

# Desintermediación y participación

## Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos<sup>1</sup>

Por María Soledad Segura

---

sole\_segura@yahoo.com.ar – Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

---

### SUMARIO:

En la Argentina, a partir de la crisis de 2001-2002, se multiplicaron los medios y organizaciones de la sociedad civil que impulsaron la democratización de las comunicaciones. Estas prácticas cuestionaron y reconfiguraron los roles de los sujetos de la comunicación -el productor o periodista profesional y los públicos- e impulsaron la desintermediación y horizontalización del proceso comunicacional. Apelaban al valor de la participación que constituye uno de los principios fundamentales de una comunicación democrática, según la tradición latinoamericana de políticas de comunicación. Abordamos este objeto desde una perspectiva teórico-metodológica interdisciplinaria que permite analizar las prácticas desde un enfoque socio-histórico.

### DESCRIPTORES:

periodistas, públicos, participación, desintermediación, democratización

### SUMMARY:

In Argentina, from the 2001-2002 crisis, the media and civil society organizations that promoted the democratization of communications increased. These practices challenged and reconfigured the roles of the actors of communication -the producer or professional journalist and the public- and spurred disintermediation and horizontality of the communication process. They appealed to the value of participation which constituted one of the fundamental principles of democratic communication, as the Latin American tradition of communication policies. We approach this subject from an interdisciplinary theory and methodology to analyze the practices from a socio-historical approach.

### DESCRIPTERS:

journalists, public, participation, disintermediation, democratization

115

Desintermediación y participación. Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos

Desintermediation and participation. The journalists and publics new roles in non profit media

Páginas 115 a 133 en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, enero a diciembre de 2014

ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634



En la Argentina<sup>2</sup>, a partir de la profunda crisis estructural de 2001-2002, las experiencias de organizaciones de la sociedad civil que impulsan democratizar las comunicaciones se multiplicaron notablemente: medios alternativos, veedurías y observatorios de medios, alianzas entre organizaciones para controlar la vigencia de los derechos de comunicación o para impulsar reformas legales en el área y colectivos de militantes que ofrecían servicios de comunicación a organizaciones sociales. Desde entonces, la comunicación comienza a aparecer como una problemática de creciente importancia en la agenda pública tanto gubernamental como de los movimientos sociales. De este modo, el debate sobre políticas nacionales de comunicación se actualizó en 2004 impulsado por organizaciones de la sociedad civil y, a partir de 2008, impulsado por el Gobierno nacional, proceso que tuvo un momento cúlmine en 2009 con la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Estas prácticas que propusieron diferencias –de adaptación o ruptura– con respecto a lo dominante en el campo de la comunicación mediática, constituyeron opciones realizadas por los agentes que las produjeron, en el marco de las luchas por la definición de las reglas de juego en ese campo.

Estas prácticas y las variaciones en sus pretensiones de radicalidad con respecto a la reforma de las reglas de juego del sistema comunicacional global, implicaron nuevos modelos comunicacionales. En particular, cuestionaron y reconfiguraron los roles de los sujetos de la comunicación: el productor o periodista profesional y los públicos. Por eso, 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<sup>3</sup>. 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 (1980)<sup>4</sup> y la tradición latinoamericana de estudios sobre políticas de comunicación (ver, por ejemplo, Pasquali, 1991a y 1991b), y como la retoman en este nuevo siglo teóricos y militantes del campo comunicacional.

Abordamos este objeto desde una perspectiva teórico-metodológica interdisciplinaria que nos permite analizar las prácticas discursivas desde un enfoque socio-histórico, diferente de los explorados hasta el momento en el área. Una de las principales características de este enfoque, es la de abordar los discursos como prácticas, lo que lleva a plantearse la pregunta acerca de los agentes que las producen por una parte, y de las condiciones dentro de las cuales llevan a cabo el proceso de trabajo y producción de los discursos, por otra. Se plantea que los discursos encuentran el principio de comprensión/explicación (Costa, 2010) en el lugar que define la identidad social de los agentes que los producen (Mozejko y Costa, 2002). No se niega la incidencia que pueden tener en las opciones discursivas los valores y convicciones esgrimidos por los agentes como razones de sus prácticas; se plantea, sin embargo, como hipótesis, que las opciones que caracterizan los discursos encuentran una mayor eficacia explicativa al relacionarlos con la posición relativa de poder que define a los agentes que producen las prácticas más que con sus ideas y principios. Es por esto que la probabilidad de las prácticas discursivas de generar efectos sociales no depende tanto de las razones y argumentos desarrollados (la fuerza de la verdad), sino de las posiciones de poder relativo de

los agentes sociales que las producen y luchan por imponer.

En la aproximación que proponemos es entonces necesario analizar las características específicas de las prácticas producidas e identificar sus recurrencias y variaciones, establecer las condiciones objetivas que hicieron posible su emergencia, los intereses generales a partir de los cuales se constituyeron y consolidaron, las transformaciones de esas condiciones a lo largo de los años en relación con el proceso social global de la sociedad argentina en el período estudiado, y reconstruir las posiciones y trayectorias de los agentes que las produjeron.

Por eso, en primer lugar, reconstruiremos las condiciones objetivas de producción de las prácticas analizadas por un lado, y las posiciones y tomas de posición de los agentes colectivos participantes del sistema de relaciones por el otro. En segundo término, caracterizaremos las tomas de posición de las organizaciones sociales y medios alternativos analizados<sup>5</sup>. Luego, analizaremos específicamente las propuestas de transformación en los roles de los sujetos del proceso comunicacional -productores y públicos- que proponen. Finalmente, estableceremos la relación entre las prácticas analizadas y su lugar de producción: la competencia de los agentes que las produjeron y las condiciones sociales que se volvieron operantes en el proceso de realización de estas opciones, en el horizonte de luchas por la definición de lo valioso en el campo.

#### LAS CONDICIONES: DE LA CRISIS A LA RECOMPOSICIÓN

La Argentina inició el siglo XXI con el estallido de una crisis estructural de la economía que expulsó de la matriz productiva a millones de trabajadores y elevó los índices de pobreza, y una fenomenal crisis del sistema político, un “colapso de la confianza pública en el país” (Novaro, 2002: 9-30 y 31-106; Mocca, 2002: 253-288). Las nuevas condiciones favorecieron la mayor visibili-

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

Ante la crisis de las políticas neoliberales, la crisis de la democracia representativa y la crisis de credibilidad mediática a partir de 2001, la comunicación se torna necesaria para disputar nuevos sentidos y definiciones del orden social común. La aparición de nuevos actores socio- políticos (asambleas, piqueteros, ahorristas, cartoneros, cooperativas de trabajo en fábricas recuperadas, colectivos contraculturales y de contrainformación) conlleva la necesidad de disputar la visibilidad y los sentidos de la propia identidad y de las demandas para la presentación en el espacio público también mediático. El modo de organización y práctica política asamblearia, horizontal y no delegativa, implica la necesidad de articular prácticas en red con otros semejantes para construir poder “desde abajo”. Todo esto hace que las organizaciones sociales y políticas en general, además de los públicos / ciudadanos (o, en otros términos: la sociedad civil organizada colectivamente o los sujetos individuales desagregados), otorguen cada vez mayor relevancia a la cuestión comunicacional y la consideren inescindible de las disputas políticas.

Las reglas de juego dominantes en el campo de la comunicación mediática estaban establecidas por el decreto-ley de radiodifusión 22.285 dictado durante en 1980 durante la última dictadura militar, y por sus

modificaciones posteriores. Estas reglas privilegiaban a las empresas mediáticas de propiedad privada, en detrimento del sector público que mantenía un rol subsidiario, y del sector social-comunitario que estaba relegado a la ilegalidad. Los conglomerados de medios masivos de comunicación de propiedad privada concentrada hacían visibles las consecuencias de las crisis y los nuevos actores, pero éstos percibían restricciones en cuanto a las posibilidades de presentar su identidad y demandas en esos medios, para proponer nuevos sentidos del orden social y para articular con otros semejantes. Por su parte, el Estado padecía una profunda crisis institucional mientras actuaba en salvataje de los grandes grupos mediáticos privados en crisis financiera, procuraba pero no lograba cambiar su rol por uno complementario como prestador de radiodifusión, y tomaba medidas represivas con respecto al sector social.

En esas condiciones, el sector social fue el que buscó dar respuesta a las demandas comunicacionales de los nuevos actores movilizados. Frente a esas fuertes restricciones para ejercer el derecho a la comunicación la participación en la esfera pública dominante controlada por las corporaciones mediáticas con el apoyo del Estado, optó preferentemente por estrategias adaptativas y alternativas.

En 2003, se abre una nueva etapa caracterizada por la recomposición institucional en el país, la relativa desmovilización de los sujetos colectivos protagonistas del período anterior y el regreso de la política a los canales institucionales. Entonces, desaparecen las organizaciones que impulsaban estrategias adaptativas y se produce una crisis de los medios alternativos vinculados a la movilización social, cuya cantidad y niveles de actividad decrecen. Los medios alternativos que persisten en el período son los pertenecientes a instituciones tradicionales y los que surgen nuevos lo hacen en relación a experiencias internacionales y ya no directamente vinculados a la realidad social

del país.

Al mismo tiempo, surgen nuevas experiencias vinculadas a la comunicación como servicio público, cuya máxima expresión –como veremos más adelante– fue la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Estas propuestas de un modelo de servicio público de comunicación se vinculan con la recuperación institucional del Estado y las instituciones representativas. Sin embargo, en estas alianzas que postulan a la comunicación como un derecho humano, persisten aprendizajes de la etapa anterior como la organización en red o alianzas horizontales y no delegativas.

Finalmente, un tercer período se inicia en marzo de 2008 y está caracterizado por la inclusión de la cuestión comunicacional en la agenda gubernamental. En esta etapa, en un inédito marco de enfrentamiento con los medios y de movilización social y debate alrededor del tema, se discute y aprueba una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual que se fundó en la propuesta de la Coalición y reemplazó al antiguo decreto-ley de radiodifusión. Así, a partir de 2008, el modelo de comunicación como servicio público llegó a imponerse en la agenda gubernamental y social en vistas a un Estado consolidado institucionalmente al que la Coalición por una Radiodifusión Democrática apelaba como aliado para llevar adelante su propuesta. Ese Estado contaba en este período con una gestión contingente de gobierno que había prometido reformar la ley de radiodifusión en su plataforma electoral y había designado funcionarios que simpatizaban con esa propuesta. Su política de comunicación tendía a privilegiar instancias de “comunicación directa” sin la intermediación de los periodistas. Además, funcionarios de tercera línea del área de comunicación y organizaciones sociales aliadas del gobierno como los organismos de derechos humanos participaban en la Coalición por una Radiodifusión Democrática.

Este gobierno, además, enfrentó un conflicto con productores agrarios y con los medios de comunica-

ción de masas de propiedad privada, que cuestionaba su representatividad, por lo que necesitó también establecer nuevas alianzas para fortalecer su legitimidad y, en ese marco, se dio una confluencia de intereses con los de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Por su parte, las empresas mediáticas se encontraban en una situación de fragilidad ante la amenaza del probable avance de las más poderosas empresas transnacionales de telefonía como competidoras. Además, la convergencia digital, si bien para el sector social implicaba el riesgo del avance como prestadores de radiodifusión de agentes aún más poderosos que los hasta entonces privilegiados en el campo, conllevaba también la posibilidad técnica de contar con mayor cantidad de señales de transmisión y, por lo tanto, la potencialidad de tener mayor cantidad de emisores.

El cuarto período se abre a partir de 2010<sup>6</sup> con la entrada en vigencia de la ley sancionada meses antes. El gobierno privilegia el conflicto con los grandes grupos de medios, especialmente Clarín, al impulsar el resistido cumplimiento del artículo que ordena desinvertir a los medios que exceden los límites a la concentración que la Ley establece. Por lo tanto, concentra sus esfuerzos en uno de los aspectos centrales que la ley establece: la desmonopolización. Asimismo, fomenta de diversos modos la producción audiovisual, otorga las licencias de medios estatales, de pueblos originarios y de baja potencia y desarrolla la televisión digital terrestre. En tanto, se retrasan los avances vinculados a la ocupación del 33 por ciento del espectro radioeléctrico por parte de medios sin fines de lucro: se suspendieron los concursos de licencias de televisión digital para medios con y sin fines de lucro que se habían llamado en 2010, no se dieron a conocer los resultados del censo de estas entidades realizado ese mismo año, no se dio a conocer el monto ni el modo en que se repartirá el 10 por ciento de la recaudación de la AFSCA que la norma establece que debe destinar-

se a "proyectos especiales" de radios comunitarias, de frontera y pueblos originarios (ver Segura, 2013).

#### LAS EXPERIENCIAS: DE LO ALTERNATIVO A LO PÚBLICO

Las prácticas de las organizaciones de la sociedad civil que impulsaron de algún modo la democratización de las comunicaciones en la Argentina entre 2001 y 2010 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 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<sup>7</sup>. Las opciones de estos agentes sociales pueden entonces clasificarse de menor a mayor radicalidad: desde la adaptación a las reglas de juego existentes, la producción o modificación de las reglas de juego al interior del propio medio, o la propuesta de modificación de las reglas de juego del sistema comunicacional global.

Así, optaron por estrategias de adaptación a las reglas de juego existentes los colectivos de comunicadores que 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. Par-

tían 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 la ciudad de Córdoba<sup>8</sup>, estos fueron los casos de SOS País<sup>9</sup> y Comunicadores Solidarios<sup>10</sup>.

Por otra parte, las opciones 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-, 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 estos casos, en particular en la primera etapa (2001-2003), 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 (Fraser, 1997), hasta tanto estuvieron dadas las condiciones (en el segundo y tercer período: 2003-2008 y 2008-2010) para disputar en la esfera pública oficial. Entre estas experiencias pueden identificarse dos tipos:

1. Los medios alternativos que fueron impulsados

por organizaciones sin fines de lucro (ONG, gremio de prensa, agrupación estudiantil universitaria, otros grupos y colectivos): prácticas que pretendieron permitir la existencia pública de actores que no tenían cabida en otros medios para que interpelases a otros actores potenciales aliados en sus luchas y a otros antagonicos a quienes se enfrentaban. En Córdoba, esos medios alternativos fueron: los sitios web Cordobanexo<sup>11</sup>, Infored<sup>12</sup>, Prensared<sup>13</sup> e Indymedia Córdoba<sup>14</sup>, la Radio Revés<sup>15</sup> y las revistas La Intemperie<sup>16</sup> y La Orilla<sup>17</sup>. Todos estos medios integraron la Red Alternativa de Medios (RAM)<sup>18</sup>.

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 -como el diario Comercio y Justicia<sup>19</sup>- y los medios que pretendieron constituirse como PYME y disputar su participación en el mercado desde otro modelo comunicacional -como el sitio Sosperiodista<sup>20</sup>.

Finalmente, optaron por proponer modificaciones de las reglas de juego del sistema comunicacional global, las 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. Estos fueron los casos de la Comisión de Seguimiento y Control de la Libertad de Expresión (COMIPREN)<sup>21</sup> y del Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación de Córdoba<sup>22</sup>.

2. Una variante ofensiva y propositiva que formula iniciativas ciudadanas para reformas legales y propuestas de reglamentación. La máxima expresión de esta opción fue la Coalición por una Radiodifusión Democrática que a nivel nacional surgió en 2004<sup>23</sup>. La Coalición fue el avance más importante que se realizó en la Argentina en las propuestas ciudadanas para la democratización de las comunicaciones. Su relevancia radica en que: fue la más amplia alianza por la democratización de las comunicaciones conformada por organizaciones y personalidades del país, que incluía a todos los agentes del campo comunicacional que buscaban un cambio en las reglas de juego del sistema mediático, junto a actores que intervenían en otros ámbitos de lo social; lograron consensuar una propuesta integral común (los 21 Puntos Básicos por una Nueva Ley de Radiodifusión para la Democracia); esa propuesta fue la de mayor radicalidad de las concebidas en el período objeto de análisis de esta tesis; y también en que se impuso como ley. Además, fue la primera red de este tipo constituida en Latinoamérica.

122

Ante el nuevo espacio de posibles abierto por la Ley 26.522, la re-bautizada Coalición por una Comunicación Democrática continúa participando de los espacios institucionales que la nueva ley instituyó como el Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (COFECA) y de mesas de trabajo con la AFSCA y la recientemente creada Defensoría del Público para impulsar las demandas del sector vinculadas fundamentalmente a su sostenibilidad. Además, se crearon nuevos agrupamientos de medios no lucrativos como el Espacio Abierto de Televisoras Populares, Alternativas y Comunitarias<sup>24</sup> que se conformó en 2011 para reclamar por políticas adecuadas para el sector. Asi-

mismo, canales y productores audiovisuales del sector social se agruparon para producir de manera federal, comprar insumos y negociar publicidad de manera conjunta para abaratar costos, incrementar los ingresos y multiplicar pantallas y capacidad de producción. Las dos experiencias a nivel nacional de ese tipo son la FECOOP-TV y Trama Audiovisual<sup>25</sup>.

#### LAS PROPUESTAS: DESINTERMEDIACIÓN Y PARTICIPACIÓN

En las condiciones de principios del siglo XXI en la Argentina y a partir del cambio en los criterios de valoración social, también en comunicación primaba un ánimo refundador: se cuestionaron los viejos modelos profesionales y se ensayaron múltiples nuevos modos de ser comunicador. Así, un aspecto relevante de las propuestas formuladas fue la modificación del lugar de los sujetos en relación con el valor de la participación.

En particular, al cuestionar y reconfigurar los roles del comunicador, periodista o productor profesional, reconfiguran también el papel de los públicos. El periodista y comunicador profesional pierden protagonismo y capacidad de acción, al tiempo que los gana el público, en una tendencia a la desintermediación. Esto implica –como se dijo– una ampliación de los sujetos legitimados para hablar en el espacio público mediático y, por lo tanto, también una ampliación de modalidades expresivas legítimas y de tópicos considerados aceptables. Sin embargo, el límite para esa desintermediación es la propiedad y la gestión del medios, es decir que los periodistas y comunicadores profesionales se reservan el control –por propiedad y administración– del recurso crítico que constituye el medio de comunicación, aunque permiten un mayor acceso y participación de sus usuarios.

Estas estrategias apelan 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 (1980) y la tradición latinoamericana de estudios sobre políticas de comunicación, y como la retoman en este nuevo siglo teóricos y militantes del campo comunicacional. La participación busca conformar una ciudadanía que sea sujeto de políticas de comunicación y no mero objeto de las mismas (Mastrini y Aguerre, 2007: 44). Una de las dimensiones de la participación es la producción de contenidos en los medios de comunicación, de tal modo que se constituye en condición para la efectivización de los valores de la pluralidad y la diversidad (ver Pasquali, 1991a y 1991b).

En las configuraciones de los papeles del público y del periodista o del comunicador profesional, realizadas por las experiencias analizadas, se registraron variaciones según los niveles de radicalidad de las propuestas.

En las estrategias adaptativas (Comunicadores Solidarios y SOS País) construyeron al público como incompetente en términos comunicacionales, al que es necesario transmitirle un saber hacer para que pueda volverse activo y que sus prácticas comunicacionales resulten rentables. Apelaban a la participación de actores colectivos organizados, representados por sus "corresponsales populares". El comunicador es construido como un asesor experto, el que sabe hacer y sabe hacer hacer. Se construye un rol tradicional de asesor de prensa y de "nexo" o agente de prensa entre la organización y los medios, pero esta vez al servicio de nuevos sujetos las organizaciones sociales y ya no actores del sector privado o del estatal. Sin embargo, las propuestas de Comunicadores Solidarios y SOS País tienen algunas diferencias. En SOS País se defendía el papel del profesional de la comunicación para realizar sus tareas específicas dentro de las organizaciones sociales (Maldonado E, 2008)<sup>26</sup>. En Comunicadores Solidarios, por el contrario, se impulsaba a que los integrantes de las organizaciones adquirieran el saber hacer comunicacional necesario

para tener medios propios e incidir en los medios masivos (Fernández E, 2008).

En el período 2001-2003, algunos de los nuevos modelos proponían continuar con los roles tradicionales del periodista y del asesor de prensa, pero al servicio, ya no de los sectores de mayor poder político y económico, sino de los nuevos actores sociales movilizados<sup>27</sup>; mientras que en otros casos, se propone un nuevo rol del comunicador como articulador o facilitador de redes; o como dueño, director y gestor del medio, en los que los antiguos públicos aparecen como actores y productores de comunicación. La redefinición del rol del comunicador en este período de fuerte movilización social, implica también una reubicación del profesional frente a las organizaciones sociales. Esta tensión fue característica del período incluso entre periodistas de medios masivos<sup>28</sup>. "Había un desconocimiento tan grande" de los periodistas de medios masivos sobre el universo de las organizaciones sociales. El desconocimiento iba acompañado de la desconfianza y la necesidad de "chequear quién es quién" procurando superar la visión romántica sobre la sociedad civil que predominaba en aquellos años (Maldonado E, 2008). En tanto, la mayoría de las organizaciones sociales desconocía la lógica de los medios "que no tiene absolutamente nada que ver" con la suya: "las organizaciones ponen el acento en los procesos; en cambio los medios ponemos el acento en los resultados" (Maldonado E, 2008).

"[M]ás allá de las caracterizaciones que uno puede tener sobre los medios, que visibilizan lo que quieren visibilizar e invisibilizan una gran cantidad de cosas... también está esto otro: si vos no les decís que vengán, no les mandás una gacetilla, o no los ponés en escena... milagros no hay." (Fernández E, 2008).

Por otra parte, en las estrategias alternativas se registran diversas configuraciones del público y de los

periodistas o comunicadores profesionales.

En algunas (Infored, La Orilla, La Intemperie<sup>29</sup> y, en menor medida, en Radio Revés y Prensared), 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 entre la sociedad y el Estado u otras instancias de poder. La diferencia estriba en la construcción de ese sujeto privilegiado beneficiario de la acción: los actores colectivos movilizadas.

"Prensared tuvo su impulso inicial en esa historia de que nosotros no hacemos prensa propia. (...) y la idea es tener un medio propio (...) se trata el tema de la censura, (...) no sólo a la discriminación informativa, a las cosas que emite el CISPREN (...) sino la censura dentro de las redacciones también, la necesidad de tener un ámbito donde los periodistas puedan publicar los temas que no les permiten publicar en sus empresas." (Oliva E, 2008)

En el período 2003-2008, durante el debate sobre el perfil que debían tener las revistas La Intemperie y La Orilla, se puso en discusión el rol profesional. En los dos casos se reivindicaron figuras tradicionales: en La Orilla la del periodista mediador y, en La Intemperie, la del intelectual que interviene públicamente, pero ahora, los dos comprometidos con las problemáticas socio-políticas de su tiempo.

"...el periodismo de cuello blanco (...) En La Orilla dijimos 'hacemos periodismo que mete las patas en el barro'. (...) en esta disputa que teníamos con La Intemperie (...) 'Queremos hacer un periodismo que realmente se comprometa con las cosas que está di-

ciendo, no intelectualizar todo'. Hoy (...) Uno debería analizar si una revista puede ser un espacio militante también. (...) fue una pretensión." (Taborda Varela E, 2008)

"Había una disputa. (...) El criterio cuando estaba por lanzar La Orilla tenía que ver con La Intemperie como lógica: 'Estamos al margen, miramos las cosas desde acá'. Pero la idea era competir en el sentido de 'Vos creés que hay que hacer cosas elitistas y yo creo que hay que hacer las cosas populares, masivas'. (...) no me gustaba cierto populismo, esta mirada facilonga, política, esta cosa de periodismo." (Schmucler E, 2009)

En otras (Cordobanexo, Prensared, Indymedia<sup>30</sup>, 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, facilitador o promotor de redes de comunicación; o como administrador de los sitios, que edita las notas que recibe, capacita a los que producen las noticias y produce sólo de modo subsidiario.

"Los periodistas, la gente que trabajábamos en comunicación, veíamos que había una efervescencia social y que podíamos (...) cambiar el lugar clásico del periodista, que estaba como mediador entre distancias sociales complejas, (...) por un nuevo papel social que tiene que ver con este nuevo siglo y que es el periodista como facilitador, promotor de redes sociales de comunicación." (De Pascuale E, 2009)

Por otra parte, en el período 2001-2002 en Cordobanexo, Prensared y Radio Revés predominaron las

apelaciones a los públicos como actores colectivos. A estos nuevos productores de información, se les propone que realicen sus prácticas en representación de colectivos: en tanto corresponsales populares que representan a una organización social. En cambio, 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.

En Indymedia y Sosperiodista los cambios en el productor de las noticias (los ciudadanos, las personas), el modo de tratamiento (en primera persona), los temas de agenda informativa (los que los medios y agencias informativas ignoran, distinta de la de los medios tradicionales) y el periodista profesional (que pasaría a editar notas y administrar estos espacios) implicaron la apertura de una nueva alternativa de producción de información y de medio de comunicación. La contracara del cuestionamiento a la intermediación del comunicador y de la redefinición del rol profesional del comunicador como productor exclusivo de la noticia y como imprescindible mediador de la información social, fue la redefinición del papel del "público" pensado no sólo como activo y participativo, sino como productor. Sin embargo, el tránsito de receptor pasivo a productor activo es un pasaje que se manifestó complejo y no estuvo exento de dificultades.

Los impulsores de Sosperiodista e Indymedia debieron vencer la resistencia de los "periodistas ciudadanos" o los "corresponsales", a escribir por temor a la "incorrección". Quienes participaban, lo hacían de acuerdo con lo que habían aprendido en su larga experiencia cultural como públicos de los medios masivos de comunicación: en lugar de producir, se asumían como fuentes de información de los periodistas profesionales; participaban del único modo en que los medios masivos les permiten la participación, a través de una carta de lectores en los diarios de papel o de un comentario en los medios digitales; cuando cronocaban una historia, lo hacían imitando el estilo de los

medios masivos ("La gente se esforzaba por escribir bien... como los diarios") y de acuerdo a sus criterios de lo noticioso que asocia "noticia" a "primicia" y a tópicos relativos al poder económico y político, en perjuicio de los temas comunitarios cotidianos (Albera y Reineri E, 2008).

En las estrategias alternativas que recuperaron una empresa mediática como Comercio y Justicia, es el periodista el que pasa de ser productor de información a ser también dueño y gestor del medio. Así, se amplía la participación de los tradicionales productores de información a la conducción del medio.

En tanto, en las propuestas de comunicación como servicio público (COMIPREN, Observatorio y Coalición), el tránsito se produce del público o productor al sujeto acreedor de derechos. El público, en estos casos, no sólo tiene algo para informar y sabe cómo hacerlo, sino que va por más: elige dónde y cómo hacerlo. Es configurado también como sujeto activo en la lucha por la reivindicación, vigencia o ampliación de sus derechos a la comunicación. Los periodistas (y los propietarios de medios) tienen no sólo los derechos de acceso a la información y de libertad de prensa inherentes a su profesión, sino que también tienen obligaciones que cumplir para garantizar el derecho a la comunicación de todas las personas. Sus derechos deben ser defendidos frente a los gobiernos y las empresas de medios y, a su vez, debe garantizarlos a sus públicos y ciudadanos<sup>31</sup>. Además, en estas organizaciones, el comunicador propone, impulsa, orienta, coordina y habilita espacios.

En el planteo de la COMIPREN, el periodista es acreedor de derechos de acceso a la información y de libertad de expresión no sólo en tanto son inherentes a su profesión, sino también en la medida en que es depositario de los derechos a la comunicación de los integrantes de la sociedad. De allí que en el Observatorio se enfatice que tiene obligaciones que cumplir para contribuir a hacer efectivo el derecho a

la comunicación de todas las personas. Sus derechos –y los de la sociedad de los que es depositario- deben ser defendidos frente a los gobiernos y las empresas de medios, y para hacerlo es conveniente articularse con otros. En el Observatorio se reconfigura también el papel de los medios de comunicación que pasan a tener obligaciones que cumplir frente a sus públicos, sea cual fuere su tipo de propiedad (estatal, social o privada). En contrapartida, se reformula también el lugar del público, a quien se construye como acreedor del derecho universal a la comunicación y un potencial defensor activo de su derecho a comunicar.

Este planteo se profundizará en los años siguientes en la propuesta de la Coalición por una Radiodifusión Democrática.

En las propuestas de articulación posteriores a partir de la entrada en vigencia de la Ley en 2010, se fortalece y se enriquece esta tendencia. Se habla de un sujeto nacional plural debido a la diversidad de sector social, procedencia geográfica, género, generación, etc.

#### LOS AGENTES: LA CONSTRUCCIÓN DE LA FORTALEZA

Postulamos, como hipótesis, que las propuestas –adaptativas, alternativistas o públicas- de los agentes en cuyos discursos puede leerse una pretensión de democratizar las comunicaciones en la Argentina entre 2001 y 2010 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.

Al analizar los agentes que produjeron las prácticas al nivel del sector –estatal, privado o social-comunitario- al que pertenecen, constatamos que 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 Estado<sup>32</sup>, por lo que proponían crear un espacio alternativo con sus propias reglas o cambiar las reglas de juego del sistema comunicacional global, para así aumentar su probabilidad de incidir en el espacio público.

Al situar el análisis al nivel de los agentes colectivos (organizaciones sociales) que integran el sector social, estamos en condiciones de afirmar que 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)<sup>33</sup> eran instituciones “tradicionales” del sector social, consolidadas en términos de financiamiento, normas y rutinas de funcionamiento, saberes acumulados y transmitidos, y prestigio social (gremio de trabajadores de prensa, cooperativa de trabajo, universidad, medios de gestión estatal, organismos de derechos humanos). Además, considerando la debilidad relativa del sector con respecto a las empresas privadas de medios masivos de comunicación y al Estado, los agentes colectivos con mayores pretensiones de cambio de las reglas de juego del sistema comunicacional global, procuraron mejorar sus posiciones de poder relativo y, por lo tanto, su capacidad diferenciada de relación para impulsar estrategias de incidencia en el Estado y la sociedad, por medio del establecimiento de alianzas inter-institucionales.

Finalmente, al analizar el nivel de los agentes individuales que lideran, representan o dirigen esas organizaciones sociales, verificamos que 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 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, Indy-media) 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 pro-

pio empleo. Además, 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.

En tanto, con respecto a las entidades de mayor nivel organizativo conformadas a partir de 2010, el poder relativo de las cooperativas de servicios públicos y los gremios que conforman Fecoop-TV y Trama Audiovisual es mayor que el de los movimientos y organizaciones territoriales y estudiantiles del Espacio, tanto en términos de fortaleza institucional (por su desarrollo y trayectoria) como de recursos económicos y tecnológicos. Cabe destacar, sin embargo, que las tres entidades tienen experiencia profesional en la producción de contenidos y la prestación de servicios de comunicación audiovisual. Además, Fecoop-TV y Trama Audiovisual mantienen una alianza con el gobierno que se hace visible con la presencia de funcionarios en su conducción y el apoyo de organismos estatales a su creación –caso de Trama Audiovisual impulsada por la Usina de Medios- y a sus actividades –en el caso de Fecoop-TV y sus producciones para el SATVD-T-. Por el contrario, el Espacio Abierto de Televisoras Populares, Alternativas y Comunitarias se constituyó para oponerse a las políticas gubernamentales en materia de comunicación, lo que los excluye del acceso al financiamiento estatal de modos directos e indirectos.

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.

En particular, en estas disputas por la redefinición del rol profesional en el marco de las luchas por la democratización del sistema comunicacional global en la Argentina en el siglo XXI, habida cuenta de sus posiciones y trayectorias, los productores de estas prácticas desarrollaron estrategias tendientes a redefinir las reglas de juego en el espacio público que se justificaban –entre otros factores- en la redefinición del deber ser del comunicador. Así, las tomas de posición sobre la intermediación entre los sujetos de la comunicación, sobre los roles de periodistas y comunicadores profesionales, y sobre los públicos, también guardan relación con el lugar de los agentes que las produjeron. Quienes defienden el rol tradicional del periodista, son en su totalidad periodistas profesionales (La Orilla), en varios casos también con trayectoria de militancia gremial (SOS País, Infored) y dirigentes del sindicato de prensa (Comercio y Justicia, COMIPREN); quienes impulsan la noción de derecho humano universal, pertenecen a la academia y al derecho (Observatorio); quienes proponen un papel activo de producción de los públicos en los medios, son periodistas desvinculados del gremio o de empresas mediáticas (Sosperiodista), académicos (Cordobanexo) y militantes sociales (Comunicadores Solidarios). En tanto, en las experiencias de producción post-2010 (FECOOP-TV y Trama Audiovisual) se congregan militantes, productores audiovisuales del sector social y cooperativas con experiencia en el campo.

Las tomas de posición adoptadas por estos agentes guarda también relación con las condiciones en que fueron producidas. En el período de auge de la movilización social y de crisis institucional y de representación, las prácticas comunicacionales buscan articular actores sociales organizados y que hablen por ellos sus representantes. En tanto, en el período de recomposición institucional, se registra una pérdida de peso

de la movilización social a medida que se reconstituye el vínculo de representación política de las instituciones republicanas, por lo que recupera protagonismo el ciudadano individual y su voto, lo que puede vincularse al público activo pero individual.

#### CONCLUSIONES

Como quedó demostrado, en la Argentina, a partir de la profunda crisis estructural de 2001-2002, se multiplicaron los medios y organizaciones de la sociedad civil que impulsaron la democratización de las comunicaciones. El sector social era el más débil de los tres sectores que proveen servicios de comunicación mediática. Al llevar las de perder, propusieron cambios en las reglas de juego del sistema comunicacional, lo que implica –en definitiva– la construcción de nuevos modelos comunicacionales.

En particular, cuestionaron y reconfiguraron los roles de los sujetos de la comunicación –el productor o periodista profesional y los públicos– e impulsaron la desintermediación y horizontalización del proceso comunicacional. Apelaron al valor de la participación que constituye uno de los principios fundamentales de una comunicación democrática, según la tradición latinoamericana de políticas de comunicación.

Las tomas de posición analizadas de los medios y organizaciones sociales en las luchas específicas del campo comunicacional, estuvieron indisolublemente ligadas a las luchas por la democratización de otras áreas de lo social y son indisolubles del estado de las relaciones de fuerza en el proceso social global. Por lo tanto, la opción por una estrategia con mayor o menor pretensión de radicalidad tiene que ver no sólo con los valores y principios esgrimidos como fundamentos de las prácticas, sino más bien con el estado de las relaciones de fuerza en el sistema comunicacional.

#### NOTAS

1. Este artículo presenta parte de los resultados de la tesis del Doctorado en Ciencias Sociales de la UBA, titulada “Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009)” defendida en 2011. Fue financiada con becas de postgrado de CONICET y con subsidios a proyectos de Se-CyT-UNC. Fue dirigida por el Dr. Ricardo Costa y co-dirigida por el Dr. Martín Becerra.

2. Si bien los casos analizados corresponden a la ciudad de Córdoba, estamos en condiciones de afirmar que procesos similares se desarrollaron durante el período considerado (2001-2009) en, al menos, las otras principales ciudades de la Argentina (Buenos Aires, La Plata, Rosario).

3. Sin embargo, como veremos, 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.

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

5. Las tomas de posición de las organizaciones y medios analizados, se reconstruyeron a partir del análisis discursivo de sus documentos fundacionales y, de modo complementario, del examen de sus modos de intervención, de organización institucional y económica (Segura, 2011: 18-21).

6. El cuarto período se extiende hasta el momento de escritura de este artículo en agosto de 2013. Si bien esta etapa presenta importantes características referidas a las políticas de comunicación, queda fuera del análisis que aquí se realiza de los procesos de desintermediación y participación.

7. 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).

8. Los casos a los que haremos referencia se produjeron todos en la ciudad de Córdoba, uno de los tres más grandes centros urbanos de la Argentina, sede de la universidad más antigua del país, cuyos intelectuales del campo comunicacional gozan de prestigio a nivel latinoamericano.

9. SOS País fue un proyecto de comunicación impulsado por una periodista y financiado por fundaciones empresarias, cuyo principal objetivo fue trabajar la capacidad de incidencia de las organizaciones sociales en los medios masivos de comunicación. Se inició en 2001 y decayó en 2004, aunque realizaron actividades hasta 2007.

10. Comunicadores Solidarios fue un colectivo conformado por estudiantes, militantes sociales y profesionales de la comunicación con la finalidad de asesorar comunicacionalmente a organizaciones sociales tanto para aparecer en medios masivos como para crear sus propios medios alternativos. Se reunieron en 2003 y lo desactivaron en 2009, mientras que en 2005 fundaron Indymedia Córdoba.

11. Cordobanexo fue un medio de comunicación digital que divulgaba las actividades de los movimientos sociales emergentes, especialmente de las asambleas barriales y que funcionaba –aunque no dependía institucionalmente– en la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y era sostenido por docentes de esa institución. Surgió en 2002 y desapareció en 2004. Integraron la Red Alternativa de Medios (RAM).

12. Infored fue un medio de comunicación digital perteneciente a la ONG Asociación por el desarrollo de la Comunicación Social (ADCS). Publicaba noticias de las organizaciones y movimientos sociales, y estaba dirigido a funcionarios, académicos, ONGs y agencias de financiamiento. Surgió en 2002 y se desactivó en 2005. ADCS fue una asociación civil sin fines de lucro formada por periodistas y estudiantes de comunicación social cuyo principal proyecto fue Infored, aunque también realizaron capacitaciones e investigaciones. Desarrolló actividades entre 2002 y 2005.

13. Prensared es la agencia de noticias digital del Círculo Sindical de la Prensa de Córdoba (CISPREN). Surgió en 2002 y continúa. También integró la RAM y la Coalición por una Radiodifusión Democrática de Córdoba.

14. Indymedia Córdoba es un medio de comunicación digital global, en su versión local es impulsada por los integrantes de Comunicadores Solidarios. Se inició en 2005 y continúa.

15. Radio Revés es la radio de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC. Surgió en 2001 y continúa transmitiendo. Integra FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias) y ARUNA (Asociación de Radios Universitarias de la Argentina). Integraron la RAM y la Coalición.

16. La Intemperie fue una revista mensual de debate intelectual impulsada, dirigida y financiada por un cineasta, hijo de un intelectual. Se publicaron 41 números entre 2003 y 2007. Integraron la RAM.

17. La Orilla fue una revista de periodismo de investigación, integrada por estudiantes y egresados de la Escuela de Ciencias de la Información y financiada por una PYME propietaria de una revista barrial. Se publicaron 6 números entre 2003 y 2004. Integraron la RAM.

18. La Red Alternativa de Medios fue impulsada por Radio Nacional e integrada por casi todos los medios alternativos surgidos en esos años, las radios comunitarias existentes, las emisoras públicas y la ECF- UNC, con el fin de potenciar prácticas de comunicación alternativa. Surgió en 2003 y desapareció en 2004.

19. Comercio y Justicia Editores Cooperativa surge en 2002 a partir de la recuperación por parte de sus trabajadores de la empresa que editaba el diario Comercio y Justicia. Continúa en actividad. Son miembros fundadores de DyPRA (Diarios y periódicos regionales de la Argentina) y de FADICRA (Federación asociativa de diarios cooperativos de la República Argentina).

20. Sosperiodista es un medio de comunicación digital en el que la información es producida por colaboradores voluntarios y no profesionales. Es editado por dos periodistas integrantes de Comercio y Justicia. Surge en 2006.

21. La COMIPREN surgió en 2004 y reunía a periodistas, juristas, docentes e investigadores de comunicación, con el fin de controlar el respeto de los derechos a la comunicación por parte de los medios masivos. Hicieron denuncias públicas y constituyeron un observatorio de medios. Mantuvo su actividad hasta 2009.

22. El Observatorio fue una organización perteneciente a la COMIPREN, de seguimiento de la vigencia de los derechos vinculados a la comunicación en los medios masivos de la provincia. Su trabajo fue ejecutado por el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba.



Estuvo en actividad entre 2007 y 2008.

23. La Coalición se conformó en Córdoba en 2008. La integran Radio Nacional, el gremio de prensa, la escuela universitaria de Comunicación Social, medios comunitarios y casi todos los medios sociales y organizaciones de comunicadores en actividad en ese año. Impulsaron en Córdoba, actividades acordadas por la Coalición a nivel nacional, de apoyo a las reformas legales y políticas públicas de servicios de comunicación audiovisual.

24. El Espacio Abierto de Televisoras Populares, Alternativas y Comunitarias nuclea a unas 15 televisoras: Barricada TV, Faro TV, Canal 4 Darío y Maxi, TV PTS, En Movimiento TV, Pachamérica TV Canal 5 de Jujuy, Cine Insurgente, Ojo Obreiro, Silbando Bombas, CC La Yesca, Kermarak TV (página web EATAPC consultada en Nov. 2011).

25. La Federación Cooperativa de Productores de Contenidos Audiovisuales (FECOOP-TV) reúne a unas 70 organizaciones de producción audiovisual y Trama Audiovisual al momento de cierre de este artículo nucleaba a 55 canales cooperativos, pymes, mutuales y sindicales.

26. De aquí en adelante, las referencias que incluyan un apellido, la letra E y el año, remiten a una entrevista. Ver listado de entrevistados al final del texto.

27. Estas propuestas se vinculan con la del Periodismo Social que plantea que las fuentes periodísticas privilegiadas deben ser las del sector social en lugar de ser las vinculadas al poder político y económico (Cytrimblum, 2004).

28. Sobre este tema, ver también Segura, Córdoba y Nicolino, 2005.

29. 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.

30. 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.

31. 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.

32. 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).

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

#### BIBLIOGRAFÍA:

- Costa, R. L. (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.
- Cytrimblum, A. (2004) *Periodismo Social. Una nueva disciplina*, La Crujía, Buenos Aires.
- Fraser, N. (1997) *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición 'postsocialista'*, Universidad de los Andes y Siglo del Hombre Editores, Bogotá.
- MacBride, S. y otros (1980) "Chapter 3: Democratization of Communications", en: *Communication and Society Today and Tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order*, Kogan Page, London/Uniput, New York/UNESCO, París, págs. 166-174.
- Mastrini, G. y Aguerre, C. (2007) "Muchos problemas para pocas voces. La regulación de la comunicación en el siglo XXI", en: *Diálogo político*, KAS, Año XXIV, N° 3, septiembre 2007, págs. 43-68.
- Mata, M. C. (2007) "Comunicación y ciudadanía: conocimientos, prácticas y expectativas en la escena cordobesa", ponencia en: *Primeras Jornadas "Culturas Populares-Culturas Masivas: Los desafíos actuales de la*

- Comunicación*, Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires.
- Mata, M. C. (2005) "Públicos y Ciudadanía Comunicativa: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada" (primera etapa), Informe de investigación, Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía, CEA-UNC, Córdoba. Mimeo.
  - Mocca, E. (2002) "En defensa de la política (en tiempos de crisis)", en: Novaro, Marcos (comp.) *El derrumbe político en el ocaso de la convertibilidad*, Norma, Buenos Aires, págs. 253-288.
  - Mozejko, D. T. y Costa, R. L. (comps.) (2002) *Lugares del decir. Competencia social y estrategias discursivas*, Homo Sapiens, Rosario.
  - Novaro, M. (2002) "La Alianza, de la gloria del llano a la debacle del gobierno", en: Novaro, Marcos (comp.) *El derrumbe político en el ocaso de la convertibilidad*, Norma, Buenos Aires, págs. 31-106.
  - Pasquali, A. (1991a) "Qué es una radiodifusión de servicio público", en: *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*, Monte Ávila Editores, Caracas.
  - Pasquali, A. (1991b) "Reinventar los servicios públicos", en: *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*, Monte Ávila Editores, Caracas.
  - Segura, M. S. (2011) *Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009)*, tesis para optar al grado de Doctora en Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires.
  - Segura, M. S.; Córdoba, L. y Nicolino, L. (2005) "Los periodistas en la construcción de agenda pública", ponencia en: *III Congreso Panamericano de Comunicación* (edición digital en CD), Buenos Aires.
  - Svampa, M. (2008) *Cambio de Época. Movimientos sociales y poder político, Siglo XXI/CLACSO* Coediciones, Buenos Aires.
- CORPUS**
- ADCS (2002a) Acta Constitutiva, Córdoba, 9 de marzo de 2002.
  - ADCS (2002b) Estatuto, Córdoba, 9 de abril de 2002.
  - ADCS (2004) Presentación, abril de 2004.
  - Coalición por una Radiodifusión Democrática (2004) Iniciativa ciudadana por una nueva ley de radiodifusión para la democracia, Buenos Aires, agosto 2004. Disponible en: [www.coalicion.org.ar](http://www.coalicion.org.ar) Consultado en: febrero de 2011.
  - Coalición por una Radiodifusión Democrática-Córdoba (2008) Convocatoria a Cabildo Abierto por una Nueva Ley de Radiodifusión para la Democracia, Córdoba, Abril 2008.
  - Comercio y Justicia (2003) Estatuto, Córdoba, 22 de Diciembre de 2003.
  - COMIPREN (2004) Documento fundacional, Córdoba, 6 de mayo de 2004.
  - Comunicadores Solidarios (2011) "¿Qué es Comunicadores Solidarios? ¿Cuáles son los objetivos de Comunicadores solidarios? ¿Cómo trabaja Comunicadores Solidarios? ¿Cómo funciona Comunicadores Solidarios? ¿Cómo se financia Comunicadores Solidarios?", en: [www.comunicadores.org](http://www.comunicadores.org) Actualmente disponible en: [www.archive.org](http://www.archive.org) Consultado en: febrero de 2011.
  - COPLA (2011) *Militancia y Comunicación*, Ed. COPLA, Buenos Aires.
  - Cordobanexo "¿Qué es Cordobanexo? ¿Qué queremos? ¿Qué discutimos?", URL original: [www.cordobanexo.com.ar](http://www.cordobanexo.com.ar)
  - Indymedia-Córdoba (2005) "¿Qué es Indymedia?", Córdoba, 8 de marzo de 2005. Disponible en: [www.indymedia.org.ar](http://www.indymedia.org.ar) Consultado en marzo de 2006.
  - Infored (2003) Proyecto de creación de Infored, Córdoba.
  - (2004) Presentación de Infored, Córdoba, abril de 2004. URL original: [www.infored.org.ar](http://www.infored.org.ar) Actualmente disponible en: [www.archive.org](http://www.archive.org) Consultado en: febrero de 2011.
  - Mirad, Nahum y otros (comp.) (2012) *Economía solidaria hacia un nuevo mapa de comunicación. Textos, contextos, experiencias y propuestas del cooperativismo y el mutualismo*, Usina de medios, Buenos Aires.
  - Observatorio Ciudadano de Medios de Comunicación (2007) "Presentación", en: *Elecciones provinciales Córdoba 2007. Los diarios bajo observación*, COMIPREN, Córdoba, págs. 1-6.
  - Prensared: Oliva, A. (2003) "Prensared, la Agencia de Noticias del CISPREN. Prensa propia contra el cerco informativo", en: *Proyección*, Córdoba, mayo de 2003.
  - Radio Revés (2000) "Proyecto de la Radio-Escuela de Ciencias de la Información", en: Resolución de aprobación, Consejo Consultivo, Escuela de Ciencias de la Información, UNC, Córdoba, mayo de 2000.

- RAM: Tagle, S. (2004) "RAM. Red Alternativa de Medios. Apuntes para una sistematización y conceptualización de la experiencia", Córdoba, noviembre de 2004.
- Revista La Intemperie (2003) Editorial, en: *La Intemperie*, N° 1, Córdoba, junio de 2003, pág. 1.
- Revista La Orilla (2003) Editorial, en: *La Orilla*, Año 1, N° 1, Córdoba, noviembre 2003, pág. 3.
- SOS País "Nosotros: S.O.S. País, Nuestros objetivos, Nuestros comienzos", URL original: [www.sospais.com.ar](http://www.sospais.com.ar) Actualmente disponible en: [www.archive.org](http://www.archive.org) Consultado en: feb. 2011.
- Sosperiodista "Quiénes somos". Disponible en: [www.sosperiodista.com.ar](http://www.sosperiodista.com.ar) Consultado en: marzo de 2006.
- Vinelli, N. (comp.) (2011) *Comunicación y televisión popular. Escenarios actuales, problemas y potencialidades*, El Río Suena, Buenos Aires.

#### ENTREVISTADOS

- Albera, Mario y Reineri, Analía: Sosperiodista
- De Pascuale, Javier: Prensared
- Fernández, José: Comunicadores Solidarios e Indymedia Córdoba
- Maldonado, Aracely: SOS País
- Mirad, Nahum
- Oliva, Alexis: Prensared
- Piccone, Néstor
- Schmucler, Sergio: La Intemperie
- Tabora Varela, Juan Cruz: La Orilla

#### IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR:

María Soledad Segura.

Argentina. Docente investigadora de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba. Becaria post-doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba, Magister en Comunicación y Cultura Contemporánea por la Universidad Nacional de Córdoba y Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires.

E-mail: [sole\\_segura@yahoo.com.ar](mailto:sole_segura@yahoo.com.ar)

#### REGISTRO BIBLIOGRÁFICO:

SEGURA, María Soledad. "Desintermediación y participación. Los nuevos roles de periodistas y públicos en los medios no lucrativos" en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, enero a diciembre de 2014, p. 115-133. ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634.

FECHA DE RECEPCIÓN: 29-06-2013

FECHA DE ACEPTACIÓN: 20-08-2013