

Una sola voz, mundos múltiples

Por Andrea Holgado
y Claudio Vivori

Andrea Holgado es Lic. en Comunicación Social y Especialista en Comunicación Radiofónica. Se desempeña como docente e investigadora de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

Claudio Vivori es Lic. en Sociología y ex director de las Radios Públicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se desempeña como docente e investigador de la UBA, la UNLP y la UNLM.

A partir de 1960 la UNESCO se transformó en el centro de los debates y propuestas en torno al orden informativo mundial.

En tanto organismo de la ONU, su participación puso la cuestión de la comunicación en la escena internacional y, de alguna manera, dio visibilidad a los reclamos de los países periféricos anclados en la denuncia sobre la brecha que iba creciendo y que los separaba de los países centrales.

La primera reunión sobre política de comunicación que involucraba a Latinoamérica se desarrolló en 1976, en San José de Costa Rica, donde se firmó una declaración conjunta. Estos debates desataron una fuerte polémica en el seno de la UNESCO, a partir de las quejas de los países centrales que veían con recelo algunas declaraciones que avalaban los derechos de los pueblos del entonces llamado Tercer Mundo.

Hacia 1978, el Director General de la UNESCO, Amadou-Mahtar M'Baw, encargó a una comisión de especialistas la elaboración de un documento que planteara los problemas de las comunicaciones en el mundo. Tomando el nombre del presidente de la comisión nació el informe Mc Bride, que fue presentado en Belgrado en 1980 y desató la ira de varios países centrales encabezados por EE.UU. y Gran Bretaña. En el nombre con el que se publicó dicho informe fue "Un solo Mundo, Voces múlti-

ples"; años vista nos encontramos con muchos mundos y una sola voz.

En el caso de América Latina, cabe recordar el contexto político en que se desarrollaron los debates y las conferencias: el reciente triunfo de la revolución Cubana y la respuesta norteamericana con la doctrina de la Alianza para el Progreso; esto es, grandes planes y supuestos recursos para políticas "progresistas" que nunca llegaban o que, si lo hacían, era para sostener estructuras parasitarias que poco tenían que ver con los planes sociales.

De alguna manera, en torno a las propuestas para la democratización de las comunicaciones sucedió algo similar: el compromiso de los países centrales de aportar fondos para tales fines y la lógica de financiación de los proyectos por el incumplimiento de los aportes prometidos. Como dice el viejo adagio: "si quieres que no se avance en un tema crea una comisión".

Luego de la brutal ofensiva neoliberal que sepultó los debates bajo la lógica de mercado, sobre todo a partir de los años 80, hoy más que nunca se torna indispensable, y hasta de interés estratégico para los países de Latinoamérica, reabrir los debates sobre el orden mundial de las comunicaciones. En general, es en las organizaciones populares donde el proceso de democratización de las comunicaciones es más visible. Por eso están marcando líneas y ejes de debate sumamente enriquecedores para recuperar la lucha por lo que en algún momento se denominó el NOMIC, el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación.

En este debate, dos temas son centrales: la desigualdad y el poder. Esto significa que sin emancipación real de los países periféricos, y dentro de éstos de los sectores marginados, no habrá una real democracia de las comunicaciones puesto que, en el fondo, lo que está en discusión es un Nuevo Orden Económico Internacional. Sin un cambio en las condiciones materiales de vida, es decir, si no se pone en discusión el modelo político económico do-

minante, los debates sobre políticas públicas de comunicación van por vía muerta.

Y esto sin duda quedó evidenciado en la reciente Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, dos jornadas organizadas en Ginebra por la ONU y la UIT donde se reflotó el debate sobre el orden mundial de la información. Visto como avance o retroceso, lo notable fue que las demandas partieron esta vez de las autodenominadas organizaciones de la sociedad civil y no de los gobiernos de los estados de los países del llamado Tercer Mundo, Sur o Países pobres.

Sin embargo, el espacio representado por la llamada Sociedad Civil es amplio y heterogéneo, lo cual queda evidenciado desde el mismo título del documento o pronunciamiento de la Cumbre: "Construir sociedades de la información que atiendan a las necesidades humanas". Los ítems que se desarrollan contemplan una amplia gama de aspectos vinculados a los derechos humanos fundamentales, pero lo cierto es que en el documento se pone en discusión el modelo económico actual, fuente de los grandes desastres que se denuncian.

Muy lejos estamos de las declaraciones de las cumbres de los años 70 que, también en el marco de la ONU, preanunciaban lo que hoy estamos viviendo. Basta ver las declaraciones y el mismo "Informe Mc Bride" para notar el nivel de cuestionamiento y cuánto se ha retrocedido en la actualidad en términos de definiciones.

De la Libertad de Expresión a los Derechos Sociales

Mucho se habla en los últimos años de la centralidad de los medios, y es común escuchar decir, desde el sentido común, "si no estás en los medios no existís". ¿Qué significa la centralidad de los medios? Significa que han ido ocupando nuevos lugares en la escena social y cumpliendo roles antes reservados a otros actores sociales. La crisis de las certezas y los sujetos históricos para "narrar el mun-

do" dejó el terreno libre a las grandes corporaciones de las comunicaciones, a partir de las cuales los medios de comunicación, en tanto constructores y ordenadores de la realidad y la cotidianidad, devienen en legitimadores de hechos, ideas y valores. "Si lo dijo la tele, es verdad".

El problema de la libertad de expresión y del derecho a la comunicación no puede ser enfocado correctamente sin analizar la articulación existente en cada momento histórico, y en cada sociedad en particular, entre sociedad y Estado, tomando el Derecho como herramienta ordenadora y la Comunicación como espacio de construcción de consensos.

Vivimos en sociedades y comunidades organizadas políticamente a través del pacto social. Esto implica que toda reflexión que hagamos en torno a estos temas debe tener en cuenta la dimensión política de manera "explícita". ¿Qué se quiere decir con esto? Que aún las teorías que no explicitan desde qué perspectiva político ideológica formulan sus postulados, tienen una mirada política y una perspectiva sobre el poder y algún tipo de interés sobre o en torno al poder.

Generalmente, desde la teoría liberal tiende a esconderse cuando se formulan juicios en torno a la libertad de expresión y el derecho a la comunicación, dando por naturalizado que es "la" cosmogonía socialmente y universalmente aceptada; cancelando desde el inicio cualquier tipo de debate y acusando a cualquier objeción o tensión con esta perspectiva de autoritaria, restrictiva o que atenta contra la libertad. E incluso, desde posiciones supuestamente progresistas, se suele quedar preso de una contradicción errónea sobre libertad versus límites o restricciones, haciéndole el juego a la mirada que la economía de mercado expone sobre estos temas.

Por esta razón, si no analizamos estas cuestiones en el marco de la hegemonía del poder a nivel mundial y regional; si no lo planteamos dentro de la globalización, pero desde una perspectiva centro-periferia; si desconocemos el funcionamiento del

capitalismo, su lógica de producción y distribución, y que como dice un *graffiti*: “El capitalismo si no gana mata”, sólo estaremos trabajando en torno a la retórica sobre la libertad sin ningún tipo de articulación con la materialidad concreta en la que ésta se desenvuelve. Si recorremos declaraciones de los voceros de las grandes corporaciones mediáticas vamos a encontrar que son los primeros defensores de la libertad de expresión. De allí que resulte necesario realizar un desmontaje de ciertos discursos en torno a la cuestión de la libertad de expresión y el derecho a la información y la comunicación.

Podríamos plantear que la libertad de expresión es baluarte de todas las otras libertades en un régimen democrático. Es decir, la libertad de expresión es base de la soberanía popular, pero esto no significa desconocer que los postulados suelen ser declarativos, y no implican necesariamente un real ejercicio de la libertad de expresión y el consiguiente derecho a la comunicación.

Estado, políticas de comunicación y medios comunitarios

Si tuviéramos que fijar un punto de inflexión en la historia de las políticas comunicacionales y la conformación de los medios en Argentina no hay dudas que 1989 fue clave. El recurso legal fue la derogación del artículo 45 inciso “e” de la Ley de Radiodifusión –promulgada durante la última dictadura militar (1976-183) y aún vigente–, en el marco de la denominada Ley Dromi¹ de Reforma del Estado, que dio un impulso impensado a la política de privatizaciones que ni la dictadura militar pudo consolidar a punta de pistola; esto es, las reformas neoliberales en el marco del Consenso de Washington.

¿Cuáles eran los postulados básicos?

- 1) Establecer una disciplina fiscal.
- 2) Llevar a cabo una reforma tributaria.
- 3) Establecer tasas de interés positivas determinadas por el mercado.

- 4) Lograr tipos de cambio competitivos.
- 5) Desarrollar políticas comerciales liberales.
- 6) Lograr una mayor apertura a la inversión extranjera.
- 7) Privatizar las empresas públicas.
- 8) Llevar a cabo una profunda desregulación.
- 9) Garantizar la protección de la propiedad privada.

El objetivo con el que se presentaron las reformas fue, supuestamente, el de elaborar los lineamientos para la expansión de una gestión pública más eficiente, sobre la base de la desburocratización, simplificación y reducción de las normas y procedimientos; además de favorecer la incorporación de nuevas tecnologías de gestión administrativa. El programa de privatizaciones, también se decía, apuntaba a lograr un conjunto de objetivos, entre ellos: reducir el déficit fiscal e incrementar la recaudación originada por la contribución impositiva de las nuevas empresas privatizadas; incentivar el ingreso de capitales destinados a nuevas inversiones, que apuntarían a mejoras tecnológicas y calidad de los servicios; reducir el costo de los servicios básicos y contribuir al fortalecimiento del mercado de capitales.

Todo este discurso fue sostenido y potenciado por las corporaciones de los grandes medios de comunicación que se vieron favorecidas. No obstante, a más de diez años de su implementación, entender al Consenso de Washington como la síntesis explicativa de la declaración de buena voluntad de un grupo sin intereses materiales concretos, que buscaba mejorar la situación de los países atrasados pero cuyas propuestas lamentablemente fueron mal aplicadas, puede resultar pueril.

El Consenso es el resultado de una elaboración compleja, cuyas primeras –y radicales– medidas fueron aplicadas en Chile a partir de 1974 y en Argentina en 1976, de la mano de sangrientas dictaduras militares que les aseguraban a estas políticas un clima político interno favorable para su imple-

1 La Ley Nacional Nº 23.696, es conocida también como la Ley Dromi por el apellido del ex ministro de Obras y Servicios Públicos, Roberto Dromi, uno de los promotores de las privatizaciones durante el gobierno de Carlos Menem.

mentación de largo plazo. El objetivo: proceder a una recuperación de la tasa de ganancia del capital, a partir de una transferencia de riqueza desde las economías de los países pobres, en particular de América Latina, hacia el capital norteamericano financieramente móvil. En lo doméstico, esto se transcribió en un proceso de concentración de la riqueza en pocas manos con el consiguiente aumento de la pobreza y el deterioro casi terminal de nuestra histórica clase media.

¿Qué pasó con los medios?

A partir de la conformación de los multimedios en Argentina, donde conglomerados mediáticos y empresariales controlan el flujo de información y las agendas, es que se torna vital la expansión, el apoyo y la articulación desde el Estado de estos nuevos medios de comunicación, que van desde las radios comunitarias y los periódicos barriales a los canales de televisión y las agencias de noticias electrónicas. Son estos medios los que recuperaron el rol social de la información, convertida en mercancía por los intereses político económicos; y es precisamente este carácter de bien social lo que está al rescate.

Al menos desde la crisis de principios de los 60, el capital multinacional relanzó su proyecto de desarrollo en términos de modernización posindustrial y política neoliberal. En América Latina, dicho proceso mostró sus principales rasgos en los 80 y se acentuó claramente en los 90, con un carácter insostenible en lo que hace a la nueva organización del trabajo: movilidad, flexibilidad, ruptura del mercado de trabajo, exclusión y, en general, crisis del Estado de Bienestar.

En el campo de la comunicación, el proceso de concentración de poder económico provocó serias disminuciones del potencial de democratización de nuestras sociedades; de modo que la relación entre poder político debilitado y conglomerados mediáticos en expansión se hizo cada vez más asimétrica.

Por otro lado, la reconfiguración de los Estados hizo estallar las definiciones de lo “público” en su definición estatista. Hoy lo sabemos: comunicación y poder son inseparables. No es posible escindir estos dos términos, apartarlos o pretender modificar uno sin cambiar algo del otro.

La consolidación de grupos multimedios como agentes económicos de peso –tanto de capital regional como de EE.UU. y Europa– hizo también que su comportamiento frenara cada vez más su parecido al de las grandes corporaciones. Esta nueva naturaleza empresaria fue formulando los enunciados de los conglomerados en todas sus manifestaciones mediáticas.

En el plano político, en tanto, comenzó a manifestarse una preocupante tendencia que se acentúa en la actualidad: la ocupación mediática del espacio de la “oposición” política. Al igual que los dirigentes políticos, los grandes medios –conocidos en algunos países de América Latina como “ministerios”– necesitan de permanente legitimación. ¿Cuál es su base de sustentación? La **opinión pública**, que es construida por los medidores de audiencia y por las programaciones; es decir, controlada por quienes la necesitan. El sistema mediático y los líderes políticos han asumido como irreversible la construcción de la política actual basada en esta noción de opinión pública, profundizando así la crisis de representación política; algo que ha aceptado casi la totalidad de los dirigentes y referentes de diversos campos. De este modo, y más allá de algunos “momentos de excepción” producidos por nuevos actores políticos, podemos afirmar que el lugar de la oposición política lo han asumido los *mass media* en representación de la gente, en especial cuando la política se atreve a desafiar al sistema de intereses.

Es por esto que, nuevamente, es necesario que se imponga la discusión pública sobre el papel que deben cumplir los medios de comunicación –sean de propiedad estatal o privada– en el marco de una democratización integral de nuestras sociedades.

Un debate necesario que implique, en general, observar y cuestionar el modelo cultural, político y económico y, en particular, redefinir una nueva orientación en las políticas de comunicación, en las cuales se privilegien los derechos de acceso, participación y distribución de frecuencias, como se planteó hace ya mucho tiempo en el informe Mc Bride.

Esto requiere de una profunda transformación, tanto colectiva como individual. Desde lo político, en tanto interés por el bienestar general, no debe existir la menor duda acerca de deconstruir todas las formas concentradas, inmersas en el poder, obviamente incluyendo lo mediático. Y junto a este proceso de deconstrucción se debería apuntar al diseño y ejecución de políticas comunicacionales descentralizadas, territorial y temáticamente, afirmando la relación e interrelación, como sujetos y objetos de planificación de lo estatal, lo público y lo privado; y considerando diversos ámbitos comunicativos, con especial atención al proceso de localización y su tensión con la globalización.

Una marca siempre presente en los sistemas públicos de medios fue dar a sus audiencias el tratamiento de ciudadanos racionales, más que de consumidores individuales motivados por el interés propio. Si a esta marca le sumamos la consideración de los "usuarios" de los medios como **co-productores** (que van desde un máximo de consumo pasivo y un mínimo de *feed-back*, a un mínimo de consumo pasivo y un máximo de *feed-back*) damos visibilidad a una multiplicidad de experiencias latinoamericanas que, en diversos soportes, asumieron la tarea de redefinir **lo público**, afirmando la co-presencia, recurriendo a pistas simbólicas características de la interacción cara a cara y apelando a las articulaciones con formas renovadas de democracia participativa en estos últimos años de grandes cambios estructurales.

La llamada prensa horizontal, las radios populares, las televisoras comunitarias, los usos alternativos de Internet, hasta el grafitismo, hicieron y ha-

cen un aporte imprescindible en la agenda actual para confrontar con lo que muchos han anunciado como cercano porvenir: una comunicación sin materialidad y una memoria desencarnada al servicio de un solo ideal: el mercado, convertido al mismo tiempo en raíz de todo pensamiento.

Una propuesta a tener en cuenta para los actuales tiempos podría afirmarse en lo que el teórico John B. Thompson (1995) definió como "pluralismo regulado", que consiste en el establecimiento de una estructura institucional que podría tanto alojar como asegurar la existencia de pluralidad de organizaciones mediáticas independientes, asegurando que la diversidad y el pluralismo no queden socavados por la concentración del poder económico y simbólico. Una alianza con aquellos que practican esa *otra comunicación* que inyectaría innovaciones y disidencias.

Esto no sólo requeriría de legislaciones restrictivas, es decir, de una legislación que limite fusiones, absorciones y cruces de propiedad de empresas que compiten entre ellas en la industria mediática sino, también, de una legislación que se ocupe de crear condiciones favorables para el desarrollo de las organizaciones mediáticas que no formen parte de los grandes conglomerados. Esta propuesta tiene un doble aspecto: la desconcentración de recursos en las industrias mediáticas y la separación de los medios públicos del control gubernamental, definiendo un amplio espacio institucional donde aplicar rigurosamente los principios del pluralismo, acompañado del desarrollo de nuevos mecanismos que permitan un juicio razonado de los individuos/receptores para ser incorporados reflexivamente en procesos de toma de decisiones en los diversos niveles de la vida social y política, y ayudando a dispersar el poder centrífugo y centrípeto para crear múltiples centros y redes diversificadas de comunicación y flujos de información.

Entre memoria y comunicación existe una relación inquietante: se excluyen y se necesitan al mis-

mo tiempo. En nuestros días, la idea generalizada de comunicación evoca la instantaneidad, la simultaneidad y, en el límite, el no tiempo. La memoria ha desechado el espesor del pasado y la comunicación ha olvidado su originario sentido de “comunidad” que exige la amorosa presencia del otro. Los medios públicos, privados o estatales, deben apoyarse en sus memorias para actuar en este revuelto presente.

De lo que se trata, entonces, es de instalar en la escena política el debate sobre los nuevos medios de comunicación de carácter no lucrativo, los marcos legales que permitirían su desarrollo y las posibilidades que abren las nuevas tecnologías. Y si bien hay mucho por hacer, la modificación del art. 45 por medio de la Ley 26.053² abre una pequeña hendidura para alcanzar un marco de regulación de las radios de baja potencia y comunitarias que permita, al menos, su existencia bajo la forma de asociaciones civiles sin fines de lucro.

Según el nuevo texto aportado por esta Ley, a partir de ahora “las personas jurídicas no comerciales y sin fines de lucro” están en condiciones de obtener licitaciones de radiodifusión. Probablemente, todavía falta mucho para lograr una Ley acorde a una sociedad que supuestamente vive en democracia, pero sin duda éste es uno de los pasos más importantes en la historia de las radios comunitarias y de todos los actores sociales que luchan por la comunicación popular.

Una articulación posible entre los medios barriales y los medios de gestión pública/estatal requiere, en principio, que se redefina la gestión estatal y se la piense en términos de gestión pública. ¿Qué significa esto? Que la gestión del Estado esté articulada con la participación plena y no formal de la sociedad a través de sus espacios sociales de participación. Obviamente, surge aquí otro interrogante: ¿cómo y quién puede definir cuáles son las instancias de participación social “legítimas o legitimadas” para participar de esa gestión o contralor? Se-

ría pueril pensarlo en términos liberales, ya que en definitiva una perspectiva, aunque no explicita su mirada y posicionamiento político, lo tiene.

Si nos atenemos al liberalismo más puro en torno a la libertad de expresión estaríamos más cerca de ADEPA (Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas) que del ejercicio real del derecho a la comunicación. Es decir, el Estado no puede ni debe renunciar a su rol de generar líneas de ordenamiento o regulación social, que se supone están inscriptas en el espíritu del voto masivo. Si a través del voto (que nos guste o no es la regla socialmente legítima) se acuerdan socialmente determinadas líneas de gobernabilidad, no se puede buscar regir un medio público desde la perspectiva de una mirada político cultural minoritaria. Dicho de otro modo, se debe dar cuenta de la pluralidad de miradas, pero en función del grado de legitimidad social que tienen.

Entonces, ¿es posible una gestión “pública”? En principio diríamos que sí, en su medida. Ciertamente, desde este trabajo se puede plantear una aproximación teórica o deseable, ya que una propuesta sobre la base de la realidad de nuestros medios estatales requeriría de un estudio profundo que no se agota en la realidad mediática. Se pueden señalar, sí, algunas líneas o sugerencias para abrir el debate en la sociedad, pero estas no se agotan en lo mediático sino que son parte de un debate mucho más profundo que nuestra sociedad no se ha dado.

En este sentido, algunos puntos básicos que debería plantearse un medio de gestión pública son:

- respetar la pluralidad de las creencias, opiniones, tradiciones culturales, etcétera,
- estimular la imaginación de las audiencias,
- fomentar el conocimiento e intercambio de diferentes tradiciones culturales,
- propiciar la diversidad sustancial, por tipo de programa, de programación, estilística, distribución de recursos y de audiencias,

- reconocer la complejidad de la realidad social, constituyéndose en:
 - escenario del diálogo nacional,
 - ámbito de representación, reconocimiento y visibilización, para la construcción de ciudadanía y democracia,
 - espacio para los grandes debates nacionales.
- interpelar al ciudadano, no al consumidor.

Cuando planteamos interpelar al oyente como ciudadano y no como consumidor estamos en el punto clave. Pasar de uno a otro concepto es superar la idea de “libertad de expresión”, centrada en el emisor de la información, para pasar a la concreción del “derecho a la información”, como derecho humano universal, de todos y de todas para dar y no sólo recibir información. Ahora bien, dado que las características centradas en el “consumo” aparecen, un poco más un poco menos, en los medios privados, no sería tanto una cuestión de temáticas como de perspectivas: ¿a quién le hablo?, ¿al consumidor de los productos que sostienen mi empresa o al ciudadano que pretendo desarrolle una actitud responsable y participativa?

Cuando nos referimos a ciudadanos o consumidores no podemos desconocer que las audiencias están moldeadas por el modelo comercial hegemónico, y pretender audiencias ciudadanas es todo un desafío. Dos visiones contradictorias: modelo de soberanía del consumidor (la calidad ligada a los altos niveles de popularidad y de audiencia) y modelo del ciudadano empoderado que contradice las leyes del mercado y reclama un modelo más público (investigación realizada en cinco continentes, con tres grupos, para definir la calidad en relación con un marco de referencia: el desarrollo social y la democracia: ciudadanos, productores y expertos)³.

El proceso de cambio a partir de cual las audiencias se asuman como personas y no como consumidores excede lo comunicacional y se ancla en un modelo económico-cultural; lo que no significa que desde el Estado o lo público no se apunte a revertir,

o al menos a intentar incidir, en la constitución del imaginario por el cual una sociedad traza las líneas de su organización material y simbólica.

Si empezamos por la gestión de los medios hay algunas preguntas-ejes que sí nos podemos hacer para alcanzar una gestión más democrática y participativa, como las planteadas por el ex director general de comunicación de la UNESCO, Alain Modoux⁴:

- ¿Qué tan transparentes son las reglas de selección de personal y la evaluación del *staff*, particularmente para periodistas, presentadores y productores?
- ¿Cómo identifica el productor las necesidades de reconocimiento, la satisfacción con el trabajo, la competencia y el desarrollo personal?
- ¿Hay un código de ética?, ¿cómo se aplica?
- ¿Hay un código de anunciantes?, ¿cómo se aplica?
- ¿Cómo identifica el productor las necesidades de las audiencias?
- ¿Está claramente definida la relación entre la alta dirección y el poder político en términos de derechos y obligaciones?

En cuanto a lógicas de gobernabilidad, los medios de comunicación públicos no pueden suplir lo que el Estado no cumple. Sería absurdo pensar medios de comunicación de gestión estatal abierta y pluralista en una sociedad intolerante y con un Estado que lleva adelante prácticas clientelares, corruptas y/o cerradas en cuanto a la dirección de los asuntos estratégicos. Si pensamos los medios como instancias culturales, no podemos aislarlos en su análisis, o en la búsqueda de modelos de gestión, sin tener en claro el clima de época y sus características socioculturales concretas. De lo contrario, nunca llegaremos a un acuerdo sobre qué medios y en qué contextos regular. De allí surgen entonces grandes diatribas sobre lo que debería ser, pero pensado desde una matriz netamente liberal que no tiene anclaje en la materialidad concreta de las prácticas sociales y culturales. Entonces:

³ Ver al respecto el Anexo del “Informe Mc Bride”.

⁴ Modoux es, también, consejero en Comunicación Intercultural y presidente de la Red de las Cátedras UNESCO de Comunicación (ORBICOM).

- ¿Cómo definimos cultura?
- ¿Cómo definimos lo popular?
- ¿Qué entendemos por derechos humanos y sociales?
- ¿Cómo entendemos la responsabilidad social, no sólo del Estado sino de los ciudadanos?
- ¿Somos ciudadanos responsables o delegativos?

Y la lista podría seguir, con algunos tópicos relativos, en definitiva, a la participación política.

En este contexto, los medios de gestión comunitaria, o por fuera de las empresas mediáticas, tienen un doble rol: por un lado, aportar a la constitución de audiencias por sobre consumidores; por otro, ser una bisagra entre los medios públicos y los comerciales. Si la voluntad del Estado de hacer frente a la lógica de mercado imperante en las comunicaciones es real, este tipo de emisora es crucial en la estrategia a trazar.

Bibliografía

- Albornoz, L. A.; Castillo, J.; Hernández, P.; Mastrini G. y Postolski G. "La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de la década del 90", en Mastrini, G. y Bolaño, C. (eds.). *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 2000.
- Argumedo, A. *Los silencios y las voces en América Latina*, Colihue, Buenos Aires, 1993.
- Bassets, L (ed.). *De las ondas rojas a las radios libres*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- Boesner, D. *Relaciones Internacionales en América*, Nueva Sociedad, Buenos Aires, 1996.
- Bourdieu, P. *Pensamiento y Acción*, Libros del Zorzal, Buenos Aires, 2002.
- Cassigoli, A. "Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos", en Simpsom Grinberg, M. (comp.). *Comunicación alternativa y cambio social*, Premia, México, 1989.

- Enzensberger, H. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Anagrama, Barcelona, 1971.
- Ferrer, A. *Hechos y ficciones de la Globalización*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1998.
- Graziano, M. "Para una definición alternativa de la comunicación", en *ININCO* N° 1, Venezuela, 1980.
- Grimson, A.; Roberts, B. y Portes, A. (eds.). *Ciudades latinoamericanas. Un análisis comparativo en el umbral del nuevo siglo*, Prometeo, Buenos Aires, 2006.
- Gruner, E. *El fin de las pequeñas Historias*, Paidós, Buenos Aires, 2002.
- Grinberg, M. (comp.). *Comunicación alternativa y cambio social*, Premia, México, 1989.
- Gonzalez Gartland, C. *Lecciones de Derecho a la Información y Derecho de la Información*, Colihue, Buenos Aires, 1993.
- Hall, S. "El problema de la ideología: marxismo sin garantías", en *DOXA*, Cuaderno de Ciencias Sociales N° 18, Año IX, 1998.
- Loreti, D. *Derecho a la Información*, Paidós, Buenos Aires, 1995.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1984.
- Martín Barbero, J. *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, Gustavo Gili, México, 1987.
- Mastrini, G. *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- Petras, J. *Neoliberalismo en América Latina*, Homo Sapiens, Rosario, 1997.
- Thompson, J. B. *Ideología y cultura moderna*, Amorrortu, Buenos Aires, 1995.
- Wacquant, L. *Parias Urbanos. Marginalidad en la ciudad a comienzos del milenio*, Manantial, Buenos Aires, 2001.