios públicos con ADC (Capítulos 4 y 5)	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 Puntos
Colectivos	Comunicadores Solidarios Córdoba	Colectivo que impulsó Indymedia Córdoba (Capítulos 4 y 5)	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 Puntos

Agentes colectivos e individuales que no pertenecen al campo comunicacional

Sector	Agentes	Trayectorias	Soporte
Agrupaciones de estudiantes universitarios	Centro de Estudiantes de Trabajo Social	Vinculados a Arcilla de la ECI	Convocatoria a Cabildo Abierto
	Movimiento Universitario Independiente La Bisagra		
	Movimiento Estudiantil Sur	Vinculado a Libres del Sur	
Organizaciones gremiales	Asociación Bancaria	La mayoría de estos gremios habían compartido la oposición a las leyes de reforma del Estado impulsadas por el ex gobernador De la Sota en 1999 (Capítulo 2) y algunos habían participado en la conformación del MPSol que luego se integró al Frente Cívico y Social (FCyS) (Capítulos 4 y 5). Otros estaban vinculados al Partido Justicialista, a los organismos de derechos humanos y a la cultura. Gráficos, además, había compartido con el CISPREN la recuperación de Comercio y Justicia.	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 Puntos
	Luz y Fuerza		
	Sindicato de Empleados Públicos		
	Sindicato de Empleados Judiciales		
	Sindicato de Empleados de Comercio		
	SADOP		
	Sindicato Unido de Obreros y Empleados Municipales		
	Sindicato de Gráficos		
	Unión Obrera Metalúrgica		
Asociación Argentina de Actores			
Organismos de derechos humanos	HIJOS	En la Mesa de Trabajo por los Derechos Humanos articulaban con organizaciones del campo comunicacional (Capítulo 5). En 2008, éstas los estaban apoyando con el desarrollo de herramientas comunicacionales específicas en los juicios por delitos de lesa humanidad (El Diario del Juicio y radio abierta-Fessia E, 2010: 73-75; Oliva E, 2008: 98-130 y Farías y Gerbaldo E, 2008: 156-164). Muchos integrantes de HIJOS eran, además, estudiantes y egresados de la ECI (Merchán	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 puntos
	Familiares		

		E, 2011: 65-67), militantes de Arcilla, y habían participado de varias experiencias aquí analizadas (Capítulos 5 y 6).	
Unidades académicas de la UNC	Facultad de Derecho	La mayoría tenía conducciones que apoyaban al oficialismo universitario y relaciones con la conducción de la ECI	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 Puntos
	Escuela de Trabajo Social		
	Facultad de Ciencias Económicas		
	Facultad de Filosofía		
Concejales y legisladores	Concejal Marta Juárez	Del Frente Cívico y Social (Capítulo 5)	Convocatoria Cabildo Abierto
	Luis Juez	Senador por Córdoba, ex candidato a gobernador por el Frente Cívico y Social, ya en 2008 alejado del kirchnerismo, enfrentado con el gobernador Schiaretti y también distanciado de su ex partidario, el intendente Giacomino ³⁰⁶	En “Personas” de la publicación 2008 de los 21 Puntos (en 7º lugar)
	Francisco Delich	Diputado nacional por Córdoba, integrante del Partido Nuevo liderado por Juez (pero giacomínista), proveniente de la UCR, ex rector de la UBA y de la UNC, ex Secretario de Educación de la Nación durante el gobierno de Alfonsín y director de la Biblioteca Nacional durante la presidencia de De la Rúa ³⁰⁷ (Capítulo 2)	En “Personas” de la publicación 2008 de los 21 puntos (en 8º lugar)
Centros culturales y organizaciones territoriales	Centro Cultural de Villa El Libertador	Vinculados a las organizaciones sociales de comunicación, en particular, a CECOPAL, la Mutual Mujica, Radio Sur y Radio La Ranchada.	“Organizaciones y entidades” de la publicación 2008 de los 21 Puntos
	Cooperativa Unión Latinoamericana de Barrio San Roque de la Unión de Organizaciones de Base por los Derechos Sociales		

La propuesta formulada por la Coalición, así como las características de los discursos en que la formuló, encuentra su principio de comprensión/explicación en el lugar de poder relativo que ocupaban sus integrantes (organizaciones sociales, redes de comunicación, gremios, organismos de DDHH, universidades) en relación con las corporaciones de medios masivos y el Estado. Dado su lugar marginal, para aumentar la probabilidad de incidir en el control de las representaciones sobre el orden social común producidas y puestas a circular del modo específico en que lo hacen los medios de comunicación de masas en nuestras sociedades mediatizadas, estos agentes colectivos optaron por la estrategia de impulsar cambios en las reglas (leyes y

³⁰⁶ Juez finalmente votó en contra del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual en el Congreso.

³⁰⁷ Delich votó a favor del proyecto de ley en el Congreso y en sus fundamentación recordó que el proyecto del COCODE impulsado por Alfonsín iba en la misma línea.

regulaciones) de un juego en el que carecían del control de la palabra. Para eso, recurrieron al Estado como aliado en tanto formulador y garante de las reglas de juego del campo.

La estrategia desarrollada también es razonable habida cuenta del lugar social de los agentes individuales (dirigentes) de las organizaciones que adhirieron a la Coalición por una Radiodifusión Democrática. 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 de gestión social), que les habrían asegurado mejores posibilidades de acción en cuanto a disponibilidad de recursos y capacidad de toma de decisiones para llevar adelante esta experiencia. En estas posiciones, la elaboración de la propuesta no les habría acarreado riesgos de sanciones, les habría permitido articular con agentes en posiciones similares de otras organizaciones y del gobierno nacional, al tiempo que les habría facilitado diferenciarse de sus oponentes internos, generar reconocimiento y, por lo tanto, mantener o mejorar sus posiciones de poder relativo.

Aun quienes en las etapas anteriores habían desarrollado estrategias que implicaban una visión instrumental de la comunicación para visibilizar temas o actores aprovechando las brechas de los medios masivos de comunicación, y quienes proponían estrategias de comunicación alternativa, habían formulado apuestas de diversos niveles de radicalidad en vista de ampliar diversas dimensiones del sistema comunicacional mediático (sus temas, actores, modalidades expresivas y/o estructuras de propiedad). Por eso, pudieron confluir en una propuesta de modificación de las reglas de juego que incluye todos estos aspectos y contempla posibilidades de desarrollo mayores que las existentes para las experiencias de comunicación del sector social y también del estatal.

Estos agentes produjeron sus prácticas en el marco de condiciones que las limitaron al tiempo que las hicieron posibles: las empresas de medios habían alcanzado un alto grado de concentración en el país, a la vez que enfrentaban la amenaza de competencia de las empresas telefónicas frente a la convergencia digital, la caída de ventas de la prensa gráfica, el avance de la comunicación sin intermediarios usada tanto por gobiernos como por ciudadanos, y el descenso en la credibilidad de los periodistas y medios; la antigua ley de radiodifusión se manifestaba inadecuada tanto a nivel tecnológico como político; los debates sobre el tema tuvieron un renovado impulso a nivel internacional en organismos multilaterales, en ámbitos académicos y de la sociedad civil organizada; las gestiones contingentes de gobierno críticas del neoliberalismo y más proclives a una mayor participación estatal en la regulación y el control, en situación de conflicto necesitaron establecer nuevas alianzas con otros actores sociales y privados.

Conclusiones

Conclusiones

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.

De acuerdo con ello, la hipótesis central que guió esta investigación fue:

Las propuestas de democratización de las comunicaciones realizadas por organizaciones de Córdoba (asociaciones gremiales, ONGs y otros colectivos sociales), así como las características de los discursos en que las formulan, encuentran su principio de comprensión/explicación en cuanto opciones realizadas en el marco de condiciones sociales específicas, dado el lugar de poder relativo que ocupan en relación con las corporaciones de medios masivos y el Estado. Debido a su lugar marginal, para aumentar la probabilidad de incidir en el control de las representaciones sobre el orden social común producidas y puestas a circular del modo específico en que lo hacen los medios de comunicación de masas en nuestras sociedades mediatizadas, optan por la estrategia de impulsar cambios en las reglas de juego (leyes, regulaciones, controles).

A continuación, realizaré una recuperación de las dimensiones desarrolladas a lo largo del trabajo. En primer lugar, retomaré la dimensión temporal para mostrar las especificidades de las estrategias, sus variaciones y recurrencias, según cambios en el contexto. En segundo término, sistematizaré los tipos de estrategias identificadas, las tradiciones en que se inscriben, la definición que hacen de los sujetos del proceso comunicacional, y de los aliados y oponentes. Finalmente, las pondré en relación con el lugar de los agentes colectivos e individuales que las produjeron y con las condiciones contextuales operantes en su producción.

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, hemos podido distinguir tres períodos caracterizados por particulares condiciones de producción que configuraron el espacio de posibles para el desarrollo de estas prácticas. A saber:

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 y las de producción o modificación de las reglas de juego al interior del propio medio 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: la que impulsaba la modificación de las reglas de juego del sistema comunicacional global en variante defensiva a nivel local y en variante ofensiva o propositiva a nivel nacional. 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 pública 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 (1) 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 (2) que las estrategias de comunicación alternativa no necesariamente se oponen a lo que denominamos estrategias públicas. Por el contrario, las propuestas alternativistas y las públicas 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 (3) 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

La investigación realizada permitió corroborar que las prácticas producidas por organizaciones sociales objeto de este estudio, 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. A saber:

1. Adaptación a las reglas de juego existentes: 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.
2. 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. 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:
 - 2.1. Los medios alternativos (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): 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 antagonicos a quienes se enfrentaban.

2.2. 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).

3. 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. 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:

3.1. Una variante defensiva y de control del cumplimiento de los derechos a la comunicación y denuncia de sus violaciones (COMIPREN, Observatorio Ciudadano de Medios).

3.2. Una variante ofensiva y propositiva que formula iniciativas ciudadanas para reformas legales y propuestas de reglamentación (Coalición por una Radiodifusión Democrática).

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. Así:

- 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.
- 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 centraban 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 siguientes variaciones:

1. Las estrategias adaptativas construyen 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.
2. En las estrategias alternativistas se registran diversas configuraciones del público y de los periodistas o comunicadores profesionales. En algunas (Infored, La Orilla y La Intemperie³⁰⁸),

³⁰⁸ 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.

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, Indymedia³⁰⁹, 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 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.

3. En las estrategias públicas 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 ciudadanos³¹⁰.

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

- 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

³⁰⁹ 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.

³¹⁰ 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.

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.

- 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 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. Éstos 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 movilizada 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 pública 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 la siguiente precisión:

1) 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 Estado³¹¹, 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.

³¹¹ 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).

2) Nivel de los agentes colectivos:

La pretensión de reforma del sistema comunicacional es directamente proporcional al poder relativo de los agentes colectivos (organizaciones sociales). A saber:

- ✓ 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)³¹² 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.

3) Nivel de los agentes individuales:

La pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional es directamente proporcional al poder relativo de los agentes individuales. A saber:

- ✓ 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

³¹² 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 alternativista) a proponer reformas de las reglas de juego del sistema comunicacional global (modelo público).

(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 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.

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, sienta 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.

Si esta tesis se comenzara a escribir ahora, considerando los sucesos de los últimos dos años, nos plantearíamos otros interrogantes relacionados con 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 una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual en la Argentina. Si al comenzar este trabajo hubiéramos conocido el futuro, hubiéramos podido plantear este problema para responderlo del modo en que lo hicimos, con la reconstrucción de la micro-historia de las luchas de los agentes vinculados al campo comunicacional en la Argentina y Córdoba, procurando identificar cómo se aliaron y distanciaron, qué propuestas generaron en la búsqueda de nuevas maneras de comunicar.

Sin embargo, al iniciar la tesis, nos sorprendió la multiplicidad de iniciativas de intervención en lo comunicacional que desplegaron organizaciones de la sociedad civil casi al mismo tiempo. Luego, al avanzar, surgió la desazón porque muchas de ellas desaparecían o se debilitaban visiblemente. Y finalmente, llegó la certidumbre de que las experiencias, los aprendizajes, los intentos, las ideas, pero también y sobre todo, la acumulación de poder relativo, confluyeron en la posibilidad de concreción de este cambio en las bases de las políticas de comunicación de la Argentina. Al principio del período considerado en este trabajo, este cambio no era intencionalmente buscado por los agentes analizados. Sin embargo, estamos en condiciones de afirmar que sus trayectorias, competencias y prácticas aquí analizadas –junto a las de muchos otros en el resto del país- contribuyeron a hacerlo posible.

Bibliografía

Bibliografía¹

- ADC y OSI** (2005) *Una censura sutil. Abuso de publicidad oficial y otras restricciones a la libertad de expresión en Argentina*, Asociación por los Derechos Civiles y Open Society Institute, Buenos Aires.
- Agusti**, María Sol y **Mastrini**, Guillermo (con la colaboración de Sergio Arribá) (2005) “Radio, economía y política entre 1920 y 1945: de los pioneros a las cadenas”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 29-51.
- Alabarces**, Pablo y **Rodríguez**, María Graciela (comps.) (2008) *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires.
- Albornoz**, Luis (coord.) (2000) *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*, Ciccus/La Crujía, Buenos Aires.
- Albornoz**, Luis A. y **Hernández**, Pablo (2005) “La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 257-285.
- Alfaro**, Rosa María (2004) “Ardua democratización. Las batallas de un observatorio de medios”, en: *Etcétera* (revista digital), Octubre 2004.
- (2002) “Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas”, en: *Diálogos de la comunicación*, FELAFACS, Lima, N° 65, Noviembre 2002, págs. 34-53.
- Amado**, Adriana (ed.) (2010) *La palabra empeñada. Investigaciones sobre medios y comunicación pública en Argentina*, FES, Buenos Aires.
- Ambort**, Mónica; **Druetta**, Santiago; **Massa**, Jimena; **Maffini**, Gino; **Quiroga**, María José y **Díaz**, Víctor Hugo (2005) “La formación de los periodistas en las escuelas de comunicación: situación actual, demandas laborales y necesidades sociales”, FELAFACS/ECI-UNC, Córdoba, mayo 2005.
- Amman**, Beatriz y **Da Porta**, Eva (comps.) (2008) *Rutas alternativas de la comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder*, Ferreyra Editor, Córdoba.
- Anaya**, José Perla (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.
- Andretich**, Natalia (2005) *Internet y las nuevas formas de participación ciudadana*, Tesina para optar al grado de Licenciada en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba, Marzo 2005. Mimeo.
- Angenot**, Marc (1989) “Le discours social: problematique d'ensemble”, en: *Un état du discours social*, Le Préambule, Québec, págs. 13-39.
- (1984) “El Discurso Social y sus usos”, en: *Cahiers de Recherche Sociologique*, Universidad de Québec, Montreal.
- Arribá**, Sergio (2005) “El peronismo y la política de radiodifusión (1946-1955)”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 71-99.
- Arsenault**, Amelia y **Castells**, Manuel (2008) “The structure and dynamics of global multi-media business networks”, en: *International Journal of Communication*, N° 2, págs. 707-748.
- Augé**, Marc (1996) *Los ‘no lugares’. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, Barcelona.
- Ávalos**, Daniel (2005) *La Guerrilla del Che y Masetti en Salta, 1964. Ideología y Mito en el Ejército Guerrillero del Pueblo*, Ediciones La Intemperie, Córdoba.
- Ávila Pietrasanta**, Irma; **Calleja Gutiérrez**, Aleida; y **Solís Leree**, Beatriz (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.
- Balibar**, Étienne (1969) “Sobre los conceptos fundamentales del materialismo histórico”, en: Althusser y otros, *Leer el Capital*, Siglo XXI, México.
- Baranchuk**, Mariana (2010) “Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)”, en: *Ley 26.522 de servicios de comunicación audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos*, AFSCA, Buenos Aires, Febrero 2010.

¹ Se consignan, fundamentalmente, las referencias bibliográficas que fueron mencionadas en el trabajo.

- Barber**, Benjamin (1998) “Un marco conceptual: política de la participación”, en: Del Águila, Rafael; Vallespín, Fernando y otros, *La democracia en sus textos*, Alianza, Madrid.
- Barsky**, Osvaldo y **Dávila**, Mabel (2008) *La rebelión del campo. Historia del conflicto agrario argentino*, Sudamericana, Buenos Aires.
- Basualdo**, Eduardo (2010) *Estudios de historia económica argentina desde mediados del siglo XXI a la actualidad*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Becerra**, Martín (2010) “Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina”, en: Lugones, Gustavo y Flores, Jorge (comps.) *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el Bicentenario*, UNQ, Bernal, Agosto 2010, págs. 139-165.
- (2005a) “Las políticas de infocomunicación ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI)”, en: *Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*, No 21 “XXI aniversario del Informe MacBride. Comunicación internacional y políticas de comunicación”, Barcelona, Enero-Abril de 2005, págs. 125-139.
- (2005b) “La Iglesia Católica controla 120 emisoras en el país”, en: *Argirópolis*, UNQ, Bernal, 15/12/05. En: www.argiropolis.com.ar Actualmente, no está disponible.
- (2003a) *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*, Norma, Buenos Aires.
- (2003b) “La sociedad de la información”, en: *Portal de la Comunicación*, Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_3.asp?id_llico=11 Consultado en: enero de 2010.
- Becerra**, Martín y **López**, Soledad (2009) “La contienda mediática. Temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el Gobierno y las entidades del campo argentino en 2008”, en: *Revista de Ciencias Sociales*, No 16, Segunda Época, UNQ, Bernal, Septiembre 2009, págs. 16-30.
- Becerra**, Martín y **Mastrini**, Guillermo (2009a) *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América del Siglo XXI*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- (2009b) “Crisis. What Crisis? Argentine Media in View of the 2008 International Financial Crisis”, en: *International Journal of Communication (IJoC)*, No 4, págs. 611-629.
- (2006) “Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano”, en: *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, págs. 111-128.
- Begliardo**, María Noelia y **Salcedo Okuma**, Luis Darío (2010) *Relatos de la ECI: Memorias de la última dictadura militar*, Tesina para optar al grado de Licenciados en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Beltrán Salmón**, Luis Ramiro (2005) “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo”, en: Loreti, Damián; Mastrini, Guillermo; y Baranchuk, Mariana (comps.) (2007) *Participación y democracia en la Sociedad de la Información. Actas del III Congreso Panamericano de Comunicación*, Prometeo Libros, Buenos Aires, págs. 149-187.
- (1993) “Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años”, discurso de inauguración en: *IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo*, IPAL, Lima, 23 al 26/02/93.
- Belzagui**, Pablo (comp.) (2007) *No Matarás. Sobre la Responsabilidad. Polémica de la Revista La Intemperie*, Ediciones El Cílope/Ediciones La Intemperie/Editorial de la UNC, Córdoba.
- Benítez Larghi**, Sebastián (2008) “Acción colectiva e internet en las organizaciones de trabajadores desocupados”, en: *Margen. Periódico de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, No 51, Buenos Aires.
- Benveniste**, Émile (1988) “De la subjetividad en el lenguaje” y “El aparato formal de la enunciación”, en: *Problemas de Lingüística General II. Siglo XXI*, México D. F.
- Berger**, Peter y **Luckmann**, Thomas (1989) *La realidad como construcción social*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Bischoff**, Efraín U. (1986) *Cincuenta años de vida gremial periodística en Córdoba*, Editorial de la Municipalidad de Córdoba, Córdoba.
- Blank**, Javier; **Debanne**, Luciano; y **Martínez Luque**, Santiago (2003) *Los sentidos de lo alternativo en radio para los jóvenes de universitarios de Córdoba*, Tesina para optar al grado de Licenciados en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Blejman**, Natalia; **Brenna**, María Florencia; y **Liz**, María Cecilia (2007) *Nuevas tecnologías: participación ciudadana y periodismo digital*, Tesina para optar al grado de Licenciadas en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba, 2007. Mimeo.
- Boito**, María Eugenia (2006) *El retorno de lo reprimido como exclusión social y sus formas de borramiento: Identificación, descripción y análisis de algunas 'escenas' de lo construido hegemónicamente como 'prácticas solidarias'*.

- (2002-2004), Tesis para optar al grado de Magister en Comunicación y Cultura Contemporánea, CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Borón, Atilio** (2003) “Democracia y reforma social en América Latina: reflexiones a propósito de la experiencia europea”, en: Borón, Atilio, *Estado, capitalismo y democracia en América Latina*, CLACSO, 3ª Edición, Buenos Aires.
- (2000) “América Latina: crisis sin fin o fin de la crisis”, en: López Segre, Francisco y Filmus, Daniel (comp.) *América Latina 2020. Escenarios, alternativas, estrategias*, UNESCO/FLACSO/Temas Grupo Editorial, Buenos Aires.
- Bosetti, Oscar E.** “Noventa años de palabras y sonidos de largo alcance”, en: Calcagno, Natalia y Lerman, Gabriel (dirs.) (2010) *Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en la Argentina*, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA)-Secretaría de Cultura-Presidencia de la Nación, Buenos Aires, pág. 134-149.
- Boudon, Raymond** (1996) “L’éthique protestante de Max Weber: le bilan de la discussion”, en: Boudon, Raymond et Chaunu, Pierre (dirs.) *Autour de Alain Preyefitte. Valeurs et modernité*, Editions Odile Jacob, París.
- Boudon, Raymond y Bourricaud, François** (1993) *Diccionario Crítico de Sociología*, Edicial, Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre** (2000) *Cosas Dichas*, Gedisa, Barcelona.
- (1997) *Razones Prácticas*, Anagrama, Barcelona.
- (1996) “La opinión pública no existe”, en: *Voces y Culturas. Revista de Comunicación*, N° 10 “Opinión pública e ideología en los medios”, Barcelona, II Semestre 1996, págs. 137-146.
- (1991) *El sentido práctico*, Taurus, Madrid.
- (1990) “Espacio social y génesis de las clases”, en: *Sociología y Cultura*, Grijalbo, México.
- (1988) *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.
- (1985) *Qué significa hablar. Economía de los intercambios lingüísticos*, Akal/Universitaria, Madrid.
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïc** (1995) *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, Grijalbo, México.
- Buffa, Adolfo; Pensa, Dalmira; y Roitman, Susana** (2003) “La comunicación alternativa en la construcción política: una experiencia de Córdoba”, ponencia en: *Congreso Internacional “América Latina: identidad, integración y globalización”*, UNC, Córdoba, Julio 2003. Mimeo.
- Bulla, Gustavo** (2005) “Televisión argentina en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2ª Edición: 2006, págs. 113-133.
- Burch, Sally; León, Osvaldo y Tamayo, Eduardo** (2004) *‘Se cayó el sistema’. Enredos de la Sociedad de la Información*, ALAI, Quito.
- Bustos, Sergio** (2000) “La hora del Periodismo Cívico”, en: *Pulso del Periodismo*, Centro Internacional de Prensa, Universidad Internacional de la Florida, Miami. Disponible en: www.pulso.org/Espanol/Archivo/civico.htm Consultado en: diciembre de 2008.
- Cabral, Ximena** (2008) “Las asambleas barriales en Córdoba: Demandas, redes y repertorios de confrontación”, en: *NEXOS, Programa de articulación entre Universidad y Movimientos Sociales*, UNQ, Bernal. Disponible en: <http://nexus.unq.edu.ar/> Consultado en: marzo de 2008.
- (2005/2006) “Control ciudadano y participación política en las asambleas barriales. Demandas, trayectorias y redes”, en: *Movimientos sociales. Experiencias históricas. Tendencias y conflictos. Anuario N° 21, Segunda época*, Homo Sapiens, Rosario, págs. 191-217.
- (2005) “El trabajo territorial en las asambleas barriales: Actores, redes y trayectorias”, en: *Revista ASET*, N° 30, Segundo semestre 2005, págs. 33-67.
- (2004) “Asambleas barriales en Córdoba: Trayectorias, identidades y configuración de la protesta barrial”, en: *Revista Conciencia Social*, año IV, N°6, Diciembre 2004, Espartaco, Córdoba, págs. 111-122.
- Cabral, Ximena; Murúa, Andrea J. y Gambino, Graciela** (2003) “Prensared, un proyecto de articulación entre movimientos sociales y comunicadores”, ponencia en: *Encuentro Nacional de Comunicación Social*, FADECCOS/FELAFACS/KAS/Sindicato de Prensa y Comunicación Social de San Juan/ Universidad Nacional de San Juan, San Juan, 12 y 13/09/03.
- Calabrese, Andrew** (2005) “El Informe MacBride: su valor para una nueva generación”, en: *Quaderns del Consell de l’Audiovisual de Catalunya*, No 21 “XXI aniversario del Informe MacBride. Comunicación internacional y políticas de comunicación”, Barcelona, Enero-Abril 2005, págs. 23-26.
- (2004) “The promise of civil society: a global movement for Communication Rights”, en: *Continuum. Journal of Media and Cultural Studies*, Vol. 18, N° 3, Septiembre 2004, págs. 317-329.
- Calandria** (1997) *Escenografías para el diálogo*, Calandria y CEAAL, Lima.

- (1995) *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, Calandria, Lima.
- (1994) *Entre públicos y ciudadanos*, Calandria, Lima.
- Caletti**, Sergio (2005) “Políticas de comunicación: acentos en debate”, en: Loreti, Damián; Mastrini, Guillermo y Baranchuk, Mariana (comps.) *Participación y democracia en la sociedad de la información. Actas III Congreso Panamericano de Comunicación*, Prometeo Libros, Buenos Aires, págs. 59-67.
- (2002) “¿Ciudadanía global o ciudadanía precarizada?”, en: Reigadas, María Cristina y Cullen, Carlos (comps.) *Globalización y nuevas ciudadanía*s, Ed. Suárez/IIGG-UBA, Mar del Plata, págs. 94-95.
- (2001) “Siete tesis sobre comunicación y política”, en: *Diálogos de la Comunicación*, N° 63, FELAFACS, págs. 37-49.
- (2000a) “¿Quién dijo República? Notas para un análisis de la escena pública contemporánea, o de cómo el orden ha vuelto a imperar”, en: *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, N° 10, UAM, México DF, Octubre 2000.
- (2000b) “La video política, esa región tan oscura”, en: *Constelaciones*, N° 1, Buenos Aires, Octubre 2000.
- Califano**, Bernardette (2007) *Medios y políticas de comunicación en Argentina bajo el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007)*, Tesina para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, UBA, Buenos Aires. Disponible en: <http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/tesinas/Tesina%20Bernardette%20Califano.pdf> Consultado en: febrero 2011.
- Caravello**, Laura C. y **Gago**, Sebastián H. (2006) *La historia de El Diario de Bolsillo. Las condiciones y circunstancias económicas, políticas y sociales que enmarcaron la trayectoria de El Diario de Bolsillo, como su trayectoria específica en el campo periodístico gráfico de la ciudad de Córdoba y su cierre*, Tesina para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Cardoso**, Fernando Henrique (1994) “¿Teoría de la dependencia o análisis concreto de situaciones de dependencia?”, en: *Revista Política y Sociedad*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, N° 17, Madrid.
- Carnovale**, Vera (2006) “Memorias, espacio público y Estado: la construcción del Museo de la Memoria”, en: *Estudios AHILA de Historia Latinoamericana*, N° 2 (Nueva Serie), Verveurt.
- Cattaruzza**, Alejandro (dir.) (2001) *Nueva historia argentina, Tomo VII: Crisis económica, avance del Estado e incertidumbre política (1930- 1943)*, Sudamericana, Buenos Aires.
- CECOPAL** (2004) *Ciudadanía participativa y transformadora. Sistematización de la II Convocatoria Por una Ciudadanía Participativa*, Ediciones CECOPAL, Córdoba.
- (2003) *Por una ciudadanía participativa*, Ediciones CECOPAL, Córdoba.
- Com**, Sergio (2006) “Alfonsinismo, contexto político y medios de comunicación”, en: Mastrini, Guillermo (comp.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y política de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía Ediciones, 2° Edición, págs. 185-210.
- Comunicación y Cultura*, N° 11, México, Marzo 1984.
- Coraggio**, José Luis (2007) *Economía social, acción pública y política (Hay vida después del neoliberalismo)*, Ciccus, Buenos Aires.
- Córdoba**, María Liliana (2010) "El derecho a la comunicación como demanda democrática: notas sobre la experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática en Argentina", ponencia en: *Seminario Internacional Medios, Gobiernos y Ciudadanía Latinoamericanas frente a las transformaciones en políticas de comunicación*, Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía-Red AMLAT, CEA-UNC, Córdoba, 25 y 26/11/10. Mimeo.
- (2008b) Charla “¿Quién te ha visto y quién te ve? Los observatorios de medios. El debate sobre la responsabilidad social de los medios”, ponencia en: *Semana del Comunicador 2008 ¿Qué ves cuando me ves? Una mirada sobre la comunicación en la sociedad mediatizada*, Centro de Los Estudiantes de Ciencias de la Información, ECI- UNC, Córdoba, 7/10/08. Mimeo.
- Córdoba**, Liliana, **Nicolino**, Liliana y **Segura**, María Soledad (2005) “Los periodistas en la construcción de agenda pública”, ponencia en: *III Congreso Panamericano de Comunicación* (edición digital en CD), Buenos Aires.
- Costa**, Ricardo Lionel (2010) “Acerca de la comprensión/explicación. Una aproximación desde Max Weber”, en: *ConCiencia Social. Nueva Época*, Año X, N° 13, Editorial Espacio/ETS-UNC, Córdoba, Junio 2010, págs. 61-70.
- (2006) “The logic of the practices in Pierre Bourdieu”, in: *Current Sociology*, Vol. 54, N° 6, SAGE Publications, Londres, págs. 873-895.
- (1999) “El agente social en la teoría de la estructuración de Giddens”, en: *Estudios. Revista del Centro de Estudios Avanzados*, N° 11/12, Córdoba, enero/diciembre 1999, págs. 99-108.

- (1997) "Estrategias de intervención como teorías de la acción en acción", en: *Acto Social. Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, Año V, N° 17, Córdoba.
- Costa, Ricardo Lionel y Mozejko, Teresa Danuta** (2009) *Gestión de las prácticas: opciones discursivas*, Homo Sapiens, Rosario.
- (2008) "Acerca del discurso como práctica", en: *Studia Politicae*, N° 14, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Católica de Córdoba, Otoño 2008, págs. 41-69.
- (2002) "Producción discursiva: el sujeto social y sus simulacros" (segunda parte), en: *ConCiencia Social*. Año 2, N° 2, Escuela de Trabajo Social-UNC, Junio 2002, págs. 43-52.
- (2001a) *El discurso como práctica. Lugares desde donde se escribe la historia*, Homo Sapiens, Rosario.
- (2001b) "Producción discursiva: el sujeto social y sus simulacros" (primera parte), en: *ConCiencia Social*, Año 1, N° 1, Escuela de Trabajo Social-UNC, Diciembre 2001, págs. 43-54.
- (2001c) "Subalternité et gestion de la compétence chez Juana Manuela Gorriti" (Traducción de Catherine Belbachir y Fatiha Idmahand), en: *Séminaire du réseau thématique "Héros de Napier"*, Université de Lille 3, Maison de la Recherche, págs. 33-42.
- Cristiano, Javier** (1997) *La mediación entre el Estado y los sectores carenciados. El papel de las emisoras comunitarias. Informe preliminar de resultados destinado a la conducción y al personal de radio La Ranchada y de FM Sur*, CEA-UNC/Secretaría de Extensión-UNC, Córdoba.
- Cytrimblum, Alicia** (2004) *Periodismo Social. Una nueva disciplina*, La Crujía, Buenos Aires.
- Charaudeau, Patrick** (2003) *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Gedisa, Barcelona.
- (1994) "Le contrat de communication, une condition de l'analyse sémiolingüistique du discours". Mimeo.
- (1982) *Langage et discours, Eléments de sémiolingüistique (théorie et pratique)*, Hachette Université, Paris.
- Chartier, Roger** (1996) *Escribir las prácticas. Foucault, de Certeau, Marin*, Manantial, Buenos Aires.
- Da Porta, Eva** (2008) "Lo alternativo y lo mediático, dos dimensiones para rasgar la hegemonía cultural", en: Amman, Ana Beatriz y Da Porta, Eva (comps.) *Rutas alternativas de la comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder*, Ferreyra Editor, Córdoba, págs. 27-43.
- Da Silva Catela, Ludmila** (2006) "Derechos humanos y memoria. Historias y dilemas de una relación particular", ponencia en: *Congreso Argentino de Antropología Social*, Salta. Mimeo.
- De Certeau, Michel** (1993) *La escritura de la Historia*, Universidad Iberoamericana, México D. F.
- (1996) *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, México D.F.
- De Charras, Diego** (2007) *Redes, burbujas y promesas*, Prometeo, Buenos Aires.
- Diálogos de la Comunicación* (2000) FELAFACS, Bogotá, N° 57, marzo 2000.
- (2002a) N° 64, noviembre 2002.
- (2002b) N° 65, diciembre 2002.
- (2003) N° 68, diciembre 2003.
- (2006) N° 73, julio 2006.
- (2007) N° 75, septiembre-diciembre 2007.
- Diani, Mario** (1999) "Social movement networks virtual and real", ponencia en: *Conference "A new politics?"*, CCSS, University of Birmingham, 16 y 17/09/99.
- Díaz, Claudio** (2009) *Variaciones sobre el ser nacional. Una aproximación sociodiscursiva al folklore argentino*, Recovecos, Córdoba.
- Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand** (1972) *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2002.
- Ducrot, Víctor Ego y otros** (2008) "Observación y Análisis de las coberturas realizadas por los diarios Clarín, La Nación, Página 12 y Crítica de la Argentina sobre el tema proyecto de nueva Ley de Radiodifusión, durante el período que abarca del 26 junio al 13 de julio de 2008", en: *Observatorio de Medios de la Argentina*, UNLP. Resumen disponible en: http://elobservatoriodemediosdeargentina.blogspot.com/2008_07_01_archive.html
- Durkheim, Émile** (1985) *Las reglas del método sociológico*, La Pléyade, Buenos Aires.
- (1912) *Las formas elementales de la vida religiosa*, Schapire, Buenos Aires.
- Elias, Norbert** (1990) *La sociedad de los individuos*, Península, Barcelona.
- (1987) *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, Fondo de Cultura Económica, Madrid.
- Entel, Alicia** (2009) "Argentina y sus des-bordes: La pasión restauradora", en: Martín Barbero, Jesús (coord.) *Entre saberes desechables, y saberes indispensables. Agendas de país desde la comunicación*, FES, Bogotá.

- Esslinger**, María Inés; **Marcuzzi**, María Eugenia; y **Pavesi**, María Soledad (2009) *La escena contemporánea en la sociedad mediatizada: una mirada sobre lo público en la televisión pública*, Tesina para optar al grado de Licenciadas en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Etchemendy**, Sebastián (2008) “¿Izquierda de actores o de política social? El dilema del progresismo en América Latina”, en: *Revista Umbrales*, N° 5, julio 2008, págs. 103-112.
- FARCO** (2010) *Todas las voces todos*, Ediciones FARCO, Buenos Aires.
- Foucault**, Michel. (1995) *Historia de la sexualidad. Vol. 1- La Voluntad de Saber*, Siglo XXI, Buenos Aires.
 (1992) *Microfísica del poder*, La Piqueta, Buenos Aires.
 (1980) *Arqueología del saber*, Siglo XXI, México DF.
 (1977) “Les rapports de pouvoir passent à l’intérieur des corps”, en: *Dits et écrits II*, Gallimard, Paris, págs. 228-256.
 (1970) *El orden del discurso*, Tusquets, Barcelona.
- Fraser**, Nancy (2006) “Reinventar la justicia en un mundo globalizado”, en: *New Left Review*, N° 36, enero/febrero 2006, Ediciones Akal, Madrid.
 (2003) “Social justice in globalization. Redistribution, recognition and participation”, en: *Congreso "Globalização: Fatalidade ou Utopia?"*, Centre de Estudos Sociais, Coimbra, Portugal. Disponible en: <http://www.eurozone.com/articles/2003-01-24-fraser-en.html> Consultado en: diciembre 2006.
 (1997) *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición 'postsocialista'*, Universidad de los Andes y Siglo del Hombre Editores, Bogotá.
- Frau-Meigs**, Divina (2007) “Diversidad cultural: el remedio a la desertificación del paisaje mediático”, entrevista realizada por Núria Reguero, en: *Portal de la Comunicación*, Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/esp/aab_ent_det.asp?entrevista=52&id_sub_des=42 Consultado en: enero 2010.
- Friedland**, Lewis; **Nichols**, Sandra (2002) “Measuring civic journalism’s progress: a report across a decade of activity”, en: *The Pew Center for Civic Journalism*, Universidad de Wisconsin, Madison. Disponible en: <http://pewcenter.org/doingcj/research/measuringcj.pdf> Consultado en: enero 2011.
- García Delgado**, Daniel (2003) *Estado-Nación y la crisis del Modelo*, Norma, Buenos Aires.
 (1998) *Estado-Nación y globalización*, Ariel, Buenos Aires.
 (1994) *Estado y Sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural*, FLACSO-Norma, Buenos Aires.
- García Leiva**, María Trinidad (2005) “Fin de milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando de la Rúa”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2ª Edición: 2006, págs. 287- 307.
- Gerbaldo**, Judith (2001) *Medios, organizaciones sociales y producción de realidad. Sistematización de una experiencia de capacitación desde la comunicación popular*, Ediciones CECOPAL, Córdoba.
- Gettino**, Osvaldo (2003) *Industrias culturales. Mercado y políticas públicas en Argentina*, Ciccus/Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.
- Giddens**, Anthony (1995) *La constitución de la sociedad*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Goffman**, Erving (1971) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires.
 (1970) *Ritual de la interacción*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.
- Gomes**, Pedro Gilberto (2010) “Buscando o objeto para encontrar a metodologia (ou fenomenologia da midiatizacao)”, en: Neto, Antonio Fasuto y Valdetaro, Sandra (dirs.) *Mediatização, sociedade y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina*, Mincyt-CAPES, págs. 91-106.
- Gómez**, Guillermo Orozco (2003) “Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos”, en: *Intexto*, Vol. 2, N° 9, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, julio/diciembre 2003, págs. 1-13.
- Gramsci**, Antonio (1997) *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Graziano**, Margarita (1997) Textos de apoyo para las primeras clases teóricas de la cátedra Políticas y Planificación de la Comunicación, Carrera de Ciencias de la Comunicación-UBA, Buenos Aires. Mimeo.
- Greimas**, Algirdas Julien y **Courtès**, Joseph (1982) *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Gredos, Madrid.
- Guber**, Rossana (2004) *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*, Paidós, Buenos Aires.
- Gutiérrez**, Alicia B. (2005) *Pobre, como siempre... Estrategias de reproducción social en la pobreza*, Ferreyra Editor, Córdoba.

- Guzzi**, Líbera (2008) “La sociedad civil en la cumbre Mundial sobre Sociedad de la Información: una aspiración democrática”, Trabajo final del curso “Teoría crítica de la tecnología e informatización de la sociedad”, Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea-CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Habermas**, Jürgen (1987) *Teoría de la acción comunicativa*, Taurus, Madrid.
- Halperín Donghi**, Tulio (2004) *La República imposible (1930- 1945)*, Colección Biblioteca del Pensamiento Argentino, Tomo V, Planeta/Ariel, Buenos Aires.
- Hirtz**, Nicolás Agustín; **Mastromarino**, Carolina y **Suárez**, Sebastián (2002) *Análisis del discurso de Radio Revés. Un estudio para la construcción de un Proyecto de Comunicación Alternativa*, Tesina para optar al grado de Licenciados en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Hopenhayn**, Martín (2006) “La concentración de la propiedad sobre los medios atenta contra la democracia comunicacional”, entrevista realizada por Orlando Villalobos Finol en: *Utopía y praxis latinoamericana*, Año 11, Nº 33, pág. 126.
- Huergo**, Jorge (2002) “De la representación a la articulación colectiva”, en: *Desde el fondo*, Cuadernillo Nº 24, Facultad de Trabajo Social, UNER.
- (2009) “La ley y la palabra”, ponencia en: Debates públicos organizados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 3/10/09. Mimeo.
- Jelin**, Elizabeth (2003) “Los derechos humanos y la memoria de la violencia política y la represión: la construcción de un campo nuevo en las ciencias sociales”, en: *Cuadernos del IDES*, Nº 2, Buenos Aires, Octubre 2003.
- Kerbrat-Orechioni**, Catherine (1997) *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Edicial, Buenos Aires.
- Khun**, Thomas (1992) *La estructura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Krakowiak**, Fernando Andrés (2009) *Concentración y transnacionalización en las industrias culturales. Surgimiento y consolidación de los conglomerados transnacionales de medios*, Tesina para optar al grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación-UBA, Buenos Aires. Disponible en: http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/tesinas/Tesina_Fernando_Krakowiak.pdf Consultado en: febrero 2011.
- Kunsch**, Waldemar Luiz (2002) “As matrizes marxistas e cristãs das ideais comunicacionais na América Latina”, en: Marques de Melo, Jose; Gobbi, María Cristina y Kunsch, Waldemar Luiz, *Matrizes comunicacionais latino-americanas. Marxismo e cristianismo*, UNESCO/Universidade Metodista de São Paulo, San Pablo, págs. 13-25.
- Lacerda**, Juciano (2010) “Derecho a la comunicación: el desacuerdo entre las conversaciones digitales de ciudadanos en las redes sociales y los discursos de las corporaciones mediáticas tradicionales”, ponencia en: *Seminario Internacional “Medios, gobiernos y ciudadanías latinoamericanas frente a las transformaciones en políticas de comunicación”*, Red AMLAT y CEA-UNC, Córdoba, 25 y 26/11/10. Mimeo.
- Lago Martínez**, Silvia y otros (2006) *Internet y lucha política. Los movimientos sociales en la red*, Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Lahire**, Bernard (1998) *El hombre plural. Los resortes de la acción*, Bellaterra, Barcelona.
- Lattuada**, Mario (2005) “Crisis y renovación en las organizaciones reivindicativas tradicionales”, en: *Acción colectiva y representación de intereses en la agricultura argentina a fines del siglo XX. Transformaciones institucionales del asociacionismo agrario argentino en el marco de un nuevo régimen social de acumulación*, Tesis para optar al grado de Doctor en Humanidades y Artes, Universidad Nacional de Rosario, Rosario.
- lavaca** (2006) *El fin del periodismo y otras buenas noticias. Los nuevos medios sociales de comunicación: una hipótesis y una guía*, Ediciones lavaca, Buenos Aires.
- Lazzaro**, Luis (2010) *La batalla de la comunicación. De los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información*, Colihue, Buenos Aires.
- León**, Osvaldo (2002) “Democratización de las comunicaciones y de los medios”, conferencia en: *III Foro Social Mundial*, Porto Alegre, 3/01/02. Extracto en: Burch, Sally; León, Osvaldo y Tamayo, Eduardo (2004) ‘*Se cayó el sistema*’. *Enredos de la Sociedad de la Información*, ALAI, Quito, págs. 125-129.
- León**, Osvaldo; **Burch**, Sally; y **Tamayo**, Eduardo (2005a) *Movimientos sociales y comunicación*, ALAI, Quito.
- (2005b) *Comunicación en movimiento*, ALAI, Quito.
- (2001) *Movimientos sociales en la red*, ALAI, Quito.
- Lesgart**, Cecilia (2003) *Usos de la transición a la democracia. Ensayo, ciencia y política en la década del '80*, Homo Sapiens, Rosario.
- Levin**, Silvia (2004) “Los debates en torno al concepto de ciudadanía en sociedades en transformación”, en: *Mediações. Revista de Ciências Sociais*, Vol. 9, Nº 2, Universidad Estadual de Londrina, Londrina (Paraná, Brasil), págs. 119-138.

- Levis, Diego** (2002) “Mayorías silenciosas, el golpear de cacerolas y la Internet”, en: *Kairos. Revista de Temas Sociales*, Año 6, N° 9, marzo 2002. Disponible en: <http://www.revistakairos.org/k09-02.htm> Consultado en: enero de 2011.
- Lins Ribeiro, Gustavo** (1998) “Descotidianizar. Extrañamiento y conciencia práctica, un ensayo sobre la perspectiva antropológica”; en: Boivin, Mauricio; Rosato, Ana y Arribas, Victoria; *Constructores de Otredad*, Eudeba, Buenos Aires.
- Liponetzky, Tamara y Ramos, Pablo** (2005) “La construcción de una programación alternativa: la experiencia de Radio Revés”, en: *I Jornadas de Radio del Nuevo Siglo*, UNC/Universidad Nacional de Río Cuarto/FADECCOS, Vaquerías (Córdoba), Octubre 2005. Mimeo.
- Longoni, Ana** (2005) “La legitimación del Arte Político”, en: *Revista Brumaria*, N° 5 “Arte: la imaginación política radical”, verano 2005. Disponible en: <http://www.brumaria.net/publicacionbru5.htm> Consultado en: enero de 2011.
- Loreti, Damián** (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, Damián; Mastrini, Guillermo; y Baranchuk, Mariana** (comps.) (2007) *Participación y democracia en la Sociedad de la Información. Actas del III Congreso Panamericano de Comunicación*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Ludueña, María Eugenia** (2010) “Todo o nada... Estado y medios en pie de guerra”, en: Rincón, Omar (ed.) *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*, FES, Bogotá.
- MacBride, Sean y otros** (1987) *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, 2° Edición en Español Abreviada (Colección Popular), Fondo de Cultura Económica, México DF.
(1980) “Chapter 3: Democratization of Communications”, en: *Communication and Society Today and Tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order*, Kogan Page, London/Uniput, New York/UNESCO, París, págs. 166-174.
- MacPherson, C. B.** (1991) *La democracia liberal y su época*, Alianza, Buenos Aires.
- Mainguenu, Dominique** (1989) *Introducción a los métodos de análisis del discurso*, Hachette, Buenos Aires.
- Marino, Santiago** (2007) *Neoliberalismo, comunicación y políticas públicas: el caso de la Televisión por Cable en la Argentina entre 1989-2001*, Tesis para optar al grado de Magister en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales-UBA, Buenos Aires.
(2005) “A mitad de camino: ¿Políticas? de comunicación en la Argentina kirchnerista”, ponencia en: *III Congreso Panamericano de Comunicación*, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.fisyp.org.ar/WEBFISYP/MARINO.doc> Consultado en: abril de 2010.
- Marino, Santiago; Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín** (2010) “El proceso de la regulación democrática de la comunicación en la Argentina”, en: *Oficios Terrestres*, Año XVI, N° 25, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata.
- Martín Barbero, Jesús** (coord.) (2009) *Entre saberes desechables, y saberes indispensables. Agendas de país desde la comunicación*, FES, Bogotá.
(2006) “Los laberintos urbanos del miedo”, en: Pereira, José M. y Mirla Villadiego Prins, *Entre miedos y goces: comunicación, vida pública y ciudadanías*, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, págs. 149-163.
- Martínez, Fabiana** (2003) “Partidos del mercado, partidos del Estado: los discursos pre-electores de la campana argentina del 2003”, en: Bonetto, María Susana, Casarín, Marcelo y Piñero, María Teresa, Eds. (2004) *Escenarios y nuevas construcciones identitarias en América Latina*, Compañía de Libros SRL, Córdoba, págs. 231-246.
- Marx, Karl** (1857) “Prólogo a Contribución a la crítica de la Economía Política”, en: *Introducción general a la Economía Política*, Cuadernos de Pasado y Presente, Buenos Aires, 1974.
(1894) “Capítulo LII: Las clases”, en: *El Capital*, Volumen III, Fondo de Cultura Económica, México, 1983, 19° edición.
(1888) “Tesis sobre Feuerbach”, en: *Obras Escogidas de C. Marx y F. Engels*, Tomo I, Progreso, Moscú, 1981, págs. 7-10.
- Mastrini, Guillermo** (2010a) “La televisión estatal en la Argentina: entre el poder político y el negocio”, en: Amado, Adriana (ed.) (2010) *La palabra empeñada. Investigaciones sobre medios y comunicación pública en Argentina*, FES, Buenos Aires.
(2010b) “Las políticas de la televisión argentina”, en: Calcagno, Natalia y Lerman, Gabriel (dirs.) *Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en la Argentina*, Sistema de Información Cultural de la Argentina-Secretaría de Cultura de Presidencia de la Nación, Buenos Aires, págs. 162-180.

- (ed.) (2005a) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006.
- (2005b) “El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada argentina”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 101-111.
- Mastrini**, Guillermo y **Aguerre**, Carolina (2007) “Muchos problemas para pocas voces. La regulación de la comunicación en el siglo XXI”, en: *Diálogo político*, KAS, Año XXIV, N° 3, septiembre 2007, págs. 43-68.
- Mastrini**, Guillermo y **Becerra**, Martín (2006) *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Mastrini**, Guillermo; **Becerra**, Martín; **Baranchuk**, Mariana y **Rossi**, Diego (2005) “Introducción”, en: Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 11-28.
- Mastrini**, Guillermo y **Bolaño**, César (2000) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires.
- Mastrini**, Guillermo, **Bolaño**, César y **Sierra**, Francisco (eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujía, Buenos Aires.
- Mastrini**, Guillermo y **Califano**, Bernardette (2005) (comps.) *Sociedad de la Información en la Argentina. Políticas públicas y participación social*, FES, Buenos Aires.
- Mastrini**, Guillermo y **De Charras**, Diego (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, págs. 217-240.
- Mastrini**, Guillermo y **Loreti**, Damián (2005) “Integración comercial o diálogo cultural ante el desafío de la Sociedad de la Información. Un espacio de diálogo, pensamiento y construcción”, en: Loretti, Damián; Mastrini, Guillermo y Baranchuk, Mariana (comps.) *Participación y democracia en la sociedad de la información. Actas III Congreso Panamericano de Comunicación*, Prometeo, Buenos Aires, págs. 9-18.
- Mastrini**, Guillermo y **Mestman**, Mariano (1996) “¿Desregulación o re-regulación? De la derrota de las políticas a la política de la derrota”, en: *Cuadernos de Información y Cultura*, N° 2, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Mata**, María Cristina (2010) “Romper el silencio”, conferencia en: *Mutirao latinoamericano y caribeño de la Comunicación*, Porto Alegre, Brasil, 2 al 7/02/10. Disponible en: <http://www.muticom.org.br/espanol/artigos/Primer-aporte-Mara--Mata.doc> Consultado en: enero 2010.
- (2008) “Cambiar la agenda”, ponencia en: *VI Encuentro de Nacional de Carreras de Comunicación Social*, Universidad Nacional de Entre Ríos, Entre Ríos (edición digital en CD).
- (2006) “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”, en: *Fronteiras. Estudos Midiáticos*, Vol. 8, N° 1, Unisinos, Porto Alegre, enero/abril 2006, págs. 5-15.
- (2003a) “Medios: ¿desde dónde pensar la acción ciudadana?”, en: Rey, Germán y otros, *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, Colectivo La Tribu, Buenos Aires.
- (2003b) “Ciudadanía comunicativa: un desafío para la democracia”, en: Rey, Germán y otros, *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, Colectivo La Tribu, Buenos Aires.
- (2002) “Comunicación, ciudadanía y poder, pistas para pensar su articulación”, *Diálogos de la Comunicación*, N° 64, FELAFACS, Lima, págs. 64-75.
- (2001) “Interrogaciones sobre el público”, en: Vasallo, María Inmacolata y Fuentes Navarro, Raúl (comps.) *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO, México.
- (1999) “De la cultura masiva a la cultura mediática”, en: *Diálogos de la comunicación*, N° 56, FELAFACS, Lima, págs. 80-91.
- (1998) “Repensar la comunicación popular”, en: *Ciclo de Conferencias Aternativo*, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- (1997) *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, CEA-UNC, Córdoba.
- (1983) “Formación e interrelacionamiento. La experiencia del Programa de Comunicación de CELADEC”, en: *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, Segunda Época, N° 8, octubre 1983, págs. 76-79.
- Mata**, María Cristina; **Carro**, José Pablo; **Debanne**, Luciano y **Monje**, Daniela Inés (2007) “Propuestas para una nueva política de contenidos y programación de Canal 10”, Córdoba, mayo 2007. Mimeo.
- Mata**, María Cristina; **Nicolino**, Liliana; y **Córdoba**, Liliana (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.

- Mata**, María Cristina y otros (2009) “Tele... ¡cómo te queremos!”, Observatorio de Comunicación y Ciudadanía-Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía-CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
- (2007a) “Comunicación y ciudadanía: conocimientos, prácticas y expectativas en la escena cordobesa”, ponencia en: *Primeras Jornadas “Culturas Populares-Culturas Masivas: Los desafíos actuales de la Comunicación*, Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires.
- (2007b) “Ciudad, medios y ciudadanía: Actuaciones e interlocuciones en el espacio público contemporáneo”, proyecto de investigación presentado a SecyT-UNC, Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía, CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
- (2007c) “Públicos y ciudadanía comunicativa: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada” (tercera etapa), Informe de investigación, Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía, CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
- (2006) “Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa”, en: *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina*, FES. Disponible en: www.c3fes.net/docs/ciudadaniacomunicativa.pdf Consultado en: marzo de 2007.
- (2005) “Públicos y Ciudadanía Comunicativa: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada” (primera etapa), Informe de investigación, Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía, CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
- (2003) “Demandas informativas ciudadanas ante la coyuntura electoral. Informe de Investigación”, Programa de Información Pública, Comunicación y Participación Ciudadana, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Mata**, María Cristina; **Segura**, María Soledad; y **Carro**, José Pablo (2008) “El debate sobre la ley de radiodifusión en los medios (Córdoba, abril a septiembre de 2008). Informe preliminar”, Observatorio Ciudadano de Medios de Córdoba-COMIPREN, Córdoba. Mimeo.
- Mata**, María Cristina; **Segura**, María Soledad; **Sallietti**, María Luz; y **Simo**, Juan Carlos. (2007) *Elecciones provinciales Córdoba 2007: Los diarios bajo observación. Tratamiento periodístico de las propuestas electorales provinciales*, Observatorio Ciudadano de Medios-COMIPREN, CISPREN e Imprenta de HIJOS, Córdoba. También disponible en: http://www.cea.unc.edu.ar/of_academica/programas/24comunicacion_ciudadania.php Consultado en: julio de 2010.
- Mattelart**, Armand (2006) “Por una nueva ecología de la comunicación”, en: Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2006) *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo Libros, Buenos Aires, págs. 13-18.
- (2005a) “Pasado y presente de la Sociedad de la Información entre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación y la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información”, en: Loretto, Damián; Mastrini, Guillermo; Baranchuk, Mariana (eds.) *Participación y democracia en la sociedad de la información. Actas III Congreso Panamericano de Comunicación*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- (2005b) “‘Sociedad de la información’. Premisas, nociones e historia de su constitución. Claves para comprender el Nuevo Orden Internacional” en: Mata, María Cristina; Córdoba, Liliana; Nicolino, Liliana (orgs.) *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.
- (2002) *Historia de la Sociedad de la Información*, Norma, Buenos Aires.
- Mattelart**, Armand y **Mattelart**, Michèlle (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona.
- Máximo**, María Elisa (2006) “O eu encena, o eu em rede: um estudo etnográfico nos blogs”, en: *Civitas*, Vol. 7, No 2, Porto Alegre, julio/diciembre 2007, págs. 25-47.
- Meiksins Wood**, Ellen (2000) “Sociedad civil y política de la identidad”, en: *Democracia contra capitalismo*, Siglo XXI, México.
- Mestman**, Mariano (1992) “Estado y sistema de medios en Argentina 1966-1976”, Cátedra de Políticas y planificación de la Comunicación-UBA, Buenos Aires. Mimeo.
- Miller**, David (1997) “Ciudadanía y pluralismo”, en: *Ágora. Cuadernos de Estudios Políticos*, No 7, Buenos Aires.
- Míndez**, Leonardo (2001) *Canal 7. Medio Siglo Perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*, Ciccus/La Crujía, Buenos Aires.
- Miralles**, Ana María (2006) “Periodismo Público en el ámbito del desarrollo municipal y local”, en: *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-FES*, Panamá. Disponible en: <http://www.c3fes.net/docs/periodismopublicopanama.pdf> Consultado en enero de 2011.
- (2002) *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Norma, Bogotá.

- Mocca**, Edgardo (2002) “En defensa de la política (en tiempos de crisis)”, en: Novaro, Marcos (comp.) *El derrumbe político en el ocaso de la convertibilidad*, Norma, Buenos Aires, págs. 253-288.
- Monje**, Daniela Inés (2010) *Políticas de radiodifusión frente a procesos de integración regional: Caso MERCOSUR 1991-2007*, Tesis para optar al grado de Doctora en Ciencias Sociales, FLACSO, Buenos Aires. Mimeo.
- (2008) “La imposible región”, ponencia en: *IX Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación*, ALAIC, México DF. Mimeo.
- (2007b) “Notas sobre radiodifusión en procesos de integración regional. Propuestas para comparación entre los países”, ponencia en: *1º Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação*, Intercom, Santos, Brasil, 29/08 al 2/09/07. Mimeo.
- Monje**, Daniela Inés y **Segura**, María Soledad (2009) “Informe sobre la propuesta de ley de servicios de comunicación audiovisual”, Córdoba, 6/04/09. Mimeo.
- Morales**, Mario (2007) “¿Por qué un observatorio?”, en: *Observatorio de Medios para la Paz*, Bogotá, 26/04/07. Disponible en: <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=2216> Consultado en: febrero de 2007.
- Morales**, Paula (2010) “Red Nosotras en el Mundo. Objetivos, estrategias y acciones”, ponencia en: *Primer Ciclo de Formación Feminista para Activistas Jóvenes*, Fondo de Mujeres del Sur, Córdoba. Disponible en: http://www.mujeresdelsur.org/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=1011:primer-ciclo-de-formacion-feminista-para-activistas-jovenes&catid=17:documentos&Itemid=57&lang=es Consultado en: diciembre 2010.
- Morone**, Rodolfo y **De Charras**, Diego (2005) “El servicio público que no fue: la televisión en el tercer gobierno peronista”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 135-153.
- Mouffe**, Chantal (1999) *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Paidós, Buenos Aires.
- Mozejko**, Danuta Teresa (1994) *La manipulación en el relato indigenista*, Edicial, Buenos Aires.
- Mozejko**, Danuta Teresa y **Costa**, Ricardo Lionel (comps.) (2007) *Lugares del decir 2. Competencia social y estrategias discursivas*, Homo Sapiens, Rosario.
- (2002) *Lugares del decir. Competencia social y estrategias discursivas*, Homo Sapiens, Rosario.
- Muñoz Diez**, Irene (1999) “El poder del Estado en acción: un balance de las transformaciones del aparato estatal en los 90”, en: *Cuadernos del Sur*, Ed. Tierra del Fuego.
- Muraro**, Heriberto (1987) “La comunicación masiva durante la dictadura militar y la transición democrática en la Argentina, 1973-1986”, en: Landi, Oscar (comp.) *Medios, transformación cultural y política*, Legasa, Buenos Aires.
- Murmis**, Miguel y **Portantiero**, Juan Carlos (1984) *Estudios sobre los orígenes del peronismo*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Natanson**, José (2010) “Medios y ‘Nueva Izquierda’: algunos apuntes impresionistas”, en: Rincón, Omar (ed.) *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*, FES, Bogotá.
- Nazareno**, Marcelo (2010) “¿Hace la izquierda la diferencia? La política socio-económica en el ‘giro a la izquierda’ de América Latina”, *Estudios* N° 23-24, enero-diciembre 2010, págs. 175-191.
- Nieto**, Ivanova (2009) “La lucha por una nueva ley de radiodifusión en Ecuador”, ponencia en: *Primer Encuentro de la Red AMLAT*, Universidad Experimental Simón Rodríguez, Caracas, junio 2009. Mimeo.
- Novaro**, Marcos (2002) “La Alianza, de la gloria del llano a la debacle del gobierno”, en: Novaro, Marcos (comp.) *El derrumbe político en el ocaso de la convertibilidad*, Norma, Buenos Aires, págs. 31-106.
- (2009) *Argentina en el fin de siglo. Democracia, mercado y nación (1983- 2001)*, Colección Historia Argentina, Tomo X, Paidós, Buenos Aires.
- Nueva Sociedad* (2005) N° 197: “La Izquierda en el Gobierno”, Caracas, mayo/junio 2005.
- Ochoa**, Verónica (2003) “La ‘posición peronista’ de los presidenciables justicialistas; la configuración de la identidad peronista en el discurso electoral de 2003”, ponencia en: *Congreso Internacional “América Latina: identidad, integración y globalización”*, CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
- O’Donnell**, Guillermo (1988) “Introducción a los casos latinoamericanos”, en: O’Donnell, Guillermo; Schmitter, Philippe; Whitehead, Laurence (comp.) *Transiciones desde un gobierno autoritario. América Latina* Tomo 2, Paidós, Buenos Aires.
- O’Donnell**, María (2007) *Propaganda K. Una maquinaria de promoción con el dinero del Estado*, Planeta, Buenos Aires.

- Oliván**, María Julia y **Alabarces**, Pablo (2010) 678. *La creación de otra realidad*, Paidós, Buenos Aires.
- Ortega**, Eduardo Raúl (1997) *Asociaciones civiles sin fines de lucro de la ciudad de Córdoba. Identificación y dimensión del sector*, Fundación Minetti/Secretaría de Extensión Universitaria-UNC, Córdoba.
- Padilla Fernández**, Adrián (2010) “A Venezuela na idade média”, en: Medina, Cremilda (org.) *Liberdade de expressão. Direito à informação nas sociedades latino-americanas*, Fundação Memorial da América Latina, São Paulo.
- Padovani**, Claudia (2005) “Del Informe MacBride a la CMSI: herencias y transformaciones del debate mundial sobre los desequilibrios en materia de comunicación”, en: *Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*, No 21 “XXI aniversario del Informe MacBride. Comunicación internacional y políticas de comunicación”, Barcelona, enero-abril 2005, págs. 65-69.
- Páez**, Vicente (2009) “La lucha por la democratización de la comunicación”, en: *América Latina en movimiento*, No 443-444: “Paraguay con pronóstico abierto”, Año XXXIII, II Época, ALAI, 23/04/09, Quito, págs. 38-41.
- Panizza**, Francisco (2005) “Unarmed utopia revisited: the resurgence of left-of-centre politics in Latin America”, en: *Political Studies*, vol. 53, 2005, págs. 716-734.
- Pasquali**, Antonio (1991a) “Qué es una radiodifusión de servicio público”, en: *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*, Monte Ávila Editores, Caracas.
(1991b) “Reinventar los servicios públicos”, en: *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*, Monte Ávila Editores, Caracas.
- Pasquini**, José María (1981) “Políticas nacionales de comunicación en la Argentina”, en: Varios autores (1981) *Políticas nacionales de comunicación*, Editorial Época, Quito, págs. 121-190.
- Paulinelli**, María (2009) “Representaciones de la Universidad de Córdoba en La Intemperie”, ponencia en: *VI Encuentro Nacional y III Encuentro Latinoamericano “La Universidad como objeto de investigación”*, Córdoba, 12 al 14/11/09. Mimeo.
(2004) “Las revistas político-culturales de Córdoba: Culturas, La Intemperie, La Orilla”, ponencia en: *V Jornadas Municipales de Historia de Córdoba*, Córdoba, octubre 2004. Mimeo.
- Peñaranda**, Raúl y **Herrera**, Carina (2008) *Los canales en cuestión*, FES, La Paz.
- Pereira**, José M. y **Villadiego Prins**, Mirla (2004) *Entre miedos y goces: comunicación, vida pública y ciudadanía*, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Bogotá.
- Postolski**, Glenn y **Marino**, Santiago (2005) “Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 155-184.
- Prebisch**, Raúl (1982) “El retorno de la ortodoxia”, en: *Pensamiento Iberoamericano*, N° 1, vol.1, págs. 73-78.
(1981) *Capitalismo periférico. Crisis y transformación*, Fondo de Cultura Económica, México, págs.14- 49.
- Quaderns del CAC* (2005) N° 21: “El Informe MacBride 25 años después”, Barcelona, enero/abril 2005.
- Quiroga**, Ana Evangelina (2009) *Las audiencias productoras de noticias y su incidencia en las rutinas periodísticas profesionales. Análisis de las nuevas relaciones entre producción y recepción que se configuran en la red*, Tesis para optar al grado de Magister en Periodismo, Universidad de San Andrés y Grupo Clarín, Buenos Aires.
- Quirós**, Fernando y **Segovia**, Ana (1996) “La Conferencia de San José de Costa Rica (1976)”, en: *Cuadernos de Información y Comunicación*, N° 2, Universidad Complutense de Madrid, págs. 63-80.
- Rabotnikoff**, Nora (1997) *El espacio público y la democracia moderna*, Instituto Federal Electoral, México DF.
- Raboy**, Marc y **Landry**, Normand (2004) *La Communications au coeur de la gouvernance globale. Enjeux et perspectives de la société civile au Sommet mondial sur la société de l'information*, Département de Communication-Université de Montréal, Québec, mayo 2004.
- Ramos**, Murilo César (2007) “Sobre a importancia de repensar e renovar a ideia de sociedade civil”, en: Ramos, Murilo César y Dos Santos, Suzy (orgs.) *Políticas de comunicação. Buscas teóricas y prácticas*, Paulus, Sao Paulo.
- Ramos**, Pablo (2008) “Alterar lo alternativo: una aproximación a la radio alternativa en América Latina”, en: Amman, Ana Beatriz y Da Porta, Eva (comps.) *Rutas alternativas de la comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder*, Ferreyra Editor, Córdoba, págs. 69-81
- Revel**, Jacques (dir.) (1996) *Jeux d'échelles. La mycronalyse à l'expérience*, Le Seuil/Gallimard, París.
- Rey**, Germán (2004) “Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina” en: Solís Leere, Beatriz (coord.) *La relación sociedad/medios en el marco de la Reforma del Estado en México*, Universidad Autónoma de México, México.
(2003a) *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, La Tribu, Buenos Aires.

- (2003b) “Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina”, en: Rey, Germán y otros (2003) *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, Colectivo La Tribu, Buenos Aires, págs. 12-21.
- Reyna**, Roberto (2003) *Una ejemplar defensa de los derechos de los trabajadores de prensa. Notas sobre la historia del CISPREN*, CISPREN, Córdoba.
- Ricoeur**, Paul (2000) *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, Seuil, París.
- (1995) *Tiempo y narración. Configuración del tiempo en el relato histórico*, Siglo XXI, México.
- Rincón**, Omar (ed.) (2010) *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*, FES, Bogotá.
- (2007) *Ya no es posible el silencio. Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana*, FES, Bogotá.
- Ritzer**, George (1993) *Teoría Sociológica Contemporánea*, McGraw-Hill, Madrid, págs. 237-259.
- Rockwell**, Elsie (S/F) “II: Sobre el trabajo de campo etnográfico”, en: *Reflexiones sobre el Trabajo de Campo*, México. Mimeo.
- Rodríguez**, Clemencia (2008) *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*, FES, Bogotá.
- (2003) “Ciudadanos mediáticos y la voz del ángel-poeta”, en: *Signo y Pensamiento*, vol. XXII, N° 42, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, enero-junio 2003.
- Rodríguez**, Daniel y **Seoane**, José (2003) “Medios de comunicación y telecomunicaciones en Argentina. Orígenes y características del proceso de concentración y extranjerización”, en: *Revista del Observatorio de Medios de la UTPBA*, Buenos Aires. Disponible en: http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/investigacion_utpba-conglomerados.doc
Consultado en: diciembre 2010.
- Rodríguez Riquelme**, Mario (2009) *Summum ius, summa injuria. La recuperación de Comercio y Justicia*, Comercio y Justicia Editores, Córdoba.
- Rodríguez Villafañe**, Miguel Julio (2009) *Los fines justifican los medios. Radiodifusión cooperativa y mutual*, Editorial Paraná, Buenos Aires.
- Roncagliolo**, Rafael (1983) “Comunicación y democracia en el debate internacional”, en: *Revista Chasqui*, N° 7, julio/diciembre 1983.
- Ronderos**, María Teresa y **Fogel**, Jean Francois (2006) Seminario-Taller de Periodismo Digital “La cobertura de elecciones a través de Internet”, en: FNPI/Corporación Andina de Fomento, Caracas, 13 al 15/04/06.
- Rosen**, Jay (1996) *Getting the connections right: Public journalism and the troubles in the press*, Twentieth Century Fund, Nueva York.
- Rossi**, Diego (2005) “La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2ª Edición: 2006, págs. 235-255.
- Saintout**, Florencia y **Ferrante**, Natalia (2006) “Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos”, en: *Diálogos de la Comunicación*, N° 73, FELAFACS, Bogotá, julio 2006, págs. 19-26.
- Sallietti**, María Luz y **Casas Brega**, Marina (2009) *Periodismo cívico en La Voz del Interior (1997, 2003 y 2005) Posibilidades y limitaciones de un intento de respuesta a la crisis de representación*, tesina para optar al grado de Licenciadas en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.
- Schmucler**, Héctor (1997) “El NOMIC: recuerdo de lo que no fue”, en: Schmucler, Héctor, *Memoria de la comunicación*, Biblos, Buenos Aires, págs. 257-265.
- (1994) “Estudios de comunicación en América Latina: del desarrollo a la recepción”, entrevista realizada por Carlos Mangone, Silvia Méndez y Mariano Mestman, en: *Causas y Azcares. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis*, N° 1, primavera 1994, El Cielo por Asalto, Buenos Aires.
- Schmucler**, Héctor y **Mata**, María Cristina (coords.) (1992) *Política y Comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos/UNC, Córdoba.
- Schuster**, Federico y otros (2006) *Transformaciones de la protesta social en Argentina 1989-2003*, Documentos de Trabajo, N° 48, IIGG-UBA, mayo 2006.
- Schuster**, Federico; **Naishtat**, Francisco; **Nardacchione**, Gabriel y **Pereyra**, Sebastián (comps.) (2005) *Tomar la palabra. Estudios sobre protesta social y acción colectiva en la Argentina contemporánea*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Schutz**, Albert y **Luckman**, Thomas (1977) *Las estructuras del mundo de la vida*, Amorrortu, Buenos Aires.

- Segovia**, Ana I. (2006) “Cincuenta años de Economía Política de la Comunicación”, en: *Cuadernos de Información y Cultura*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, págs. 7-10.
- Segura**, María Soledad (2010a) “La reforma del sistema comunicacional: una cuestión ciudadana”, en: *Fronteiras. Estudos Midiáticos*, vol. 12, N° 3, Unisinos, Sao Leopoldo, Diciembre 2010. Disponible en: <http://www.frenteiras.unisinos.br/> Consultado en: diciembre de 2010.
- (2010b) “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, págs. 119-140.
- (2010c) “Democratizando las comunicaciones globales: nuevos sujetos, nuevas prácticas”, en: *Rastros*, Año XI, N° 13, NECOM-IELUSC, septiembre 2010, Santa Catarina, págs. 55-68.
- (2010d) “Las esferas públicas como lugares de disputa. Una relectura de Fraser desde las teorías y prácticas de la comunicación en Latinoamérica”, en: Morey, Patricia y Boria, Adriana (edits.) *Teoría social y género. Polémicas en torno al modelo teórico de Nancy Fraser*, Catálogos, Buenos Aires, págs. 323-344.
- (2009a) “Observatorios de medios: un modo de ejercicio de la ciudadanía comunicativa”, en: Mata, María Cristina y Aquín, Nora (comps.) *Aportes de la investigación de la Universidad Nacional de Córdoba para el diseño de políticas públicas* (edición digital en CD), UNC, Córdoba, agosto 2009.
- (2009b) “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*, Universidad Central de Ecuador, “Investigación de la Comunicación”, N° 9, Año 5, Quito, págs. 105-122.
- (2008a) “Comunicación y Ciudadanía en los estudios latinoamericanos de comunicación”, en: *Publicación del CIFYH*, “Ciudadanía”, Año 6, No 5, CIFYH-UNC, págs. 705-723.
- (2008b) “Comunicaciones: ¿Cambiar las reglas de juego o adaptarse a las existentes?”, en: *Question*, No 19, invierno 2008, Sección Informes de Investigación, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <http://www.perio.unlp.edu.ar/question/> Consultado en: enero de 2009.
- (2008c) “Procesos políticos y comunicacionales en Latinoamérica en los últimos 50 años”, en: *Perspectivas de la Comunicación*, No 1, Vol. 1, Maestría en Ciencias de la Comunicación, Universidad de la Frontera, Temuco (Chile), julio 2008. Disponible en: <http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/> Consultado en: diciembre de 2008.
- (2006) “La reproducción de la exclusión en el discurso oficial. Las nuevas políticas sociales en la Argentina (2003-2005)”, en: *Temas y Debates 11. Revista Universitaria de Ciencias Sociales*, Año 10, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales-UNR, UNR Editora, octubre 2006, págs. 137-157.
- (2003) *La lógica de mercado en el discurso oficial. La reforma del Estado en Córdoba (1999-2001)*, Tesis para optar al grado de Magister en Comunicación y Cultura Contemporánea, CEA-UNC, Córdoba, 2003. Mimeo.
- Seoane Pérez**, Francisco (2004) *Periodismo Cívico. Aportaciones y Críticas*, Trabajo de investigación tutelado, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- Signo y Pensamiento* (2001) vol. XX, N° 38: “Escenarios de lo público. Medios, ciudadanía y gestión de lo público”, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Bogotá, I semestre 2001.
- Sirvén**, Pablo (1988) *Quién te ha visto y quién te ve. Historia informal de la televisión argentina*, Ediciones La Flor, Buenos Aires.
- Smulovits**, Catalina (2004) “El malestar de la representación”, en: *El Debate Político. Revista Iberoamericana de Análisis Político*, Año 1, N° 1, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, verano 2004, págs. 81-84.
- Stasyszyn**, Víctor y **Durán**, Yaraví (2009) *Palabra de diario. Testimonios de la prensa gráfica. Córdoba, 1960-2009*, Comunicarte, Córdoba.
- Sodré**, Muniz (1998) *Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos*, Gedisa, Barcelona.
- Solís Lerec**, Beatriz (coord.) (2005) *Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado*, Senado de la República/KAS/AMEDI, México DF.
- (2004) (coord.) *La relación sociedad/medios en el marco de la reforma del Estado en México*, Universidad Autónoma de México, México.
- Sorj**, Bernardo (comp.) (2010a) *Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- (2010b) *Usos, abusos y desafíos de la sociedad civil en América Latina*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Svampa**, Maristella (2008a) *Cambio de Época. Movimientos sociales y poder político*, Siglo XXI/CLACSO Coediciones, Buenos Aires.
- (2005) *La sociedad excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*, Taurus, Buenos Aires.

- Svampa, M. y Pereyra, S.** (2003) *Entre la ruta y el barrio. La experiencia de las organizaciones piqueteras*, 2º Edición, Biblos, Buenos Aires.
- Tagle, Sergio** (comp.) (2000) *Neoliberalismo, comunicación y después. Semana del Comunicador 1999*, ECI-UNC, Córdoba.
- (1998) “Palabras de un poder emergente. Comunicación, movimientos populares y construcción política alternativa”, en: *Ciclo de Conferencias Alternativo*, ECI-UNC, Córdoba.
- Tamayo, Eduardo** (2008) “Nueva constitución: avances y desafíos en materia de comunicación”, conferencia en: III Foro Social de las Américas, Guatemala, 7 al 12/10/2008. Disponible en: <http://forocomecuator.blogspot.com/2008/10/nueva-constitucin-avances-y-desafos-en.html>
Consultado en: agosto de 2009.
- Tarrow, Sidney** (1998) *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*, Alianza, Madrid, 2º edición en castellano: 2009.
- Terán, Oscar** (1995) *Michel Foucault. Discurso, poder y subjetividad*, El Cielo por asalto, Buenos Aires.
- Traversaro, Natalia** (2007) “La comunicación en los movimientos sociales según las teorías sociológicas europeas y norteamericanas dedicadas al estudio de la acción colectiva”, ponencia en: *VI Bienal Iberoamericana de Comunicación* (edición digital en CD), ECI-UNC, Córdoba.
- Tremblay, Gaëtan** (1988) “La noción de servicio público”, en: *Telos*, N° 14, Fundesco, Madrid.
- Uranga, Washington** (2005) “Prólogo”, en: Mastrini, Guillermo (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006, págs. 7-10.
- Varela, Juan** (2004) “Medios hiperlocales para ciudadanos activos”. Disponible en: <http://periodistas21.blogspot.com/2004/08/periodismo-3.html> Consultado en: enero de 2011.
- (2005) “Periodismo 3.0, la socialización de la información”. Disponible en: <http://periodistas21.blogspot.com/2005/07/periodismo-30-la-socializacin-de-la.html> Consultado en: enero de 2011.
- Verón, Eliseo** (1998) “Interfaces sobre la democracia audiovisual evolucionada”, en: Ferry, Jean- Marc; Wolton, Dominique y otros *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, págs. 124-139.
- (1993a) “El sentido como producción discursiva”, en: *La Semiosis Social*, Gedisa, Barcelona, págs. 124-133.
- (1993b) “La red de distancias”, en: *La Semiosis Social*, Gedisa, Barcelona, págs. 134-139.
- (1987) “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”, en: Verón, Eliseo y otros, *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Hachette, Buenos Aires, págs. 13-26.
- (1980a) “La Semiosis Social”, en: Monforte Toledo, M. (coord.), *El discurso político*, UNAM/Nueva Imagen, México D.F., págs. 145-165.
- (1980b) “Discurso, poder, poder del discurso”, en: *Anais do primeiro colóquio de Semiótica*, PUC/Edições Loyola, Río de Janeiro, págs. 85-97.
- Vezzetti, Hugo** (2009) *Sobre la violencia revolucionaria. Memorias y olvidos*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Viguera, Anibal** (2000) "Estado, empresarios, y reformas económicas: en busca de una perspectiva analítica integradora", en: *Zona Abierta*, 90/91, Madrid.
- Vinelli, Natalia** (2002) *Ancla. Una experiencia de comunicación clandestina orientada por Rodolfo Walsh*, La Rosa Blindada, Buenos Aires.
- Vinelli, Natalia y Rodríguez Esperón, Carlos** (comps.) (2004) *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, Peña Lillo/Continente, Buenos Aires.
- Vitantonio, Hugo** (2005) “Los medios de comunicación universitarios en Argentina”, UNESCO-IESALC, Rosario, Agosto de 2005. Disponible en: <http://www.iesalc.unesco.org.ve/docs/boletines/boletin105/boletinNro105.htm> Consultado en: julio de 2009.
- Waisbord, Silvio** (2008) “Press and public sphere in contemporary Latin America”, en: Harvard-World Bank Workshop, 29 al 31 de mayo de 2008. Disponible en: <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Conference/Conference%20papers/Waisbord%20Latin%20America.pdf> Consultado en: octubre de 2010.
- Weber, Max** (1973) *Ensayos sobre metodología sociológica*, Amorrortu, Buenos Aires.
- (1969) *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Península, Barcelona.
- (1944) *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, FCE, México.
- Weffort, Francisco** (1970) “Notas sobre la teoría de la dependencia: ¿teoría de clases o ideología nacional?”, Documento de circulación interna de la Asociación de Becarios del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, México, págs. 3-19.

- Williams**, Raymond (2000) *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona.
 (1994) *Sociología de la cultura*, Paidós, Barcelona.
- Williamson**, John (1993) “La democracia y el consenso de Washington”, Institute for International Economics, Washington D. C.
- Winocur**, Rosalía (2002) *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*, Gedisa, Barcelona.
- Wolf**, Mauro (2004) *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*, Paidós, Buenos Aires.
- Zerba**, Andrés (2004) *La Revolución de la imagen de Radio Revés. Hacia un modelo participativo de producción visual*, Tesina para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.

Hemerografía

- Abramovich**, Ana Luz (2003) “Hay que pelear por más”, en: *Desafíos Urbanos-Apuntes para el debate: “Una economía solidaria ¿es posible?”*, octubre de 2003, págs. 22-25.
- Alfieri**, Guillermo y **Federico**, Mauro (19/04/08) “Miente que algo contaminarás”, en: Crítica de la Argentina, Buenos Aires.
- Aliverti**, Eduardo (23/03/09) “Ahora o tal vez nunca”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- AMARC** (2009a) “Se aprueba ley de radiodifusión comunitaria que atenta contra derechos fundamentales”. Disponible en: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/1084> Consultado en: marzo de 2009.
- (2009b) “Critérios democratizantes e transparência nas concessões foram resoluções da Confecom”. Disponible en: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=países/24> Consultado en: marzo de 2009.
- Ámbito Financiero** (15/01/88) “Alfonsín enviaría ya la ley de medios al Congreso”, Buenos Aires.
- Arencibia**, Fabiana (2005) “Que 35 años no es nada”, en: *Red Eco Alternativo*, 25 de mayo de 2005. Consultado en octubre de 2010 en: <http://alainet.org/active/8278&lang=es>
- Argenpress** (13/07/05) “Reflexiones acerca del decreto 527”. En: <http://www.argenpress.info/nota.asp?num=022354> Actualmente no disponible.
- Blank**, Julio (11/04/08) “Rechazan el intento oficial por monitorear a los medios”, en: *Clarín*, Buenos Aires.
- Braslavsky**, Guido (31/07/08) “El Gobierno analiza cómo mejorar su imagen mediática”, en: *Clarín*, Buenos Aires.
- Becerra**, Martín (10/10/09) “Las cuentas pendientes de los medios”, en: *La Nación*, Buenos Aires.
- (2008a) “La mesa chica y el espacio público”, en: *La Nación*, Buenos Aires, 20/04/08.
- (2008b) “Enigmas de la televisión digital”, en: *Hoy la Universidad*, UNC y La Voz del Interior, Córdoba, 12/10/08.
- (2008c) “Los medios salen del placard”, en: *Página/12*, Buenos Aires, 23/04/08.
- Beltrán Salmón**, Luis Ramiro (2002) “Veedurías de comunicación: presión social”, en: *Los Tiempos*, Bogotá. Disponible en: http://www.lostiempos.com/noticias/18-06-05/18_06_05_pv1.php Consultado en: noviembre de 2009.
- Beresovsky**, Alejandra (11/12/08) “Diputados K presentan un proyecto alternativo de Ley de Radiodifusión”, en: *El Cronista*, Buenos Aires.
- Busso**, Néstor (8/06/05) “El gobierno cedió a la presión de las corporaciones”, en: *FARCO*, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.farco.org.ar/contenido.shtml?fview=182&cx=22599> Consultado en: octubre 2010.
- Caparrós**, Martín (13/03/09) “La paja ajena”, en: *Crítica*, Buenos Aires.
- Casullo**, Nicolás (20/04/08) “Una nueva historia vieja”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Cecchi**, Horacio (3/04/08) “Los medios con la soja al cuello”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- CECI** (2003) *El Ancla*, Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información, Córdoba, N° 16, Año 5, 2003; N° 17, Año 5, 2003.
- (2001) *El Ancla*, Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información, Córdoba, abril de 2001; N° 12, Año 4.
- (2000/2001) *El Ancla*, Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información, Córdoba, N° 9, octubre/noviembre/ diciembre de 2000/ enero/ febrero de 2001.
- (2000) *El Ancla*, Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información, Córdoba, N° 6, abril del 2000; N° 8, agosto-septiembre 2000.

- (1999) *El Ancla*, Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información, Córdoba, N° 2, Año 2; N° 3, Año 2; N° 4, Año 2; N° 5, Año 2, octubre de 1999.
- (1998) *El Ancla*, Centro de Estudiantes de Ciencias de la Información, Córdoba, N° 1, Año 1.
- CECOPAL** (1996/1997) *Desafíos Urbanos*, Año 3, N° 14, CECOPAL, Córdoba, diciembre 1996/enero 1997.
- (1998/1999) *Desafíos Urbanos*, Año 4, N° 24/25, CECOPAL, Córdoba, diciembre 1998/enero 1999.
- (1999) *Desafíos Urbanos*, Año 4, N° 26, CECOPAL, Córdoba, marzo/abril 1999; Año 5, N° 27, CECOPAL, Córdoba, julio/agosto 1999.
- (1999/2000) *Desafíos Urbanos*, Año 5, N° 29, CECOPAL, Córdoba, diciembre 1999/enero 2000.
- (2002) *Desafíos Urbanos*, N° 36, CECOPAL, Córdoba, marzo/abril 2002; N° 37, CECOPAL, Córdoba, junio/julio 2002.
- (2002/2003) *Desafíos Urbanos*, N° 39, CECOPAL, Córdoba, diciembre 2002/enero 2003
- (2003) *Desafíos Urbanos*, N° 43, CECOPAL, Córdoba, diciembre 2003/enero 2004.
- (2006) *Desafíos Urbanos*, Año 12, No 53, “20 años y un mismo compromiso con los sectores populares”, CECOPAL, Córdoba, agosto/septiembre 2006.
- (2008) *Art. 0*, Año IX, N° 29: “La verdad en venta. El debate por una nueva ley de radiodifusión”, CECOPAL, Córdoba, septiembre 2008.
- CISPREN** (1985) *Proyección Gremial. Boletín del Círculo Sindical de la Prensa de Córdoba*, N° 5, CISPREN, Córdoba, noviembre 1985.
- (2000) *Proyección*, CISPREN, Córdoba, septiembre 2000; diciembre 2000.
- (2001) *Proyección*, CISPREN, Córdoba, mayo 2001; septiembre de 2001; diciembre 2001.
- (2002) *Proyección*, CISPREN, Córdoba, junio 2002.
- (2003) *Proyección*, CISPREN, Córdoba, diciembre 2003.
- (2004) *Proyección*, CISPREN, Córdoba, mayo/junio 2004; septiembre/octubre 2004.
- (2005) *Proyección*, CISPREN, Córdoba, abril/mayo 2005; julio/agosto 2005; octubre 2005; diciembre 2005.
- (2006) *Proyección*, CISPREN, Córdoba, octubre 2006; diciembre 2006; abril/mayo 2007; septiembre 2007.
- (2008) *Proyección*, “El hambre y la comunicación todavía esperan”, Córdoba, julio 2008.
- (1998) *Umbrales. Crónicas de fin de siglo*, Año 5, N° 7, marzo 1998; Año 5, N° 8, junio 1998; Año 5, N° 9, octubre 1998;
- (2000) *Umbrales. Crónicas de fin de siglo*, Año 7, N° 14, octubre/noviembre 2000.
- (2006) *Umbrales. Crónicas de la Utopía*, Año 9, N° 16, “Los periodistas de Córdoba durante el golpe militar de 1976”, Córdoba, marzo 2006.
- Clarín** (19/05/88) “Quejas en el Senado”, Buenos Aires.
- (29/05/03) “La niña que se desmayaba de hambre ahora tiene desnutrición”, Buenos Aires.
- (24/03/07) “No hay protesta si no hay cámaras”, Buenos Aires.
- (13/10/07) “Expoagro 2008, con todas las luces”, en: *Clarín*, Buenos Aires
- (17/04/08) “Cristina ratificó el interés oficial en una nueva ley de radiodifusión”, Buenos Aires.
- (18/04/08) “Crecen las presiones por la Ley de Radiodifusión”, Buenos Aires.
- (26/04/08) “ADEPA rechazó eventuales controles del Gobierno sobre la radio y la TV”, Buenos Aires.
- (30/04/08) “Se reunió Cristina con académicos de universidades públicas y privadas”, Buenos Aires.
- (6/05/08) “Cristina, con productores de cine y TV por la ley de radiodifusión”, Buenos Aires.
- (11/06/08) “TyC anunció que Direct TV se incorporará como nuevo accionista de la empresa”, Buenos Aires.
- (20/06/10) “Szpolski, el ‘socio’ dilecto de los K”, Buenos Aires.
- (14/08/06) “Periodismo ciudadano: crónicas con mirada propia, celular en mano”, Buenos Aires.
- Comercio y Justicia** (7/06/04) “Foro contra la censura. Se constituyó en Córdoba la Comipren”, Córdoba.
- Comunicadores Solidarios** “Levantamos programas de TV en Río Ceballos. Comunicado de prensa de la Comipren”, Córdoba.
- Colectivo La Tribu** (2005) "El gobierno prorrogó por decreto las licencias de los medios de comunicación comerciales", en: *Indymedia Argentina*, 30 de mayo de 2005. Disponible en: <http://argentina.indymedia.org/news/2005/05/295889.php> Consultado en: octubre de 2010.

- Córdoba**, María Liliana (2008a) “Redistribuir la palabra y la información”, en: *Hoy la Universidad*, N° 42, UNC, Córdoba, 17/08/08.
- Córdoba** (23/07/1986) “Nueva ley de radiodifusión: Participación de los trabajadores”, Córdoba.
- Crítica** (2/04/08) “Durmiendo con el enemigo”, Buenos Aires.
 (15/04/08) “El Gobierno reordenó la grilla de canales de noticias” y “Los 21 Puntos que le presentarán a Cristina por la Ley de Radiodifusión”, Buenos Aires.
 (13/08/08) S/D, Buenos Aires.
 (12/12/08) “No están en la misma onda”, Buenos Aires.
- Curia**, Walter (19/01/11) “Magnetto y K, pelea de fondo”, en: *Perfil*, Buenos Aires.
- El Cronista** (12/04/08) “El COMFER regula la televisión por cable”, Buenos Aires.
- FARCO** (4/07/05) “Mesa de debate sobre el decreto 527”. Disponible en: <http://www.farco.org.ar/contenido.shtml?fview=182&x=23314> Consultado en: octubre de 2010.
- Farías**, Mario (mar./abr. 1999) S/D, en: *Desafíos Urbanos*, Año 4, N° 26, CECOPAL, Córdoba.
- Fernández**, Pablo y **Moyano**, Ícaro (2006) “El periodismo ciudadano no existe”, en: *El País*, Madrid, 2 de marzo de 2006. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/internet/periodismo/ciudadano/existe/elpepuntec/20060302elpepuntec_7/Tes
- Fontevicchia**, Jorge (24/08/08) “Silencio de radio”, en: *Perfil*, Buenos Aires.
- Galli**, Guillermo (2002) “Cacerolazos en la red”, en: *En.red.ando* No 304, Barcelona. Disponible en: <http://enredando.com/cas/enredados/enredados232.html> Consultado en: marzo de 2005.
- Gatti**, Daniel (2004) “Queríamos tanto a Página”, en: *La Insignia*, 17 de noviembre de 2004. Disponible en: <http://www.paginadigital.com/articulos/2004/2004cuart/cartas6/c2811711-4.asp> Consultado en: diciembre de 2010.
- Gelves**, Fernando (16/07/08) “La discusión sobre políticas públicas de radiodifusión se amplía”, en: AMARC-ALC Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación, Montevideo,. Disponible en: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/699> Consultado en enero de 2011.
- Genoud**, Diego (6/03/09) “El Gobierno quiere dejar en orsái a Clarín”, en: *Crítica*, Buenos Aires.
- Glanz**, Damián (6/11/08) “A Néstor le cambió la onda”, en: *Crítica*, Buenos Aires.
 (29/04/08) “Estalló la guerra de las licencias. Ley de Radiodifusión: Gobierno y multimedios ya clavan sus trincheras (1° entrega)”, en: *Crítica*, Buenos Aires.
 (30/05/08) “Un premio para las telefónicas”, Buenos Aires.
- Gardella**, Tina (13/11/08) “Universidad y ley”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Giuliani**, Juan Carlos (19/12/08) “Frustración del doble discurso”, en: *Agencia ACTA*, CTA, Buenos Aires.
 (abril/mayo 2007) “Derogar la ley de la dictadura”, en: Proyección, CISPREN, Córdoba, pág. 10.
 (2004) “Hemos roto con la tentación del elitismo”, en: *Prensa Alternativa, diario Mar de Ajó, Prensa Popular* (discurso en la apertura del Congreso de Trabajadores de la Prensa y la Comunicación, Arroyito).
- Gladwell**, Malcolm (3/10/10) “La revolución no será twitteada”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Gumucio Dagon**, Alfonso (18/12/08) “Radio comunitaria y derecho a la comunicación” en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Hervieu**, Benoît (2007) “RSF celebra aprobación de Ley y desea que inspire a otros países del continente”. Disponible en: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/476> Consultado en: marzo de 2009.
- Infonegocios TV** (15/12/06) “Hoy Día Córdoba y Reporte 15 unen fuerzas”, “La pantalla se calentó”, Córdoba. Disponible en: <http://www.infonegocios.info/ElDiariodeInfonegocios/20061215Diario.html> Consultado en: octubre de 2010.
- Ingold**, Alberto (1999) “Las radios comunitarias no aceptan la normalización del Ejecutivo nacional”, en: *El Ancla*, N° 5, Año 2, Octubre de 1999, págs. 8-9.
- Jaimes**, Diego (25/08/10) “¿Comunicación pública alternativa?”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Jornet**, Carlos (12/12/08) “Los medios y el desarrollo social”, en: *La Voz del Interior*, Córdoba.
- Kloker**, Daniel (2005) “Para autoafirmar el rol social del periodismo”, en: Prensared, CISPREN, Córdoba, 20 de abril de 2005. Disponible en: <http://www.cispren.com.ar/indexmain.php?lnk=0&mnu=0&idnota=2078> Consultado en: julio de 2010.
- La Décima. Noticias de la zona sur**, Córdoba, noviembre de 2008, No 1, Año 1.
- La Nación** (22/01/88) “Proyecto de ley de radiodifusión: Los anunciantes critican una propuesta oficial”, Buenos Aires.

- (24/09/97) “La TV vuelve a ofrecer su corazón”, en: *La Nación*, Buenos Aires.
- (19/12/08) “Con representación de todas las señales. La televisión pública ya tiene quien la aconseje”, Buenos Aires.
- (11/03/09) “El gobierno apura la presentación de la ley de radiodifusión”, Buenos Aires.
- (5/02/10) “El recuerdo de la caricatura de Sábat”, Buenos Aires.
- Lanata**, Jorge (6/04/08) “Enemigos íntimos”, en: *Crítica*, Buenos Aires.
- La Noticia** (15/11/07) “Se cumplen 14 años del asesinato del periodista Mario Bonino”, Bolívar.
- La Voz del Interior** (25/02/88) “Pronunciamento sobre la ley de radiodifusión”, Córdoba.
- (17/12/06) “A cinco años de la caída de De la Rúa”, Córdoba.
- Lorca**, Javier (17/04/08) “Hay que cambiar esta ley de la dictadura”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Matices**, Año 18, N° 210, Córdoba, Diciembre de 2008.
- Monje**, Daniela Inés (2007a) “De cuando Internet iba a ser para todos”, en: *Umbrales. Crónicas de la utopía*, Año 9, N° 9, CISPREN, Córdoba, abril de 2007, págs. 72-74.
- Noguera**, Federico (2009) “El sitio cordobés sosperiodista impulsa la práctica del periodismo entre los ciudadanos”, en: revista *Caras y Caretas*, Buenos Aires, noviembre 2009.
- Oliva**, Alexis (17/11/08) “Un par de temporadas en la aldea gala”, Córdoba. Correo electrónico.
- (Julio de 2008) “Los latifundistas de la comunicación”, en: *Proyección* “El hambre y la comunicación todavía esperan”, CISPREN, Córdoba, págs. 6-8.
- (Diciembre 2006) “El sueño consagrado de un dictador”, en: *Proyección*, CISPREN, Córdoba, pág. 3.
- Página/12** (11/09/08) “Por la bendita ley de radiodifusión”, Buenos Aires.
- (23/02/09) “El Gobierno comienza a abrir el juego de las licencias de TV por cable”, Buenos Aires.
- (1/10/08) “Es impostergable la sanción”, Buenos Aires.
- (4/06/08) “Por una nueva redistribución del espacio de las comunicaciones”, Buenos Aires.
- (14/05/08) “Asistimos a una dura confrontación”, Buenos Aires.
- Piccione**, Néstor (7/11/08) “Los ‘21 Puntos’ van al Congreso”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- (5/03/09) “Son los viejos intereses”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Ponsati**, Ernesto (abr./may. 2004) “Se creó la comisión de defensa de la libertad de expresión y el derecho a la información”, en: *Proyección*, CISPREN, Córdoba, págs. 3-4.
- Ponza**, Pablo (1999) “Tosco y los estudiantes de la Escuela”, en: *El Ancla*, No 3, CECI, Córdoba, pág. 17.
- Prensa de Frente** (23/05/05) “A medida de los multimedios”. Disponible en: <http://www.prensadefrente.org/pdfb2/index.php/a/2005/05/23/p145> Consultado en: octubre de 2010.
- Prensared** (27/04/05) “Periodistas cordobeses serán consultados para elaborar un Código de Ética”, CISPREN, Córdoba. Disponible en: <http://www.cispren.com.ar> Consultado en: marzo de 2010.
- (10/04/08) “Intolerancia y doble discurso”, CISPREN, Córdoba. Disponible en: <http://www.cispren.com.ar> Consultado en: junio de 2008.
- Quiroga**, María José (2006) “Militante de la pasión y la ternura”, en: *Umbrales. Crónicas de la Utopía*, Año 9, N° 16, “Los periodistas de Córdoba durante el golpe militar de 1976”, Córdoba, marzo de 2006, págs. 46-47.
- Ramonet**, Ignacio (4/10/09) “La prensa diaria se muere”, en: *Le Monde Diplomatique*, edición chilena, Santiago de Chile.
- Rebossio**, Alejandro (28/07/08) “La derrota frente al campo fuerza a Cristina Fernández a cambiar el paso”, en: *El País*, Madrid.
- Rega**, Ernesto (12/12/08) “La madre de todas las deudas”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Reinoso**, Susana y **Di Lázzaro**, Alejandro (13/04/08) “La madre de todas las batallas es una nueva ley de radiodifusión”, en: *La Nación*, Buenos Aires.
- Rodríguez Villafañe**, Miguel Julio (2005a) “Ética periodística y medios de difusión”, en: *La Voz del Interior*, Córdoba, 12 de abril de 2005.
- (2005b) “Radiodifusión, ley y trampa para Unos y para Otros, ni su derecho”, en: Haciendo Cumbre. Observando las políticas de TICs en Argentina, Córdoba, 26 de mayo de 2005. Disponible en: http://www.haciendocumbre.org.ar/documentpage.shtml?sh_itm=6df4984ca2a765fd20c04199e84e2f2a&nocache=1&sel_ids=1
- Romero**, Ivana (11/09/09) “Los bloggers K”, en: *Noticias*, N° 1707, Buenos Aires.
- Romero**, Javier (19/07/08) “Un freezer para la Ley de Radiodifusión”, en: *Crítica*, Buenos Aires.
- Scaletta**, Claudio (23/07/06) “El mal de la mosca loca”, en: *Página/12*, Buenos Aires.

- Saralegui**, Raquel (2006) “Trabajo con fines sociales”, en: *La Nación*, Buenos Aires, 24/09/06. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/Archivo/nota.asp?nota_id=842797 Consultado en: octubre 2008.
- Schurman**, Diego (2/03/09) “¿Ahora sí?”, en: *Crítica*, Buenos Aires.
- Segura**, María Soledad (2008) “México: Legisladores y ciudadanía frenan la Ley Televisa. Los argumentos le ganaron al poder mediático”, en: *Umbrales. Crónicas de la Utopía*, CISPREN, Córdoba, diciembre de 2008, págs. 142-144.
- (2007) “¿El fin del periodismo, o de la palabra hegemónica?”, en: *Umbrales. Crónicas de la utopía*, Año 9, No 9, CISPREN, Córdoba, abril de 2007, págs. 75-77.
- (2004a) Armand Mattelart: “Ha llegado el momento de plantear la reforma del sistema de comunicaciones”, en: *Desafíos Urbanos*, Año 9, No 45, CECOPAL, Córdoba, junio/julio 2004, págs. 12-14.
- (2004b) Infored: “El desafío es construir medios alternativos que alcancen masividad”, en: *Desafíos Urbanos*, Año 9, No 45, CECOPAL, Córdoba, junio/julio 2004, págs. 36-40.
- Segura**, María Soledad y **Mata**, María Cristina (15/10/08) “Ni jueces ni panaceas”, en: *Página 12*.
- Svampa**, Maristella (2008b) “2008 no es 2001. Concentración del poder y nuevo populismo agrario”, en: *Crítica*, Buenos Aires, 19/06/08. Disponible en: <http://maristellasvampa.net/blog/?p=73> Consultado en: enero de 2011.
- Uranga**, Washington (23/04/08) “Comunicación y medios”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- (22/08/08) “Un terrenal interés por los medios”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- (13/05/08) “Comunicación, poder y política”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Veintitrés** (3/09/09) Época II, Año 12, No 583, “Las 23 razones por las que apoyamos la nueva Ley de Medios”, Buenos Aires.
- Verbitsky**, Horacio (1/06/08) “¿Interés general?”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- (22/02/09) “Cable a tierra”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- (10/01/10) “Hombre de la Plaza Rosada”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Vogelman**, Catalina (20/05/08) “Que los jóvenes tomen la antorcha”, en: *Prensared*, CISPREN, Córdoba. Disponible en: www.prensared.com.ar Consultado en: diciembre 2008.
- Wainfeld**, Mario (2/03/09) “Ritos, palabras, costumbres”, en: *Página/12*, Buenos Aires.
- Ziblat**, Gabriel (6/10/08) “La Ley de Radiodifusión no va a ser sancionada este año”, en: *Perfil*, Buenos Aires.

Documentación

ADC www.adc.org.ar

(2004) “Una radiodifusión pública para la democracia. Principios básicos sobre el funcionamiento de la Radio y Televisión Públicas”, Buenos Aires.

ADC y OSI (2008a) “Periodismo por el acceso a la información pública, dossier de casos”, Buenos Aires.

(2008b) “El precio del silencio: abuso de publicidad oficial y otras formas de censura indirecta en América Latina”, Buenos Aires y Nueva York.

ADEPA www.adepa.org.ar

Agencia Universitaria de Noticias

(1999) Proyecto Agencia Universitaria de Noticias.

(1999) Publicación de AUN para la Semana del Comunicador 1999, Miércoles 25 de agosto de 1999, Año 1, No 1; Viernes 27 de agosto de 1999, Año 1, No 2; Martes 31 de agosto de 1999, Año 1, No 3.

(1999) Cable de noticias, 19/11/99.

(2000) Publicación de AUN para la Semana del Comunicador 2000, 30 de agosto, Año 2, No 4; 2 de septiembre, Año 2, No 5.

AIDIC (2004) *El estado de los derechos de la información y de la comunicación en Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Costa Rica, Ecuador, España, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela*, AIDIC/KAS (edición digital en CD).

ALAI, ALER, AMARC-ALC y otras (2005) “Campana Continental por los Derechos de la Comunicación”, Río de Janeiro, junio 2005. Disponible en: <http://www.movimientos.org/derechos-comunicacion/campana.phtml> Consultado en: enero 2010.

- (2006) “Ejes temáticos 2006-2007”, Campaña continental por los derechos a la comunicación, Caracas, enero 2006. Disponible en: http://www.movimientos.org/derechos-comunicacion/show_text.php3?key=7420 Consultado en: enero 2010.
- ADC, CELS, CIPPEC, FADECCOS, FOPEA y Poder Ciudadano** (2008) “Declaración de las organizaciones de la sociedad civil por una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual”, Buenos Aires, 30/09/08. Disponible en: http://www.fopea.org/Inicio/Sociedad_Civil_por_una_ley_de_comunicacion_audiovisual Consultado en: noviembre 2010.
- AMEDI-Observatorio de medios** <http://www.amedi.org.mx/>
- ANARCICH** <http://www.radioscomunitariaschile.cl/>
- Asociación Civil Calandria** www.calandria.org.pe
 “Veeduría ciudadana de medios de comunicación”, Perú. Disponible en: <http://www.calandria.org.pe/> Consultado en: febrero 2009.
 “Agenda periodística del desarrollo y periodismo cívico”. Disponible en: <http://www.calandria.org.pe/> Consultado en: febrero 2009.
- ARPA** www.arpa.org.ar
- ATA** www.ata.org.ar
- ATVC** www.atvc.org.ar
- Cámara de Diputados de la Nación** (2004) “Proyecto de Declaración de repudio a los ataques y presiones a la libertad de expresión en la provincia de Córdoba denunciados por el Círculo Sindical de la Prensa Córdoba en el período 1999-2004”.
- Carta Abierta** (4/06/08) Carta Abierta/2: “Por una redistribución del espacio de las comunicaciones”, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.cartaabierta.org.ar/index.php/cartas/carta-abierta2/56-carta-abierta-2> Consultado en: enero 2011.
 (13/05/08) Carta Abierta/1, Buenos Aires. Disponible en: http://www.cartaabierta.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=55:carta-abierta-1&catid=35:carta-abierta1&Itemid=55 Consultado en: enero 2011.
- Carta Abierta Córdoba** (25/07/08) Carta Abierta Córdoba/1: “Por más democracia y mayor redistribución de riqueza”. Disponible en: <http://www.cartaabiertacba.com.ar/spip.php?article1> Consultado en: enero 2011.
- CECI** (2000) Proyecto de Semana del Comunicador 2000.
 (2000) Proyecto de Cátedra Libre Rodolfo Walsh.
- CELS** www.cels.org.ar
- CIDH-OEA** (2009) “Informe anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2008. Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión”, Carolina Botero, Relatora Especial para la Libertad de Expresión, Washington, febrero de 2009.
- CIESPAL** <http://www.ciespal.net/ciespal/>
- CIPPEC** www.cippec.org
 (2003) *Directorio de ONGs vinculadas con Políticas Públicas en las 24 jurisdicciones argentinas*, CIPPEC y Embajada Británica, Buenos Aires.
- CISPREN** Presentación revista *Umbrales. Crónicas de la Utopía*.
 Proyecto de relanzamiento de la revista *Umbrales. Crónicas de la Utopía*.
 Doce proyectos [de ley] sobre libertad de expresión y ejercicio profesional de periodistas.
 Proyecto de ley reglamentando el artículo 51 de la Constitución provincial en lo referente al pluralismo informativo y a la protección del secreto profesional periodístico, Córdoba, 22 de diciembre de 2003.
- CTA** (2003) “Declaración de Córdoba”, *XX Congreso provincial de trabajadores de prensa y comunicación de Córdoba-5º Encuentro Nacional de Trabajadores de la Comunicación*, Córdoba, 26 al 27/09/03.
 (2007) “Los trabajadores de prensa fundamos la Comisión Nacional de Libertad de Expresión y Formación Profesional”, FETRACCOM-CTA, Villa Carlos Paz, 4/10/07.
- Coalición por una Comunicación Democrática-Uruguay**
<http://comunicaciondemocratica.blogspot.com>
- Coalición por una Radiodifusión Democrática-Argentina** www.coalicion.org.ar
 (2004) “Hacia una nueva ley de radiodifusión. 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación”. Disponible en: www.coalicion.org.ar/informe.htm Consultado en: noviembre 2010.
 (2008) “Los 21 Puntos recorren el país”. Disponible en: www.coalicion.org.ar/informe.htm Consultado en: noviembre 2010.

- (2008) “21 puntos básicos por el derecho a la comunicación”. Publicación gráfica.
 (30/07/08) Carta a la presidenta. Disponible en: <http://www.coalicion.org.ar/carta.htm> Consultado en: noviembre 2010.
- (2010) “21 Aportes para el anteproyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual”. Mimeo.
- Coalition pour la diversité culturelle-Canadá** <http://www.cdc-ccd.org>
- COCODE** (1988) “Proyecto de ley de Radiodifusión y dictamen del Consejo para la Consolidación de la Democracia”, Eudeba, Buenos Aires.
- COMIPREN** (2004) *Ataques y presiones a la libertad de expresión en Córdoba en el período 1999- 2004*, Córdoba.
 (2005) “Discriminación inconstitucional en el acceso a frecuencias de radiodifusión”, Córdoba, 24/05/05. Disponible en: http://www.haciendocumbre.org.ar/documentpage.shtml?shitm=6df4984ca2a765fd20c04199e84e2f2a&nocache=1&sel_ids=1 Consultado en: julio 2009.
 Resoluciones de la COMIPREN, Reunión del 6/05/04, Córdoba.
 Dossier de prensa sobre ataques a la libertad de expresión en Córdoba en el período 1999-2004, COMIPREN, Córdoba, mayo de 2004.
- COMPAS** <http://www.icda.uccor.edu.ar/compas.php>
- CONFECOM-Brasil** <http://proconferencia.org.br>
- CONINAGRO** www.coninagro.org.ar
- Consejo Federal de Televisión Pública** (2008) Estatuto.
 (17/12/08) Acta de asamblea No 1, Buenos Aires.
 (14/05/09) Acta de asamblea No 2, Tucumán.
 (31/10/09) “Carta de El Calafate”, 5º Encuentro Nacional de la Televisión Pública, El Calafate.
- Cordobanexo** (2002-2003) Archivos de la página *web* de cordobanexo (hoy dada de baja)
- COPLA** <http://lacopla.org.ar/>
- Corriente por una Comunicación Nacional y Popular** <http://lacopla.org.ar/>
- COSITMECOS** www.cra.org.ar/quienes.php
- CRA** www.cra.org.ar
- Delfos** (1999, 2001, 2004, 2005 y 2008) “Investigación sistemática, cuantitativa, sobre indicadores vinculados a evaluación de situación, expectativas, gustos y preferencias, hábitos de consumo y referentes sociales en la ciudad de Córdoba, para la revista Punto a Punto”, Córdoba.
- DsD** (09/03/05) “Hasta ahora, Kirchner recibió más críticas que respaldos en su pelea contra la SIP”, en: *DsD*.
 (14/08/08) “El Gobierno de Néstor Kirchner ya había sufrido períodos de tensiones superiores. La serie ‘Gobierno/campo’ no era la más larga hasta que estalló la pelea con Clarín”, en: *DsD*.
 (10/09/08) “Para lectores de diarios: datos a tener en cuenta”, en: *DsD*.
 (27/08/08) “Continental: se vende y se compra, pero no se informa”, en: *DsD*.
 (11/03/09) “No sólo Clarín omitió los datos que reclamó Kirchner”, en *DsD*.
 (16/09/09) “Clarín, bajo emoción violenta”, en: *Zona Dura, DsD*.
- Equipo de Dirección, ECI-UNC** (2003- 2004)
 (1993) “Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social”.
 (2003) Documento “La implementación del plan de estudio 1993”.
 (2004) “¡Es hora de cambios!”, Encuesta docente sobre el plan de estudios.
 (2004) “Informe de la Segunda reunión de la comisión sobre orientaciones del plan de estudios”.
 (2004) Programa de las “Jornadas de trabajo ¿Qué cambios, qué plan? Propuestas para transformar el plan de estudios”, ECI-UNC, Córdoba, 25 al 26/08/04.
- Encuentro Nacional de Televisión Pública** (30/05/08) “Carta de Córdoba”, 2º Encuentro Nacional de la Televisión Pública, Córdoba.
- EPTIC/ALAIC** <http://www.eptic.com.br>
- Escobar, Patricio y Finvarb, Damián** (2006) “La crisis causó 2 nuevas muertes. Los medios de comunicación en la masacre de Avellaneda”, Buenos Aires (Documental).
- FADECCOS** <http://www.fadeccos.org.ar/>
- FARCO** <http://www.farco.org.ar>
 (2008) “La Coalición por una Radiodifusión Democrática fue recibida por la Presidenta”, 21/04/08. Disponible en: <http://www.farco.org.ar/contenido.shtml?fview=182&x=39164> Consultado en: julio 2010.
- Federación Agraria Argentina** www.faa.com.ar
- FELAFACS** <http://felafacs.org/>

- FELAP** <http://www.felap.info/>
 “¿Qué es la Felap?” y “Estatuto”. Disponibles en: [http://www.ciap-felap.org/html/quefel.htm# FELAP: OCHO CONGRESOS](http://www.ciap-felap.org/html/quefel.htm#FELAP: OCHO CONGRESOS) Consultado en: enero 2010.
 Declaración final del Comité Ejecutivo, Pátzcuaro, Mayo de 2004. Disponible en: <http://www.ciap-felap.org/html/right.html> Consultado en: enero 2010.
 X Congreso de la FELAP, en: *Crisis*, 2007. Disponible en: <http://www.crisismundo.com.ar/articulo.php?idArt=229> Consultado en: enero 2010.
- FEPALC** <http://www.fepalc.org/>
<http://americalatina.ifj.org/es/pages/fepalc-grupo-regional-fip>
- FETRACCOM-CTA** (2005) “El Gobierno Nacional capituló frente a los grupos de poder que controlan la prensa hegemónica”, comunicado sobre el decreto 125.
 (2003) “Encuentro de trabajadores de la comunicación por la libertad de expresión en Santa Fe”, en: *ANC/UTPBA*. Disponible en: <http://www.utpba.net/statique/anc/anc-371.htm>
 Declaración del XXI Congreso de Trabajadores de Prensa, Arroyito, 1-2/10/04.
 “Encuentro de la FETRACCOM en Arroyito. Camino a su institucionalización”.
- FES** www.fes.de
www.fes.org.ar
www.c3fes.net
<http://www.fescol.org.co/c3.html>
- FNDC** (1994) “Bases de um programa para a democratização da comunicação no Brasil. Proposta de caminhos e atitudes para transformações revolucionárias na esfera pública do país”, Salvador. Disponible en: http://www.fndc.org.br/internas.php?p=docinst& categ_key=25 Consultado en: julio 2009.
- FOPEA** www.fopea.org
 (31/08/09) “Foepa reclama la aplicación de la cláusula de conciencia para los periodistas”, Buenos Aires. Disponible en: http://www.fopea.org/Comunicados/2009/Foepa_reclama_la_aplicacion_de_la_clausula_de_conciencia_para_los_periodistas Consultado en: febrero 2010.
- Foro de Comunicación y Participación Ciudadana-Uruguay** <http://www.forocom.org.uy/>
- Foro Ecuatoriano de la Comunicación** (2009) “Síntesis de la propuesta de ley orgánica de comunicación social presentada a la Asamblea Nacional. Documento para el Debate”, *Serie Documentos*, Nº 7, FACSQ-Q, Quito.
- Foro Internacional “Comunicación y Ciudadanía** (1998) “Carta de Cuscatlán”, San Salvador.
- Foro Mundial sobre el Derecho a la Comunicación** (2003) “Documento Conceptual”, Ginebra.
- Foro Social Mundial** (2001a) “Taller de Comunicación y Ciudadanía. Recomendaciones al FSM”, Porto Alegre.
 (2001b) “Acuerdos del Taller de Comunicación y Ciudadanía”, Porto Alegre, Brasil.
 (2002) “Recomendaciones del Seminario Comunicación y Ciudadanía II”, Porto Alegre.
 (2004) “La necesidad de un movimiento por el derecho a la comunicación”, Bombai.
- Foro Social de las Américas** (2004) “Ejes temáticos”, Quito. Disponible en: http://www.forosocialamericas.org/show_text2.php3?key=402 Consultado en: agosto 2008.
 (2006) “Ejes temáticos”, Caracas. Disponible en: http://www.forosocialamericas.org/show_text2.php3?key=180 Consultado en: agosto 2008.
 (2008) “Ejes temáticos”, Guatemala. Disponible en: http://www.forosocialamericas.org/show_text2.php3?key=304 Consultado en: agosto 2008.
- FRENAPO** (2002) “Crítica a la Política Económica Oficial. Fundamentos del Shock Distributivo y Estrategia Presupuestaria”, Buenos Aires, febrero 2002.
- FUCATEL-Observatorio de medios** <http://www.observatoriofucatel.cl>
- Hispanics in Philantrophy** <http://www.hiponline.org>
- IEC-SNMP** (2008) *Primer Encuentro de la Televisión Pública de la Argentina. Comunicación para la integración social y cultural*, Fondo de publicaciones IEC-SNMP, Buenos Aires.
- INCIDE** <http://incide.org.ar/>
- Indymedia Córdoba** <http://argentina.indymedia.org/features/cordoba/>
 (17/07/05) “Indymedia Córdoba. Una herramienta de comunicación alternativa”.
 (2005) “Indymedia Córdoba-Talleres de Comunicación 2005”.
- KAS** www.kasmedios.org

- <http://www.kas.de/proj/home/home/16/4/index.html>
www.medioslatinos.com
- La Voz del Interior** “La Voz del Interior, Historia”. Disponible en: <http://www2.lavoz.com.ar/institucional/index.html> Consultado en: julio 2009.
- La Orilla** (2004) Colección completa.
- La Intemperie** (2003) Proyecto de secciones de la revista.
(2003-2007) Colección casi completa.
- Media Watch Global** (2003) “Carta de Principios”, París.
MWG Capítulo Venezuela. <http://www.observatoire-medias.info>
MWG Capítulo Brasil. <http://www.observatoire-medias.info>
- Movimiento de Países No Alineados** <http://www.nam.gov.za/>
(1973) Programa de acción para la Cooperación económica. IV Conferencia de los Países No Alineados, Argel.
- Observatorio de Medios de la Argentina-UNLP**
<http://elobservatoriodemediosdeargentina.blogspot.com/>
- OEA** (2004) “Informe anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión 2004”. Disponible en: <http://www.cidh.org/Relatoria/showarticle.asp?artID=459&IID=2> Consultado en: febrero de 2011.
(2002) “Informe anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión 2002”
- ONU, OEA y OSCE** (2001) Declaración conjunta del Relator Especial de Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión, el Representante de la Organización de Seguridad y Cooperación en Europa para la Libertad de los Medios de Comunicación y el Relator Especial para la Libertad de Expresión, “Desafíos a la libertad de expresión en el nuevo siglo”. Disponible en: <http://www.cidh.org/relatoria/showarticle.asp?artID=48&IID=2> Consultado en: febrero de 2011.
- ONU, OEA, OSCE y CADHP** (2007) “Declaración conjunta sobre diversidad en la radiodifusión”, de El Relator Especial de Naciones Unidas sobre Libertad de Opinión y de Expresión, el Representante de la OSCE sobre Libertad de los Medios de Comunicación, el Relator Especial de la OEA sobre Libertad de Expresión y la Relatora Especial de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información, Amsterdam. Disponible en: <http://www.osce.org/es/fom/29826> Consultado en: febrero de 2011.
- Plataforma por los Derechos de la Comunicación** (2001) Campaña CRIS: “Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información”, Misión, temas y acciones.
- PERIODISTAS** <http://www.netizen.com.ar/periodistas/>
- Poder Ciudadano** www.poderciudadano.org
- Poder Ejecutivo Nacional** (2009) “Propuesta de proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual”.
(2009) “Nueva ley de servicios de comunicación audiovisual. Te da el poder a vos”, Material gráfico de divulgación. También disponible en: www.hablemostodos.ar Consultado en: diciembre 2010.
(2009) “Nueva ley de medios, punto por punto”, en: Hablemos todos. Disponible en: www.hablemostodos.ar Consultado en: diciembre 2010.
(10/10709) “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522”, en: *Boletín oficial de la República Argentina*, Año CXVII, N° 31.756, Buenos Aires.
- Programa Información Pública, Comunicación y Participación Ciudadana-ECI** (2003) Folletos
- Proyecto Antonio Nariño** <http://www.pan.org.co>
- RAM** (09/03/03) Memoria de primera reunión, Córdoba. En: <http://www.cordobanexo.com.ar/principal16.htm> No disponible.
- Red ANDI** <http://www.redandi.org/>
- Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (RIPVG)**
<http://periodistasdegenero.org>
- Redes Latinoamericanas de Comunicación** (2004) “Otra comunicación es posible. Carta pública de las redes latinoamericanas de comunicación”, en: *IV Foro Social de las Américas*, Quito, 29/07/04. Disponible en: http://www.forosocialamericas.org/show_text.php3?key=173 Consultado en: enero de 2010.
- Red Nacional de Medios Alternativos** <http://www.rnma.org.ar/>
- RENAU** (2004a) Documento fundacional, Córdoba.
(2004b) Encuentro RENAU, Acta, La Plata, 9-11/12/04.
(2006a) 6° Encuentro RENAU, Acta, Córdoba, 22/03/06.

- (2006b) VIII Encuentro RENAÚ, Acta, Buenos Aires, 28/09/06.
- Red Nosotras en el Mundo** <http://www.rednosotrasenelmundo.org/>
- Red PAR** <http://www.redpar.com.ar/>
- Secretaría de Medios de Comunicación, Presidencia de la Nación**
www.argentina.ar/hablemostodos/
- Sociedad Civil en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información** (18/12/05) “Much more could have been achieved”, Civil Society Statement on the World Summit on the Information Society, Túnez.
- (14/06/02) “¿Sociedad de la información o de la comunicación?” Encuentro Latinoamericano ¿Y por qué no una sociedad de la comunicación?, Quito. Disponible en: http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=994 Consultado en: julio 2009.
- Sociedad Rural Argentina** www.ruralarg.org.ar
- Sosperiodista** <http://www.sosperiodista.com.ar/>
- Soy Corresponsal** <http://soyresponsal.lanacion.com.ar/>
- UIT** (2008) *Report on the World Summit on the Information Society Stocktaking*.
- (2003) Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información Declaración de Principios: “Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio”, Ginebra.
- (2005) “Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información”, Túnez.
- ULEPICC** (2001) “Carta de Buenos Aires”. Disponible en: http://www2.eptic.com.br/ulepicc_internacional/interna.php?c=35 Consultado en: diciembre 2010.
- UNC** (2002 y 2008) Anuario Estadístico UNC, Córdoba.
- (2008) *Segundo Encuentro Nacional de Televisión Pública de la Argentina. Comunicación para la integración social y cultural*, Córdoba, 2008.
- UNESCO** (1976) “Informe final de la Conferencia Intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe”, San José de Costa Rica, Julio de 1976.
- (2001) “Declaración universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural”.
- (2005) “Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales”, 33° Conferencia General de la UNESCO.
- UTPBA-Observatorio político, social y cultural de medios**
http://www.eclisys.com/Observatorio_de_Medios_UTPBA/

Corpus

- ADCS** (2002a) Acta Constitutiva, Córdoba, 9 de marzo de 2002.
- (2002b) Estatuto, Córdoba, 9 de abril de 2002.
- (2004) Presentación, abril de 2004.
- Coalición por una Radiodifusión Democrática** (2004) Iniciativa ciudadana por una nueva ley de radiodifusión para la democracia, Buenos Aires, agosto 2004. Disponible en: www.coalicion.org.ar Consultado en: febrero de 2011.
- Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba** (2008) Convocatoria a Cabildo Abierto por una Nueva Ley de Radiodifusión para la Democracia, Córdoba, Abril 2008.
- Comercio y Justicia** (2003) Estatuto, Córdoba, 22 de Diciembre de 2003.
- COMIPREN** (2004) Documento fundacional, Córdoba, 6 de mayo de 2004.
- Comunicadores Solidarios** (2011) “¿Qué es Comunicadores Solidarios? ¿Cuáles son los objetivos de Comunicadores solidarios? ¿Cómo trabaja Comunicadores Solidarios? ¿Cómo funciona Comunicadores Solidarios? ¿Cómo se financia Comunicadores Solidarios?”, en: www.comunicadores.org Actualmente disponible en: www.archive.org Consultado en: febrero de 2011.
- Cordobanexo** “¿Qué es Cordobanexo? ¿Qué queremos? ¿Qué discutimos?”, URL original: www.cordobanexo.com.ar
- Indymedia-Córdoba** (2005) “¿Qué es Indymedia?”, Córdoba, 8 de marzo de 2005. Disponible en: www.indymedia.org.ar Consultado en marzo de 2006.
- Tríptico

- Infored** (2003) Proyecto de creación de Infored, Córdoba.
 (2004) Presentación de Infored, Córdoba, abril de 2004. URL original: www.infored.org.ar
 Actualmente disponible en: www.archive.org Consultado en: febrero de 2011.
- Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación** (2007) “Presentación”, en: *Elecciones provinciales Córdoba 2007. Los diarios bajo observación*, COMIPREN, Córdoba, págs. 1-6.
- Prensared**: Oliva, Alexis (2003) “Prensared, la Agencia de Noticias del CISPREN. Prensa propia contra el cerco informativo”, en: *Proyección*, Córdoba, mayo de 2003.
- Radio Revés** (2000) “Proyecto de la Radio-Escuela de Ciencias de la Información”, en: Resolución de aprobación, Consejo Consultivo, Escuela de Ciencias de la Información, UNC, Córdoba, mayo de 2000.
- RAM**: Tagle, Sergio (2004) “RAM. Red Alternativa de Medios. Apuntes para una sistematización y conceptualización de la experiencia”, Córdoba, noviembre de 2004.
- Revista La Intemperie** (2003) Editorial, en: *La Intemperie*, N° 1, Córdoba, junio de 2003, pág. 1.
- Revista La Orilla** (2003) Editorial, en: *La Orilla*, Año 1, N° 1, Córdoba, noviembre de 2003, pág. 3.
- SOS País** “Nosotros: S.O.S. País, Nuestros objetivos, Nuestros comienzos”, URL original: www.sospais.com.ar Actualmente disponible en: www.archive.org Consultado en: febrero de 2011. Tríptico.
- Sosperiodista** “Quiénes somos”. Disponible en: www.sosperiodista.com.ar Consultado en: marzo de 2006.

Entrevistados²

Ambort, Mónica
 Arese, César
 Busso, Néstor
 Cabus, Gabriela
 Ceballos, María Soledad
 Córdoba, María Liliana
 Debanne, Luciano; Puig, Gonzalo; Manera, Lorena y Emilia
 De Pascuale, Javier
 Díaz, Víctor Hugo
 Dreizik, Guido
 Farías, Mario y Gerbaldo, Judith
 Fernández, José
 Fessia, Emiliano
 García, Fabián e Iturriza, Marité
 Giuliani, Juan Carlos
 Lazzaro, Luis
 Loreti, Damián
 Maffini, Gino
 Maldonado, Aracely
 Mandakovic, Mariana
 Mastrini, Guillermo
 Mata, María Cristina
 Medina, Leticia
 Merchán, Cecilia
 Mirad, Nahum
 Morán, Irina y Barceló Cuesta, Tomás
 Oliva, Alexis

² Se incluyen dos consultas realizadas por correo electrónico a las que se hizo referencia en la tesis (Rincón y Villarreal). Cuatro entrevistas se hicieron en más de un encuentro (De Pascuale, Fernández, Mastrini y Morán). Todas fueron realizadas por la autora. En la Ficha Técnica de cada transcripción en el Anexo, se indica quiénes la desgrabaron y editaron. Las entrevistas están anexadas según orden alfabético del apellido de los entrevistados.

Palero, María
Piccone, Néstor
Quiroga, María José
Ramos, Pablo
Reineri, Analía y **Albera**, Mario
Reyna, Roberto Raúl
Rincón, Omar
Rodríguez Villafañe, Miguel Julio
Roitman, Susana
Saravia, Mariano
Schmucler, Sergio
Tabera, María Noel y **Baldo**, Alberto
Taborda Varela, Juan Cruz
Tagle, Sergio
Tobal, José
Villarreal, Mario