



Ciudadanías comunicacionales y políticas públicas de medios audiovisuales en Argentina

Communication citizenship and public policies of audiovisual media in Argentina

Emiliano Venier

Universidad Nacional de Salta

emilianovenier@yahoo.com.ar

Forma de citar este artículo:

Venier, E. (2019). "Ciudadanías comunicacionales y políticas públicas de medios audiovisuales en Argentina", *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 6, núm. 11, 119-140.

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.6.11.8>

Resumen:

El trabajo propone reflexionar en torno a la constitución del sujeto al derecho a la comunicación y la ciudadanía comunicacional a partir de la emergencia en la Argentina de la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual. Este organismo se enmarca en una política pública emanada de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) sancionada en el año 2009. El interés es relevar el modo en que se configuran las formas de sujetos de derecho a la comunicación a partir de una caracterización de diversas relaciones que los públicos pueden mantener con los medios. En el análisis se advierte que más allá de lo establecido formalmente por la normativa, aparecen experiencias singulares que desplazan los límites con que el Estado argentino ha tratado de definir a las personas como públicos. Entre esas formas

119

focalizaremos el que denominamos público-comunicador caracterizado como aquel que constituye al individuo como sujeto pleno del derecho a la comunicación. Para ello indagaremos en un conjunto de emisoras de radio y televisión denominadas por la LSCA como comunitarias, los sentidos político-culturales que sostienen las apuestas por la ciudadanía comunicacional.

Palabras clave: Derecho a la comunicación, públicos, ciudadanía comunicacional, Defensoría del Público, medios audiovisuales

Abstract:

The work proposes to reflect on the constitution of the subjects of law to communication and communication citizenship from the emergence in Argentina of the Public Defender's Office of Audiovisual Communication Services. This organism is part of a public policy emanating from the Law on Audiovisual Communication Services (LSCA in Spanish) enacted in 2009. The interest is to reveal the way in which forms of subjects of right to communication are configured from a characterization of diverse relationships that the public can maintain with the media. The analysis warns that beyond what is formally established by the regulations, unique experiences appear that displace the limits with which the Argentine State has tried to define people as public. Among these forms, we will focus on what we call the public-communicator characterized as that which constitutes the individual as the full subject of the right to communication. For this we will investigate in a set of radio and television stations called by the LSCA as community, the political-cultural senses that support the bet for communicational citizenship.

Keywords: Right to communication, public, communicational citizenship, Ombudsman press, audiovisual media.

1. INTRODUCCIÓN

En el año 2009 el Congreso de la Nación de Argentina sancionó la denominada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en lo que significó la institucionalización de una serie de expectativas regulatorias en torno a la acción de los medios de

comunicación que venían siendo expresadas por actores sociales y políticos bajo la idea del Derecho a la Comunicación. Esta demanda se distingue del derecho a la información por asumir una dimensión individual y una colectiva, en tanto comprende el derecho a manifestar el propio pensamiento y el derecho a recibir información y conocer la expresión de pensamientos de otras personas. En el ámbito de la LSCA se crea la figura de Defensor del Público como un organismo de tipo judicial cuyo objetivo es realizar un seguimiento del funcionamiento de los medios de comunicación audiovisuales públicos y privados en todo el territorio nacional resguardando los derechos de los públicos.

Analizando el proceso de las regulaciones en materia de medios audiovisuales en la Argentina podríamos vincular los acuerdos y desacuerdos en torno a la manera en que se asumen las políticas de comunicación al devenir histórico del pensamiento y la praxis que produjo los desplazamientos y mutaciones del sujeto del derecho a la información. De esta forma lo comprende Soria (1987) quien, partiendo de la pregunta sobre “a quién pertenece la información” resume en cuatro etapas la configuración de los sujetos a los que se les atribuyó sucesivamente la potestad de representación de lo social en la esfera pública: el poder real, la empresa informativa, el profesional de la información, el público.

En este contexto se encuentran discursos y racionalidades que habilitaron la constitución de saberes para que una vertiente del liberalismo admita un conjunto de prácticas para el gobierno de lo social que requieran la intervención formal en el espacio de la opinión y la información, un espacio que, como el mercado, se afirmaba como libre de intervención para la democracia liberal de la ilustración y la modernidad. Pero a contrapelo de esa actitud ordenadora, normativa, tutelar que está presente en la esfera pública burguesa (Habermas, 1981) desde su propia constitución, conviven, de manera más o menos visibles, experiencias políticas que se afirman en prácticas comunicacionales mediatizadas por la radio o la televisión, y que asumen el sentido de la ciudadanía de manera singular.

Este trabajo propone reflexionar en torno la emergencia de la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual y el modo en que, desde este organismo, se

configuran las formas de sujetos de derecho a la comunicación a partir de una caracterización de diversas relaciones que los públicos pueden mantener con los medios. Entre esas formas focalizaremos el que denominamos público-comunicador caracterizado como aquel que constituye al público como sujeto pleno del derecho a la comunicación. Para ello indagaremos en un conjunto de emisoras de radio y televisión denominadas por la LSCA como comunitarias, los sentidos poético-culturales que sostienen las apuestas por la ciudadanía comunicacional en los términos relevados por Kejval (2018).

2. UNA POLÍTICA COMUNICACIONAL EN DEFENSA DEL PÚBLICO

Entre los antecedentes que se vinculan con la emergencia organismo como la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual, se señala la inspiración en la figura del ombudsman que surgió en Suecia en el año 1809 con la misión de “recibir y tramitar las quejas ciudadanas acerca del funcionamiento del gobierno y la administración pública” (Aznar, 1999). Este instrumento fue incorporado en el ámbito de los medios masivos originariamente en los periódicos de los Estados Unidos como uno de los sistemas de autorregulación¹ frente a los cuestionamientos y reclamos de los lectores y los públicos de cada medio. Con el desarrollo de la radio y la televisión, este mecanismo será adoptado por los medios audiovisuales, tanto del sistema público como privado.

El caso de la Defensoría del Público tiene un valor innovador ya que se constituye dentro de la institucionalidad estatal. Es un organismo dispuesto en los artículos 19 y 20 de la LSCA, dependiente del Estado nacional y que funciona bajo la órbita del Congreso de la Nación en el ámbito de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual. La misión del organismo es la de “promover, difundir y defender el derecho a la comunicación democrática de las audiencias de los medios de

¹ El sistema del ombudsman como autorregulación de los medios se complementa en el caso de la prensa gráfica con los códigos deontológicos, los manuales de estilo o los estatutos de redacción (Defensoría del Público, s/d, p. 42).

comunicación audiovisual en todo el territorio nacional” (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2016b).

La Defensoría del Público de SCA asume como funciones actuar sobre aspectos relacionados con la calidad en la prestación y el acceso a los servicios de comunicación audiovisual, y de los contenidos emitidos por radio y televisión, en representación y en defensa de las audiencias y de los derechos que les confiere la Ley de SCA. Para ello se lo faculta a emprender acciones legales (por iniciativa del mismo organismo o de cualquier persona física o jurídica que admita un interés legítimo) en representación de las personas en tanto oyentes y televidentes y de los derechos que las asisten como tales. En los informes y materiales de difusión de la Defensoría del Público se insiste que no se considera un organismo sancionatorio que lleve adelante acciones punitivas, sino que realiza su propósito de reorientar el funcionamiento de los medios a través de audiencias públicas, monitoreos y estudios de los medios, observaciones y recomendaciones a los prestadores de los servicios y a las autoridades gubernamentales (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2014, 2016a, 2016b):

[...] se creó la defensoría, sin capacidad ni vocación sancionatoria, sino con una capacidad pedagógica y dialógica vertebral que contribuya a la redistribución de la riqueza informativa, que reduzca la brecha infocomunicacional de quienes viven en situación de vulneración económica, social, geográfica, educativa y comunicacional de la vivencia plena del derecho humano a la comunicación.
(Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2016b, p. 19)

La Ley de SCA promueve la protección de las audiencias no solo en el acceso y calidad de los servicios audiovisuales, sino también que las protege resguardando otros derechos de las personas que pudieran ser vulnerados por las expresiones en las emisiones. En este sentido se incluyen los tratamientos discriminatorios de cualquier índole (Art. 70, LSCA), los que contribuyan a promover o naturalizar la violencia contra las mujeres (Art. 71, LSCA), o que afecten a la protección de la niñez y la adolescencia.

3. LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

Lo que resulta una ruptura en las discontinuidades del ordenamiento del campo de las comunicaciones audiovisuales en Argentina, es el reconocimiento de un conjunto de expectativas en relación a la acción de los medios que serán capturados como derechos de las audiencias y que requerirán de la intervención del Estado para garantizar su cumplimiento. De este modo la presencia de organismos como la Defensoría del Público que buscan ejercer cierta supervisión o tutelaje sobre los medios audiovisuales, se fundamenta, para Cynthia Ottaviano (primera titular de la Defensoría del Público en su período fundacional entre los años 2012-2016), en la configuración de los públicos como un nuevo sujeto de derechos “no ya como meros consumidores o receptores pasivos” sino como “ciudadanos comunicacionales” y “verdaderos sujetos de derecho activos” (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2016b). Esta idea de ciudadanía comunicacional requiere, en consideración de Ottaviano, ser protegida mediante la puesta en práctica de “mecanismos que impidan la monopolización y la homogeneización de los múltiples sentidos culturales, permitiendo igualdad de acceso y de oportunidades” (Defensoría del Público, s/d).

La Defensoría del Público recupera parte de estos compromisos profundizando los cuestionamientos sobre los modos en que aparece representada y visibilizada en las pantallas y los parlantes la diversidad de subjetividades sociales, culturales y políticas poniendo énfasis en las minorías como niños y jóvenes, mujeres, pueblos originarios, la diversidad sexual, discapacitados. Otro ámbito sobre el que se formulan cuestionamientos son los modos en que los noticieros construyen la agenda temática. Bajo estas amenazas latentes de los medios frente a las audiencias, la Defensoría del Público brega por el resguardo de aquello que denomina los derechos de las audiencias, como una expresión que le permite profundizar el sentido del derecho a la comunicación. Para ello la Defensoría del Público define requerimientos y modos adecuados e inadecuados de las prácticas mediáticas (discursivas y materiales), de las condiciones de prestación y del acceso diferencial a los servicios de comunicación audiovisual (de acuerdo a recomendaciones y obligaciones) según lo establece la LSCA y en consonancia con los tratados de Derechos Humanos. La Defensoría del Público pone el acento en la necesidad de que las audiencias estén precavidas de las condiciones

adecuadas o inadecuadas de los servicios, y que les asiste el derecho para ejercer activamente demandas y reclamos para incitar a que los medios o el Estado a que se realicen las correcciones que se requieran.

En los documentos e informes de la Defensoría del Público es posible encontrar expresiones de las autoridades que dan cuenta de la inquietud por modificar ciertas prácticas de los medios mediante la “educación crítica de las audiencias, la ampliación de espacios de reclamos y la efectiva resolución de las quejas” de los públicos. Entre los principales focos de los cuestionamientos se destaca la imposición de las agendas como consecuencia de un sistema mediático concentrado.

La imposición de lógicas de agenda, de clase y de género es una de las peores herencias de la concentración comunicacional, que está al servicio de los intereses ideológicos y económicos de muy pocas personas, con demasiado poder, de espaldas a la sociedad en las que operan. (Ottaviano en Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2014, p. 11)

Este aspecto que plantea la capacidad de configurar la agenda de temas y dirigir la opinión por parte de los medios de comunicación estuvo presente como fundamento germinal de la LSCA. En el libro *La batalla de la comunicación*, Luis Lazzaro (autor del libro y uno de los dinamizadores desde el gobierno nacional del proyecto de LSCA) expresa la necesidad de establecer mecanismos para asegurar la responsabilidad social de los medios y la protección de las audiencias. En este esfuerzo se adopta la iniciativa de muchos países que han desarrollado marcos regulatorios para “evitar abusos” buscando “puntos de equilibrio entre la libertad de expresión, la protección de los usuarios y consumidores y el derecho a la información de los ciudadanos” (Lazzaro, 2011, p. 142). Como fundamento manifiesta:

La posibilidad de la manipulación de la audiencia merced a la potencia simbólica del discurso audiovisual es un aspecto explícito de las regulaciones habituales de los países con mayor desarrollo en la materia. La imposición de pautas éticas (determinación explícita de los puntos de vista, uso de los tiempos y de la argumentación, diferencias entre información y opinión) y técnicas (referencias

visuales identificatorias de los sujetos discursivos de la temporalidad y de los recursos de edición, etc.) permiten el establecimiento de reglas de juego destinadas a proteger los derechos del receptor. (Lazzaro, 2011, p. 143)

Esta labor que asumen organismos del Estado para gobernar la conducta de los medios, encuentra objeciones en algunos marcos legales y sobre todo por parte de los propietarios de los medios de comunicación comerciales quienes rebaten este tipo de mecanismos por considerarlos una intromisión en el espacio de la opinión y una limitación a la libertad de expresión. En su lugar, los empresarios mediáticos plantean más adhesión a un sistema de autorregulación, donde la supervisión y orientación de aquello que sea expresado en las pantallas o parlantes que genere malestares en algún grupo o el conjunto social, sea revisado y corregido mediante un mecanismo interno de los medios en vinculación con los públicos (SIP-AIR, 2003).

4. LA CONFIGURACIÓN DE LAS FORMAS DE PÚBLICO

En el prólogo del Libro de gestión mandato fundacional elaborado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, Cynthia Ottaviano expresa que la creación de este organismo constituye un hecho “disruptivo en la política comunicacional Argentina” (Defensoría del Público, 2016b). Las líneas de acción desarrolladas, de acuerdo a lo expresado en los informes de gestión anuales, se resumen en las siguientes:

- Releva reclamos, denuncias y consultas del público para lo cual se disponen canales formales presenciales, digitales vía internet o las audiencias públicas que se realizan en las diferentes regiones del país.
- Establece canales de mediación y diálogo para resolver los conflictos que puedan desencadenarse entre los públicos y las emisoras o los comunicadores de radio y televisión.
- Difunde los derechos de las audiencias de los servicios de comunicación.
- Desarrolla capacitaciones y formación sobre diversos ámbitos de la comunicación audiovisual en múltiples espacios sociales y educativos
- Implementa observatorios y monitoreo de medios.

- Realiza investigaciones que permita problematizar sobre la relación de los medios con las audiencias.
- Concientiza sobre diferentes problemáticas comunicacionales orientando la labor mediática en la representación de realidades desiguales, injustas, antidemocráticas y discriminatorias.

En correspondencia con estas líneas de acción identificadas en los documentos del organismo sería posible reconocer cuatro modos de concebir al sujeto del derecho a la comunicación que expresan diferentes grados de asumir un rol activo en la relación con los medios. En una primera caracterización se podría definir al público-receptor, como la concepción más habitual con la que se asume una posición de audiencia o espectador pasivo de mensajes de los medios. Este sujeto que fue caracterizado por las primeras teorías de la comunicación como con escasas capacidades y recursos para discriminar las verdades de las estrategias persuasivas de los actores mediáticos. Este tipo de público aparecería considerado en la acción de la Defensoría del Público a partir de la realización de estudios o investigaciones sobre las representaciones sociales y efectos de los medios.

En una segunda categoría se podría encontrar un público-activo definido a partir de las prácticas de recepción y consumo de medios se fueron perfilando los gustos y complejizando las necesidades comunicacionales que los individuos requieren de los medios masivos (Venier, 2016). En este contexto los públicos son activos no solo en el momento de la recepción de los mensajes con las lecturas ideológicas, tal como lo expresaban autores como Stuart Hall, sino que la Defensoría del Público promueve espacios de formación, concientización y relevamiento de las demandas sobre las condiciones de acceso y calidad del servicio de comunicación audiovisual y la responsabilidad en el tratamiento de la información.

En un tercer grado se puede hallar un público-actor-político, que resulta próximo a lo que ha sido denominado en el campo de la comunicación como como prosumidor (Sánchez Carrero y Contreras Pulido, 2012). Dentro de esta categorización se incluyen individuos, instituciones, organizaciones o los movimientos sociales que reconocen la

centralidad de los medios en la construcción de los sentidos sociales y que, a partir de ese reconocimiento, les despierta la inquietud de operar en el espacio mediático para deconstruir los significados y representaciones naturalizadas sobre diferentes ámbitos o grupos sociales o culturales. Estos actores vienen desarrollando diversas estrategias para que los medios asuman una acción responsable o comprometida en el tratamiento de ciertas temáticas que contribuyan a los procesos de transformación político-cultural virviendo ciertas representaciones o visibilizando de manera adecuada ciertas problemáticas. De esta manera la Defensoría del Público estableció canales institucionales para trasladar las demandas de los actores políticos a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual.

Finalmente el organismo promueve un sujeto del derecho a la comunicación que tenga las capacidades y facilidades para el ejercicio pleno de ese derecho, esto es, no solo en una posición de receptor activo o actor político sino que tenga acceso a una licencia de emisión para un medio audiovisual. Esta categoría puede ser denominada como público-comunicador. Para ello resulta necesario generar las capacidades y distribuir los recursos allí donde existe la demanda y la necesidad del acompañamiento del Estado para que grupos sociales puedan implementar y gestionar sus propios medios de comunicación de manera sostenida en el tiempo, posibilitando la constitución de un sistema plural y federal de medios.

Las actividades encaradas desde la Defensoría del Público expresan los compromisos por la promoción de cada una de las categorías de público identificadas. De manera somera se muestran cinco de las acciones emprendidas. En relación a los primeros tres tipos identificados, algunos de los resultados que destaca el organismo son la realización de ocho Guías para el tratamiento mediático responsable en temáticas como la salud mental, la violencia institucional, violencia contra las mujeres, noticias policiales, identidades de género y orientaciones sexuales. Para ello se articula con públicos-activos-políticos representados en organizaciones de la sociedad civil y se elaboran las recomendaciones de acuerdo a las directivas emanadas de organismos nacionales e internacionales (Defensoría del Público, 2015, 2015a, 2015b, 2016b). Una línea relevante dentro de las iniciativas en este ámbito es la protección de los derechos

comunicacionales de niñas, niños y adolescentes sosteniendo que en las emisiones mediáticas la niñez y la adolescencia ocupan un lugar marginal prevaleciendo la mirada adulta en las temáticas elegidas, los lenguajes y las “fuentes seleccionadas para tratar los temas de infancia, adolescencia y juventud” (Defensoría del Público, 2016b, p. 55). En los reclamos de las audiencias y las investigaciones desarrolladas desde la Defensoría se encuentra como malestar

[...] la invisibilización de las realidades diversas que viven niños, niñas y adolescentes en Argentina; la estigmatización y la criminalización, en particular cuando se hace referencia a poblaciones de sectores vulnerables y la inexistencia de representaciones que los y las tengan en cuenta como actores sociales relevantes, considerándolos como fuentes legítimas de información y opinión. (Defensoría del Público, 2016b, p. 56).

En cuanto a la producción de conocimientos en torno a la acción de los medios sobre las audiencias, la Defensoría del Público, encaró la realización de monitoreo de noticieros de televisión abierta en colaboración con organismos de investigación de Universidades Públicas. Esta línea de acción que se familiariza con la técnica de los observatorios de medios mencionado más arriba, para Cynthia Ottaviano asumía como compromiso

[...] establecer 'qué es noticia en los noticieros' y tensionar los criterios y jerarquizaciones periodísticas tradicionales que, tal como quedó en evidencia, responden aún hoy a lógicas de producción mercantilistas, clasistas, machistas y racistas. (Ottaviano citada en Defensoría del Público, 2016b, p. 21)

En una acción similar se encaró, mediante un convenio con CONICET, la realización de siete Proyectos de Investigación Orientada (PIO). Las investigaciones financiadas tuvieron como propósito desarrollar conocimientos en torno a “tres momentos distinguibles por la singularidad específica en los modos, formas y eficacia en la producción social de sentido: la producción de mensajes, la circulación/distribución, y el momento de la recepción” (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2016b, p. 153). Las pesquisas fueron realizadas por equipos de investigadores acreditados y focalizaron en problemáticas como: análisis de las rutinas

de producción; circulación y formas y contextos de recepción y consumo en diversos formatos y géneros en programaciones de medios nacionales, provinciales o locales; modos de representación de diversas identidades y de diferentes áreas temáticas como derechos humanos, salud, ciencia y tecnología, conflictos laborales y demandas sociales (Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2016b, p. 153).

Otra de las políticas que implementa la Defensoría del Público, y que apunta a generar herramientas para orientar la acción de los medios bajo el enfoque de los derechos humanos, es la generación de espacios de participación para relevar los reclamos y demandas de los públicos en lo que se consideran vulneraciones a los derechos de las audiencias. Esta acción la realiza mediante diversas vías de comunicación entre las que se destacan, por su carácter participativo, las Audiencias Públicas que se realizaron de manera sistemática todos los años desde el 2013 en las distintas regiones del país. Mediante este instrumento

[...] la defensoría promovió la participación de las audiencias, de los sujetos de derecho y de los sectores históricamente postergados del sistema de medios para incidir en la definición de políticas públicas de comunicación a través de las audiencias Públicas. (Defensoría del Público, 2016b, p. 123)

Como mecánica de esta herramienta se sistematizan las intervenciones durante el desarrollo de cada Audiencia y son plasmadas en informes mediante las cuales se identifican y describen las temáticas prioritarias. A partir de estas priorizaciones el organismo procede a la definición de las líneas de acción que consta de

[...] actuaciones específicas, procesos de capacitación, recomendaciones para abordajes mediáticos de diversas temáticas, nuevas articulaciones, producciones audiovisuales, presentaciones ante otros organismos. (Defensoría del Público, 2016b, p. 126)

Para ingresar en el análisis del cuarto tipo de público que asume una posición de sujeto de la comunicación pleno llevando adelante un proyecto comunicacional, se puede mencionar (dentro de las acciones desarrolladas por la Defensoría del Público de SCA)

el relevamiento de emisoras de radio y televisión en Argentina denominado Experiencias de comunicación audiovisual y ciudadanía en Argentina. Esta iniciativa da lugar a un mapa y un registro de las buenas prácticas comunicacionales elaborado por el organismo mediante el cual se reconoce, visibiliza y promueve un conjunto de

[...] medios audiovisuales que entienden a la comunicación como un derecho humano, que elaboran información y producen contenidos desde el compromiso con sus audiencias y con las comunidades de las que forman parte. (Defensoría del Público, s/f).

Bajo esta iniciativa se pueden reconocer diferentes grados de articulación estratégica entre el Estado nacional y sujetos de la comunicación que trabajan por fuera de las lógicas predominantes en el sistema de medios y que se las reconoce con múltiples denominaciones entre las que se destacan las de comunitarias, populares o alternativas². Aquí lo relevante resulta la incorporación en el orden legal y político de un conjunto de prácticas y de nuevos espacios enunciativos que disputan las tematizaciones y representaciones propuestas por los medios tradicionales en una apuesta por ampliar las garantías para el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación. En el registro elaborado por la Defensoría del Público se presentan setenta y cinco experiencias de emisoras de radio y televisión que incluyen proyectos encarados por cooperativas de trabajadores o de servicios, por comunidades indígenas o campesinas, por instituciones educativas o universitarias, y por sindicatos de trabajadores. Este registro que excluye los medios comerciales y gubernamentales, claramente se sostiene en la tarea de constituir un sistema plural de medios en el que se representen y desplieguen las múltiples subjetividades y los múltiples sentidos con que se produce simbólicamente la realidad de los diversos grupos.

Pero además, cuando se indaga con mayor detalle en los sentidos que sostienen las prácticas y la identidad política de este conjunto de emisoras de radio o televisión (así como de otras experiencias similares que no fueron relevadas) más que sostener un

² Para una distinción de cada una de las categorías en el contexto de América Latina se puede consultar los trabajos de Kejval (2018) o Barranquero y Sáez (2010).

compromiso con la constitución de un sistema pluralista y democrático, parecerían afirmarse en el ejercicio de una subjetividad crítica porque se entiende que más allá de la objeción a las formas mercantiles o gubernamentales de la comunicación audiovisual, se constituyen sujetos comunicacionales singulares que plantean otras relaciones con la realidad y la verdad de las formas de experiencia.

5. LA EMERGENCIA DE SUBJETIVIDADES COMUNICACIONALES OTRAS

En el trabajo de relevamiento y registro de la Defensoría del Público se recuperan un conjunto de experiencias de emisoras de radio y televisión consideradas *buenas prácticas comunicacionales* por asumir un compromiso responsable y ciudadano con las audiencias y sus derechos.

En esta política pública es posible advertir una especie de relevo de la identidad comunitaria por la noción de *ciudadanía comunicacional* y la concepción de las audiencias como sujetos de derecho (las cuales son presentadas como la piedra fundamental para la creación del organismo). Instalar las prácticas en el campo del ejercicio de la ciudadanía en los proyectos político-comunicacionales de los medios audiovisuales implica ir más allá de la perspectiva formal puramente jurídica que remite a ciertas libertades o derechos que un Estado otorga a quienes considera sus ciudadanos. Constituye una subjetividad política activa, un campo de posibilidades de acción para que los individuos establezcan unos tipos de relaciones o solidaridades a partir de disposiciones e intereses por asuntos comunes a la comunidad política (Uranga, 2013, p. 12).

En el trabajo titulado *Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación*, María Cristina Mata va a pensar la ciudadanía en el nuevo contexto político y cultural y la definirá como

[...] la capacidad de ser sujeto en todos los ámbitos en que se construye el poder y, por consiguiente, como práctica que implica el participar efectivamente en la elaboración de las reglas que, con validez de norma instituida o legitimada, tienen capacidad de ordenar la vida en sociedad. (Mata, 2006, p. 8)

Siguiendo esta conceptualización, Claudio Avilés Rodilla en su estudio sobre la ciudadanía comunicativa en la radio de la Universidad Nacional de Jujuy, analiza que la ciudadanía comunicativa supone dos cuestiones. Por un lado el reconocimiento de los medios como elementos centrales para hacer posible el ejercicio ciudadano ya que no sería posible sin la asistencia de la información puesta en circulación que permite conocer y aprender “formas de realización de libertades, igualdades, derechos, reconocimientos y niveles de vida” (Avilés Rodilla, 2015, p. 289). Por otro y al mismo tiempo “se estructuran como fuentes básicas de definiciones ciudadanas, democráticas y de poder” (Avilés Rodilla, 2015, p. 289).

Por su parte, Kejval luego de relevar las reflexiones en torno a la ciudadanía y la radio, encuentra que esta afirmación implica que la ciudadanía es una práctica que se ejercita en múltiples espacios de lo social, y no solamente define una relación con el Estado. Esto habilitó a ampliar la noción para hablar de *ciudadanía comunicativa* en el reconocimiento de la centralidad de los medios de comunicación en las nuevas configuraciones del espacio público como constitutivo para la realización de la democracia (Kejval, 2018, p. 124).

Aquí se le demanda a la comunicación radiofónica y televisiva un rol central en la vida democrática dinamizando el ejercicio activo de una ciudadanía, pero de una ciudadanía que no se revela de la misma manera, con los mismos objetivos ni con la misma intensidad en el conjunto de experiencias comunicacionales relevadas en los márgenes del sistema de medios de Argentina.

En este plano resulta oportuno recuperar el concepto de incidencia que fue promovido desde la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) como una estrategia de las radios comunitarias para provocar transformaciones y cambios en el contexto que está inserta.

[...] la radio popular y comunitaria logra menor o mayor incidencia cuando aporta significativamente en las lecturas e interpretaciones políticas, culturales e informativas del lugar, la región o el país, cuando desata procesos de toma de conciencia y de cambio de actitudes en la población, cuando participa con peso

en la construcción de la opinión pública, cuando logra articular públicos y actores sociales. (Geerts y Van Oeyen, 2001, p. 44)

Así, para radios como *FM Libertad* de Molinos (provincia de Salta) y *Qom La'Aqtac* de Colonia Aborígen (provincia de Chaco) el objetivo busca crear un canal de información y comunicación en una comunidad extendida y dispersa en el territorio; para la radio *La voz indígena* además de brindar información como servicio pretende acompañar de cerca las luchas y las demandas de los pueblos originarios del norte de la provincia de Salta; en esto último coincide con la Red de emisoras del MOCASE-Vía Campesina para quienes la radio es un instrumento de la formación y la acción política en las luchas de los campesinos sin tierra de Santiago del Estero³; en el mismo sentido *Barricada TV* o *Subte Radio* la cámara y la imagen televisiva, el micrófono y los sonidos radiofónicos son herramientas para la visibilización de los conflictos urbanos de los sectores obreros; o en el caso de *FM La Ranchada* la función ciudadana se manifiesta en la representación de los sectores populares y marginados de la ciudad de Córdoba y la articulación con diversos organismos y actores para las demandas o el desarrollo de políticas sociales⁴, tal como lo expresa la propia emisora.

[FM La Ranchada] no sólo es una radio, sino una herramienta de nuestra vida cotidiana para dar a conocer nuestras problemáticas sociales [...] es un instrumento de comunicación e información de villas miserias, personas privadas de la libertad, ancianos, por medio de corresponsales barriales que llegan a lugares más olvidados. (FM La Ranchada citado en Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2016b, p. 121)

³ Una de las batallas que plantea el MOCASE a través de su red de emisoras es por la soberanía alimentaria como un derecho a producir alimentos sanos cuidando la naturaleza, el agua, las semillas, la vida campesina indígena (<http://www.mocase.org.ar/noticias/soberania-alimentaria-alimentos-y-recursos-naturales-el-ojo-del-huracan>).

⁴ “Desde sus orígenes, la radio *La Ranchada* favoreció la difusión de acciones de los sectores populares de la ciudad de Córdoba ante problemáticas en diferentes áreas de intervención tales como el hábitat social, la salud, la alimentación, infancia y adolescencia, el trabajo y el desarrollo de experiencias productivas, la educación, la actividad sindical y la realidad de los grupos vulnerables, lo que produjo el fortalecimiento de numerosos procesos organizativos de los habitantes de las Villas y Barrios carenciados de Córdoba” (La Ranchada, s.f.).

Cuando se escrutan los sentidos de las prácticas en los actores, se insinúa una forma de sujeto que busca constituirse, autogobernarse, para, desde esa posición, lograr articular los enunciados mediante los cuales sería admisible la crítica y la interpelación a la sociedad normalizada y a ciertos poderes a través de los micrófonos.

En la experiencia del *CPE-TV* de la ciudad de La Pampa, se concibe su aporte a la construcción ciudadana promoviendo los valores de una sociedad plural en términos de diálogo político admitiendo las diferentes expresiones de los asociados a la cooperativa. En este sentido el presidente del consejo de administración de la cooperativa que gestiona la emisora, manifiesta que no puede haber un monopolio de ideas ya que *CPE TV* es resultado de una lucha por romper el monopolio en la oferta televisiva.

Si vamos a representar el conjunto del colectivo que somos la cooperativa, no puede haber censura porque en ese colectivo [...] hay gente de centro, de izquierda y de derecha, de arriba, de abajo, de todas las posturas. (Nocetti en Defensoría del Público, 2016b, 3:00 a 3:18 min.).

En el caso de la *Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social* que gestiona la emisora *FM En tránsito* cuando se narra el proceso de incorporación de nuevos socios a la cooperativa se advierte que es un proceso complejo, largo y “doloroso” a través del cual debe constituirse un nuevo sujeto que sintonice con el proyecto y la dinámica de la organización. En tal sentido un miembro de la cooperativa alega que ese proceso de admisión

[...] temple el cuero, ilumina, hace crecer. Desbarata el ego, prende el gen solidario, mata la vergüenza (algunos ya la traen en coma), y enseña -de todo- sobre organizaciones, responsabilidades y compromisos en un curso a todo trapo del que solamente podemos bajar a la salida.

De ahí salen las ganas de fortalecer a la Coop. para que en el futuro sea una empresa social que le permita a sus socios vivir dignamente de sus trabajos, trabajos en todas las áreas de la comunicación para lograr una sociedad

equitativa y bienestar para todos sus ciudadanos, ciudadanos que un día se integren y fortalezcan este proyecto. (Wassileff, s/f)

Para *Barricada TV* la crítica se expresa claramente en términos de resistencia bajo la lógica de la dialéctica de la lucha de clases. La barricada remite, según una de sus integrantes, a ese lugar que en las manifestaciones de los sectores populares se utiliza “para defenderse y para contratacar”. El contrataque para este medio es “la contrainformación” que es la información que no sale en los medios hegemónicos. Pero también el esfuerzo está puesto construir sentidos a partir de la información y contribuir con la producción de una subjetividad revolucionaria instalando la lucha de clases como modo de acción política.

[...] creemos que la contrainformación no es solamente la disputa de sentido con los medios de la burguesía sino que implica también en términos más generales la lucha de clases y no un espacio de autorrealización comunicativa, concebimos a los medios alternativos como una herramienta político-comunicacional clave para la construcción de una subjetividad revolucionaria que toda praxis tendiente a la construcción de poder popular exige. Esta concepción de la alternatividad en función de un proyecto político de liberación es la que nos lleva a entender a un grupo de video militante como aquel que se encuentra inserto en una práctica transformadora de la realidad, práctica que adquiere su máxima expresión en su articulación con una organización política revolucionaria. (Barricada TV, 2012)

Otro de los retos que asumieron las emisoras fue, en la réplica a las lógicas individualistas, la recuperación de lo colectivo mediante el tendido de vínculos hacia adentro de la radio, con otros medios y con sus públicos. En este sentido para los miembros de *Radio Revés*⁵ la producción radiofónica debe ser coherente con “los requerimientos de la ciudadanía organizada”. Desde allí manifiestan la necesidad de pensar el proyecto colectivo para lo cual se solicita construir

⁵ Radio Revés es una emisora gestionada por los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba.

[...] espacios en los que reconozcamos las potencialidades de construir colectivamente aun con diferentes concepciones sobre los problemas del mundo o sus posibles soluciones. [...] Tenemos que emprender la organización y coordinación de esos espacios como lugares donde se forma una identidad participativa y donde se aprende a ser y crear colectivamente. (Radio Revés, 2007, p. 4)

En las reflexiones de los miembros de *FM La Tribu* publicadas en el libro *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación* (Colectivo La Tribu, 2003), la construcción de la ciudadanía constituye el horizonte político que inspira a las emisoras de radio en la lucha por la democratización de la comunicación y de la sociedad frente al poder de los medios concentrados. La multiplicación de los medios alternativos por parte de la ciudadanía se posiciona como una limitación a los grandes medios:

Frente al poder de los medios masivos de comunicación para configurar el relato social de algunos sectores de la sociedad se organizan para desmontar sus estrategias. Frente a la concentración de la propiedad de los medios y las legislaciones injustas, la ciudadanía busca extender las posibilidades de ejercer sus derechos. (Colectivo La Tribu, 2003, p. 8)

Para *La voz indígena* la reivindicación de las formas de ser indígena es acompañada de vinculaciones con otras expresiones de lo diverso, de aquello que escapa al orden de lo normalizado y que con mucha dificultad logra ser reconocido como sujeto de derechos. Lo indígena no resiste con las fuerzas de un pasado al que se quiere retornar, sino que disputa el sentido desde la fuerza de la diversidad del presente para lo cual provoca articulaciones incorporando en su programación además de las luchas indígenas, las luchas de colectivos por la diversidad de género o feministas.

Pero también aparecen otros modos de constitución de sujetos de la comunicación, cuyo sentido no es tanto interpelar a la sociedad desde los micrófonos y los parlantes sino asumir una posición de sujeto a través del trabajo en la radio. Tal es el caso de *FM*

*De adentro*⁶, una radio educativa que funciona en contexto de encierro en la ciudad de Salta, en la cual los jóvenes que realizan los programas expresan que la radio no solo resulta un medio de comunicación para ejercer la libertad de expresión, sino que es una actividad que los constituye en sujeto comunicador, distinto al sujeto delincuente que produce el dispositivo de encierro. Esto se revela de alguna manera en los testimonios donde explican que hacen radio porque “se sienten bien saliendo en la radio”, poder comunicarse, “que la gente de afuera nos escuche” para que “sepan las cosas que hacemos, lo que aprendemos y que se den cuenta que podemos cambiar, que podemos ser algo cuando salgamos” (testimonio de miembro de FM De adentro en Defensoría del Público, 2016c, 3:00 a 3:20 min.).

6. REFLEXIÓN FINAL

Estas experiencias comunicacionales se articulan en una diversidad de prácticas y de expectativas que asumen un valor singular para cada proyecto grupal o individual. También revisten un valor político para el colectivo social en términos de hacer visibles y audibles una pluralidad de expresiones y de subjetividades contemporáneas que permita actualizar la democracia. Y esto alimenta los sentidos políticos del derecho a la comunicación entendido también como el derecho de apropiarse de un derecho de manera singular. Porque, si bien el derecho a la comunicación puede expresarse en lo jurídico por la afirmación de ciertas libertades que un Estado admite en un determinado orden, no se pasa de la no comunicación a la comunicación. La comunicación siempre está presente en las diversas formas de la crítica, en las impugnaciones a los argumentos que despliegan los dispositivos de poder hegemónicos con los cuales se ejerce el gobierno de los públicos. Pero es a través de las posibilidades que habilita el derecho de comunicación que los públicos-comunicacionales pueden potenciar la expresión del no querer ser gobernado en estos términos, del no querer ser hablado de este modo, del no querer ser mostrado de esta manera, del no querer ser organizado desde estas clasificaciones morales.

⁶ En el Centro de Atención a Jóvenes en conflicto con la ley penal número 1 de la Provincia de Salta, funciona en su interior el Núcleo Educativo N° 7210 del cual depende la radio FM De adentro. La propuesta busca generar un espacio de expresión para los jóvenes privados de la libertad.

Por eso podríamos asumir que no es que el Estado viene a reconocer un derecho que los grupos sociales no tenían, sino que en el ordenamiento que produce el Estado argentino a partir de la sanción de la LCA lo que se juega es la ampliación de derechos como una herramienta más que se pone al servicio de ciertas luchas emancipatorias de grupos o individuos que se encuentran en situación de una servidumbre involuntaria.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Avilés Rodilla, C. (2015). Ciudadanía comunicativa en la radio estatal. Reconocimiento y condiciones de ejercicio en Radio Nacional y Radio Universidad de Jujuy. *Question. Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(46), 286-301.

Aznar, H. (1999). El ombudsman, como mecanismo de autorregulación. *Revista Latina de Comunicación Social*, (13). Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/a1999c/145hugo.htm>

Barranquero, A. y Sáez, C. (2010). *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación*. Trabajo presentado en el Congreso Internacional AE - IC : "Comunicación y desarrollo en la era digital, Málaga. Recuperado de <http://fama2.us.es/fco/congresoaeic/453.pdf>

Barricada TV. (2012). *¿Quiénes somos?* Recuperado de http://www.barricadatv.org/?page_id=8

Colectivo La Tribu. (2003). *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*. Buenos Aires: Ediciones La Tribu.

Defensoría del Público. (s/f). *Más libertad, más voces, más democracia*. Recuperado de <http://ute.org.ar/mas-libertad-mas-voces-mas-democracia/>

Defensoría del Público. (2016a). CPE TV, La Pampa [YouTube]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=EmPvmvwB7q0

Defensoría del Público. (2016b). FM De adentro, Salta [YouTube]. Recuperado a partir de <https://www.youtube.com/watch?v=pSZplwCHlKA>

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. (2014). *Segundo informe anual*. Recuperado de <http://archivo.defensadelpublico.gob.ar/es/secciones/informe-anual-2014>

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. (2016a). *Cuarto Informe anual*. Recuperado de <http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/08/INFORME-2016.pdf>

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. (2016b). *Libro de gestión mandato fundacional, de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Buenos Aires: EUDEBA.

Geerts, A. y Van Oeyen, V. (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER.

Lazzaro, L. (2011). *La batalla de la comunicación*. Buenos Aires: Colihue.

Mata, M. C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras. Estudos midiáticos*, (VIII), 5-15.

Radio Revés. (2007). *Hacer diciendo. Cartilla de formación para la gestión de equipos de trabajo en radios populares, ciudadanas y públicas*. Recuperado de <http://www.vivalaradio.org/gestion-radios-comunitarias/produccion/08hacerdiciendo.html>

Sánchez Carrero, J. y Contreras Pulido, P. (2012). Producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *ICONO 14*, 10(3), 62-84.

SIP-AIR. (2003). *Posición conjunta de la SIP y la AIR ante la Sociedad de la Información*. Miami: Sociedad Interamericana de Prensa.

Uranga, W. (2013). Comunicación: En la encrucijada de la construcción ciudadana. *Intersecciones en comunicación*, (7), 11-39. Recuperado de <http://www.soc.unicen.edu.ar/index.php/component/content/article?id=1138:articulo-washington-uranga>

Wassileff, A. (s/f). *¿Quiénes Somos?* Recuperado de <http://comunicacionsocial.org.ar/quienes-somos/>