

IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2011.

Propuestas de reconfiguración del campo comunicacional argentino (2001-2009).

María Soledad Segura.

Cita:

María Soledad Segura (2011). *Propuestas de reconfiguración del campo comunicacional argentino (2001-2009)*. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/257>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Mesa 22 Reconfiguraciones del campo cultural en Argentina (1983 -2010)

Título de la ponencia: **Propuestas de reconfiguración del campo comunicacional argentino (2001-2009)**

Nombre de la autora: María Soledad Segura

Referencia Institucional: Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba

e-mail: sole_segura@yahoo.com.ar

Resumen:

En 2009 el Congreso aprobó una ley de servicios de comunicación audiovisual que reemplazó al decreto-ley de radiodifusión promulgado durante la última dictadura militar casi 30 años antes. La nueva norma configura las bases que permitirían pasar de un sistema de medios basado en la noción de la comunicación como mercancía que privilegia a los prestadores privados del servicio, a otro sustentado en la noción de comunicación como bien social y derecho humano que reconoce a tres sectores –privado, estatal y social- como prestadores. Este cambio en la legislación en comunicación se fundó en la propuesta de una articulación de organizaciones de la sociedad civil (la Coalición por una Radiodifusión Democrática) y se produjo en un inédito marco de enfrentamiento con las empresas de medios y de debate y movilización social en torno al tema. Sin embargo, apenas una década antes, existían en el país escasas experiencias de otro tipo de comunicación no masiva ni comercial y, si bien las primeras demandas de democratización de las comunicaciones habían surgido a mediados de los 80, los actores sociales no habían logrado aún articularse en torno a ellas. ¿Cuáles fueron las transformaciones producidas en el campo comunicacional durante esa década que configuraron las condiciones de posibilidad para implementar este cambio en las políticas comunicacionales? En este trabajo analizaremos este proceso con particular énfasis en las prácticas y tomas de posición de las organizaciones de la sociedad civil que intervinieron en comunicación en esos años, en relación con las empresas mediáticas y el Estado.

Palabras clave:

Campo comunicacional, organizaciones de la sociedad civil, Estado, empresas mediáticas, derecho a la comunicación

Ponencia:

En 2009 el Congreso aprobó una ley de servicios de comunicación audiovisual que reemplazó al decreto-ley de radiodifusión promulgado durante la última dictadura militar casi 30 años antes. La nueva norma configura las bases que permitirían pasar de un sistema de medios basado en la noción de la comunicación como mercancía que privilegia a los prestadores privados del servicio, a otro sustentado en la noción de comunicación como bien social y derecho humano que reconoce a tres sectores –privado, estatal y social- como prestadores.

Este cambio en la legislación en comunicación se fundó en la propuesta de una articulación de organizaciones de la sociedad civil (la Coalición por una Radiodifusión Democrática) y se produjo en un inédito marco de enfrentamiento con las empresas de medios y de debate y movilización social en torno al tema. Sin embargo, apenas una década antes, existían en el país escasas experiencias de otro tipo de comunicación no masiva ni comercial y, si bien las primeras demandas de democratización de las comunicaciones habían surgido a mediados de los 80, los actores sociales no habían logrado aún articularse en torno a ellas.

¿Cuáles fueron las transformaciones producidas en el campo comunicacional durante esa década que configuraron las condiciones de posibilidad para implementar este cambio en las políticas comunicacionales? En este trabajo analizaremos este proceso con particular énfasis en las prácticas y tomas de posición de las organizaciones de la sociedad civil que intervinieron en comunicación en esos años, en relación con las empresas mediáticas y el Estado. Tomaremos como caso testigo lo sucedido en la ciudad de Córdoba¹- en el período de diciembre de 2001/marzo de 2009.

Lo que está en juego

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 –pero no determinantes- del espacio público en sociedades mediatizadas –en las que operan como regulaciones discursivas, no sólo como mensajes o lugar de interacción, sino como modelo o matriz de producción y organización de sentidos-.

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

¹ 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 Córdoba, aunque no se perderán de vista las conexiones con lo sucedido a nivel nacional e incluso en otros países latinoamericanos. En esta ciudad, en ese período, se registraron muchas y variadas experiencias de este tipo que atribuyen diversos sentidos a la articulación entre comunicación y política. Además, su carrera universitaria de comunicación, su gremio de prensa, sus experiencias de comunicación comunitaria y sus intelectuales del campo tienen en el área una reconocida trayectoria en Latinoamérica.

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.

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 tomas de posición de las organizaciones sociales que proponen democratizar las comunicaciones 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. 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. Cuestionan las reglas, recursos y lugares de consagración que privilegian a empresas privadas comerciales en detrimento de las organizaciones sin fines de lucro como fundamento de la estructura de poder en el sistema comunicacional.

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.

Antecedentes de normas y luchas

El siglo XXI comenzó en la Argentina con un sistema de radiodifusión diseñado por el decreto-ley 22.285 aprobado en 1980 durante la dictadura militar, y por sus sucesivas modificaciones realizadas por gobiernos constitucionales, particularmente las introducidas por la ley de reforma del Estado en la década del 90, que lo definieron en base a la noción de la comunicación como un bien comercial, y estructurado como un oligopolio con participación de capitales extranjeros, con predominio absoluto del sector privado comercial como prestador del servicio, con el Estado en rol subsidiario, y las organizaciones sin fines de lucro en la ilegalidad.

Sin embargo, desde la recuperación del gobierno constitucional en 1983 y con mayor nivel de articulación ante la concentración y transnacionalización de las empresas mediáticas producidas a fines de los 90, las organizaciones de la sociedad civil –en particular, las radios comunitarias, gremios de trabajadores prensa, y también las universidades públicas- bregaron por una modificación de estas reglas de juego tendiente a la democratización de este sistema².

² A nivel nacional, entre las alianzas de organizaciones que demandaban la democratización de las comunicaciones surgidas en las décadas de los 80 y 90, cabe mencionar a FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), COSITMECOS (Confederación Sindical de Trabajadores de Medios de Comunicación) y CARCO (Cámara de Radiodifusores Cooperativos).

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

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

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

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

A principios del siglo XXI, en otros países latinoamericanos se multiplicaban las experiencias democratizadoras de observatorios y veedurías de medios y de organizaciones que impulsaban reformas legislativas. A nivel transnacional, las organizaciones de la sociedad civil que impulsaban la democratización de las comunicaciones en la última década se organizaron en dos frentes: ante los Estados y las empresas en las dos fases de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y con organizaciones sociales que intervienen en otros ámbitos de lo social en el Foro Social Mundial.

El proceso por la democratización

De acuerdo con las regularidades y variaciones identificadas en las estrategias predominantes desarrolladas por las organizaciones de la sociedad civil de Córdoba que intervienen en comunicación y que impulsan de algún modo la democratización del sistema comunicacional, se distinguen tres períodos caracterizados por particulares condiciones de producción que configuraron el espacio de posibles para el desarrollo de estas prácticas. 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 (colectivos de comunicadores como SOS País y Comunicadores Solidarios asesoraban a movimientos sociales para lograr mayor eficacia en sus intentos de aparición en los medios masivos de comunicación de gestión privada, aprovechando sus “brechas” o “fisuras”) y las de producción o modificación de las reglas de juego al interior del propio medio (medios alternativos como Cordobanexo, Infored y Prensared, Radio Revés, La Intemperie, La Orilla, Indymedia Córdoba que fueron impulsados por organizaciones sin fines de lucro: ONG, gremio de prensa, agrupación estudiantil universitaria, otros grupos y colectivos; y los medios impulsados por cooperativas de trabajo en empresas mediáticas recuperadas por sus trabajadores como Comercio y Justicia) que - por economía lingüística- denominamos, en términos generales, alternativistas. Estas disputas permitieron pensar también en la necesidad de reivindicar la comunicación como un derecho universal que debe ser garantizado más allá de quién sea el prestador del servicio.

El segundo período se inició en mayo de 2003 cuando asumió el primer presidente electo por voto popular desde 2001. Estuvo caracterizado por la recomposición institucional, la relativa desmovilización de los actores del período anterior y el predominio del regreso de la política a los canales institucionales. Se registró entonces una crisis de la comunicación alternativa ligada a la movilización social que había surgido en el período anterior y que planteaba un retiro hacia el campo de lo social. Emergió un tercer tipo de estrategia: articulaciones inter-institucionales que impulsaban modificaciones de las reglas de juego del sistema comunicacional global en experiencias basadas en el modelo de la comunicación como derecho humano universal, bien social y, por lo tanto, servicio público. Esta opción tuvo, a nivel local, una versión defensiva de seguimiento del respeto a los derechos a la comunicación (el Observatorio Ciudadano de Medios de Córdoba y la Comisión de Control y Seguimiento de la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información de la provincia de Córdoba) y, a nivel nacional, una variante propositiva que produjo iniciativas de nuevas leyes y regulaciones del área (la Coalición por una Radiodifusión Democrática). Se trató, entonces, de un período de transición en el ámbito de las organizaciones de la sociedad civil vinculadas a la comunicación, entre la producción predominante de prácticas que ponían el

acento en la comunicación alternativa vinculada a la movilización social y la de las que impulsaban un modelo que -por economía lingüística- denominamos de comunicación 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 que (1) 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; (2) 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 que se vinculan con los márgenes de acción delimitados por el espacio de posibles discursivos y no discursivos, y, al mismo tiempo, las prácticas analizadas contribuyen, en los diferentes grados o niveles identificados, a ampliar este espacio de posibles; (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

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

Si bien todas las prácticas analizadas de los agentes que impulsaron de algún modo la democratización de las comunicaciones en Córdoba entre 2001 y 2009, plantearon una diferencia con respecto a las reglas dominantes en el campo, implicaron pretensiones diferenciadas de radicalidad respecto de la reforma del sistema de la comunicación mediática. Cabe aclarar que, al hablar de radicalidad, nos referimos a la mayor o menor pretensión de reforma del sistema comunicacional en su conjunto (en las estrategias basadas en la noción de la comunicación como derecho humano, bien social y por lo tanto, público), a diferencia de la radicalidad en términos de ruptura con el sistema comunicacional existente para construir una alternativa particular, pero que no constituiría –en principio- una propuesta de cambio de las reglas de juego generales de dicho sistema (en las prácticas de comunicación alternativa).

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

La propuesta de menor nivel de radicalidad impulsó la 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.

En un nivel de radicalidad intermedio, podemos ubicar a las propuestas de producción (o modificación) de las reglas de juego al interior del propio medio, sin que ello implique un cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional global. 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:

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 antagónicos a quienes se enfrentaban.

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).

Finalmente, las propuestas de mayor nivel de radicalidad impulsaba la 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:

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).
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.

La redefinición de los sujetos

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:

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.

En las estrategias alternativistas se registran diversas configuraciones del público y de los periodistas o comunicadores profesionales. En algunas (Infored, La Orilla y La Intemperie³), 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, Indymedia⁴, 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.

En tanto, 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

³ 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.

⁴ 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.

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 ciudadanos⁵.

Frente al Estado y al mercado

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

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

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 movilizaba desde la etapa anterior, ante la reconstitución del Estado no se retiró, sino que avanzó para incidir sobre los poderes del Estado para modificar las políticas públicas y presionó al Estado para que recuperara

⁵ 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.

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:

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 Estado⁶, por lo que proponían crear un espacio alternativo con sus propias reglas o cambiar las reglas de juego del

⁶ 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).

sistema comunicacional global, para así aumentar su probabilidad de incidir en el espacio público.

En tanto, si consideramos el nivel de los agentes colectivos (organizaciones sociales) que integran ese sector social, la pretensión de reforma del sistema comunicacional es directamente proporcional al poder relativo de los agentes colectivos. 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)⁷ 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.

Por otra parte, al considerar el nivel de los agentes individuales que dirigen esas organizaciones integrantes del sector social, la pretensión de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional es directamente proporcional al poder relativo de los agentes individuales. 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 (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

⁷ 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).

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.

Consideraciones finales

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

como aliado: las empresas privadas de medios masivos que ocupan la posición dominante en el sistema comunicacional y el Estado como regulador de ese sistema y responsable, en última instancia, de la estructura de distribución de poder en ese sistema de relaciones, respectivamente. Las crisis económicas – de 2001 y de 2008- que signaron el inicio y el final del período, que se pusieron de manifiesto en etapas de alta conflictividad y movilización social, fueron acompañadas de crisis de representación política que se articularon con una crisis de credibilidad de los medios y los periodistas, en tanto se pusieron en cuestión todas las instancias de intermediación social. A las dos crisis les siguieron períodos que podemos caracterizar como de recomposición institucional y de reducción de la conflictividad social.

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

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

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

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

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

Referencias bibliográficas

Alfaro, Rosa María (2002) "Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas", en: *Diálogos de la comunicación*, FELAFACS, Lima, N° 65, Noviembre 2002, págs. 34-53.

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.

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.

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.

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.

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 Ciudadanías 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.

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.

Fraser, Nancy (1997) *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición 'postsocialista'*, Universidad de los Andes y Siglo del Hombre Editores, Bogotá.

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.

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.

MacBride, Sean y otros (1980) *Communication and Society Today and Tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order*, Kogan Page, London/Uniput, New York/UNESCO, París, págs. 166-174.

Mastrini, Guillermo (ed.) (2005) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920- 2004)*, La Crujía, Buenos Aires, 2º Edición: 2006.

Mastrini, Guillermo y **Becerra**, Martín (2006) *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo Libros, Buenos Aires.

Mata, María Cristina (2006) "Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación", en: *Fronteiras. Estudos Midiáticos*, Vol. 8, N° 1, Unisinos, Porto Alegre, enero/abril 2006, págs. 5-15.

Mata, María Cristina y otros (2005) *Democracia y ciudadanía en la sociedad de la información: desafíos y articulaciones regionales*, ECI-UNC/Delegación regional de Cooperación para el Cono Sur y Brasil de la Embajada de Francia, Córdoba.

Mattelart, Armand (2002) (2002) *Historia de la Sociedad de la Información*, Norma, Buenos Aires.

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.

Movimiento de Países No Alineados (1973) Programa de acción para la Cooperación económica. IV Conferencia de los Países N° Alineados, Argel.

Mozejko, Danuta Teresa y **Costa**, Ricardo Lionel (comps.) (2002) *Lugares del decir. Competencia social y estrategias discursivas*, Homo Sapiens, Rosario.

Rey, Germán (2003) *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, La Tribu, Buenos Aires.

Rodríguez Villafañe, Miguel Julio (2009) *Los fines justifican los medios. Radiodifusión cooperativa y mutual*, Editorial Paraná, Buenos Aires.

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.

Solís Leree, Beatriz (coord.) (2004) *La relación sociedad/medios en el marco de la reforma del Estado en México*, Universidad Autónoma de México, México.

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.

Vinelli, Natalia y **Rodríguez Esperón**, Carlos (comps.) (2004) *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, Peña Lillo/Continente, Buenos Aires.