



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Los medios comunitarios ante las nuevas políticas de comunicación
María Soledad Segura, Ana Laura Hidalgo, Larisa Kejval, Alejandro Linares,
Verónica Longo, Natalia Traversaro y Natalia Vinelli
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Los medios comunitarios ante las nuevas políticas de comunicación

María Soledad Segura

Ana Laura Hidalgo

Larisa Kejval

Alejandro Linares

Verónica Longo

Natalia Traversaro

Natalia Vinelli

sole_segura@yahoo.com.ar

Proyecto "Las radios y televisoras comunitarias
desde la Ley 26522.
Condiciones, estrategias y desafíos",
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
Defensoría del Público

Inmediatamente después de la asunción del presidente Mauricio Macri el 10 de diciembre de 2015, el nuevo gobierno introdujo cambios en las regulaciones de comunicación. Además, se implementaron otras políticas de comunicación y en otras áreas que impactan en los medios comunitarios, populares, alternativos y cooperativos. En conjunto, se presentan nuevos desafíos para el desarrollo de estos medios frente a los cuales desarrollan diversos cursos de acción.

Las nuevas políticas se fundan en la concepción de la comunicación como mercancía y no como derecho humano¹. El cambio de paradigma no es menor.

¹ El propio ministro de Comunicaciones, Oscar Aguad, explicitó en Cadena 3 el 13 de diciembre de 2015, esta mirada a poco de asumir: "Los medios van a competir libremente en el mercado y trataremos de ayudar a los más pequeños". También sostuvo, en declaraciones en la radio Rock&Pop el 14 de febrero, que el gobierno está "estudiando una manera tecnológica de vender el espectro, que es por donde pasan las comunicaciones". Esta perspectiva fue confirmada por el director de Enacom por el Ejecutivo, Alejandro Pereyra, quien en Radio del Plata el 11 de febrero manifestó la intención de regular la concentración por los organismos de defensa de la competencia (Disponibles en:

Todas las medidas favorecen a las grandes corporaciones audiovisuales y de telefonía en detrimento de las pequeñas y medianas empresas de medios y producción audiovisual, los medios y productoras sin fines de lucro, las emisoras universitarias, los trabajadores de la comunicación y los públicos.

Los decretos de necesidad y urgencia (DNU) 13 (emitido el 11 de diciembre) y 267 (del 29 de diciembre de 2015) modifican la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522, y fueron ratificados por la Cámara de Diputados el 6 de abril de 2016. El decreto 237 (del 22 de diciembre) establece la intervención de los hasta entonces organismos reguladores de los servicios de comunicación audiovisual y telecomunicaciones.

Si bien ninguno de los cambios a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) modifica los artículos específicamente referidos a los demás medios no lucrativos –excepto a las cooperativas de servicios públicos que prestan servicios de televisión por cable–, es claro que las modificaciones se fundan en un nuevo paradigma que no favorece a las radios y televisoras comunitarias, populares y alternativas. Se abre entonces una nueva etapa para los medios del sector social de Argentina.

En la disputa por la definición de las reglas de juego del sistema mediático (leyes, decretos, regulaciones, decisiones administrativas, etc.), el gobierno, las empresas mediáticas, las redes de medios, entre otros, luchan por tener mayor capacidad de incidencia en la definición de esas reglas. Partimos de suponer que el modo de definir esas reglas expresa concepciones diferentes respecto a cómo debe organizarse el sistema mediático y bajo qué mecanismos predominantes se deben resolver sus problemas. Por lo tanto, esto implica una concepción sobre el rol que les cabe al Estado, el mercado y la sociedad en estas tareas.

Si aceptamos este supuesto, en este trabajo procuraremos responder al siguiente interrogante: ¿Qué modelo de comunicación mediática están construyendo las políticas de comunicación del gobierno nacional; y qué rol le asignan al Estado, mercado y sociedad? Frente a estas nuevas condiciones, las estrategias que desarrollan los medios del sector social, ¿qué modelo de comunicación mediática están impulsando, y qué papel asignan al Estado, mercado y sociedad?

<http://www.cadena3.com/contenido/2015/12/13/Aguad-La-Ley-de-Medios-no-subsistira-en-nuestro-Gobierno-155677.asp>; <http://radiocut.fm/audiocut/alejandro-pereyra-la-vuelta-de-zloto-radio-del-plata/>).

Enfoque

Las radios y televisoras comunitarias, populares y alternativas comenzaron a surgir en nuestro país en el contexto de recuperación democrática luego de la más cruenta dictadura cívico militar. Muchos las llamaron truchas o piratas por nacer al margen de un sistema legal que vedaba su existencia². En realidad, comunitarias, populares y alternativas son los tres calificativos con los que las mismas radios, así como las redes nacionales e internacionales a través de las que se nuclearon, identificaron a este conjunto de medios en Argentina a lo largo de la historia. Si bien no es tarea sencilla hallar definiciones consensuadas acerca de qué es un medio comunitario, popular o alternativo, el vasto –aunque muchas veces invisibilizado- recorrido de este tipo de emisoras nos permite identificar algunas regularidades o características comunes (Kejval, 2013). Este tipo de emisoras no sólo pone en cuestión al lucro como orientador de las prácticas de los medios de comunicación. Aun cuando las experiencias se desarrollan en contextos diferentes, aun cuando sus prácticas se constituyen desde diversas perspectivas acerca del modo en que se conciben y articulan lo político y lo comunicacional, todas ellas tienen como horizonte explícito la transformación de relaciones sociales de desigualdad. Dicho en otras palabras, todas se proponen, de alguna forma y en alguna medida, intervenir en el terreno simbólico para contribuir a la construcción de sociedades más justas. Asimismo, el antagonismo con respecto al sistema de medios hegemónico conformado predominantemente por empresas orientadas por el fin de lucro, altamente concentradas y más colaboradoras con la legitimación del orden social que con su crítica y transformación, resulta constitutivo de las identidades políticas proyectos político comunicacionales de estas emisoras. De ahí que la expresión de voces históricamente silenciadas, la construcción de agendas y enfoques que disputen con lo hegemónico, la voluntad de incidir en el espacio público massmediatizado, la promoción de la participación, el desarrollo de estrategias de articulación para sumar fuerzas de creciente incidencia sean algunas –y sólo algunas- de las búsquedas que han caracterizado a los medios comunitarios, populares y alternativos a lo largo de la historia.

² Hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en octubre de 2009, la radiodifusión estuvo regulada en nuestro país por el Decreto Ley 22.285 de Radiodifusión, decretado por la última dictadura cívico militar en 1980. Esta norma vedaba la posibilidad de las organizaciones sin fines de lucro de ser licenciatarias de servicios de comunicación audiovisual.

Los nuevos obstáculos

Como producto de las políticas del gobierno iniciado el 10 de diciembre de 2016, los medios comunitarios, populares, alternativos y cooperativos, enfrentan nuevas dificultades: el incremento de los problemas financieros por la paralización de las políticas de fomento junto con el aumento de los costos, la pérdida de representación en organismos estatales participativos, y una creciente desprotección laboral.

1. **Parálisis, cuestionamientos y proyectos de reducción de las políticas de fomento:**

El nuevo organismo de regulación de la comunicación audiovisual y las telecomunicaciones, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), no sólo no abrió nuevas líneas de fomento, sino que -según informan los organismos que nuclean al sector comunitario y alternativo- adeuda pagos en proyectos adjudicados y firmados por los beneficiarios oportunamente. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)-Argentina calcula que "sólo en este concepto el Estado adeuda a las diversas radios integrantes de la red una suma mayor a 5 millones de pesos"³. Asimismo, la Dirección de Proyectos Especiales, encargada del desarrollo del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Social (FOMECA), sufrió un achicamiento importante por el despido de gran parte de su personal. Tampoco están claros los mecanismos para el cumplimiento de rendiciones, su aprobación y el pago de nuevas cuotas. Es sintomático también que la información sobre los proyectos concursados que tenía el sitio *web* del anterior organismo regulador, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación audiovisual (AFSCA), ya no esté disponible *on line*.

El documento "El estado del Estado", difundido el 4 de junio por el Poder Ejecutivo Nacional, denuncia supuestas irregularidades en la organización de los concursos de los FOMECA: "la dirección que gestionaba el FOMECA (...) lo hacía mediante procesos informales, sin criterios uniformes, incurriendo en graves desprolijidades administrativas, sin reglamentos de evaluación ni la aprobación de la rendición de cuentas por acto administrativo". El Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) señaló que se trató de una "denuncia falaz" que "no se acompaña de pruebas, datos fácticos o descripción de casos"⁴. En efecto, el documento oficial no aportó ejemplos concretos ni prueba documental que permita validar la denuncia.

³ Ver el comunicado de AMARC-Argentina: <http://amarcargentina.org/novedades/> Consultado 20/05/16.

⁴ Ver el comunicado de FARCO: http://www.farco.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=5015:farco-reclama-el-cumplimiento-de-los-fondos-concursables-de-fomento-para-medios-comunitarios&catid=42:novedades&Itemid=236. Consultado 21/06/2016.

En tanto, en el último de los "17 principios que regirán la nueva ley de convergencia" que el 6 de julio presentó la Comisión Redactora de la Nueva Ley de Comunicaciones convergentes, se prevé el fomento del desarrollo de los medios comunitarios. No obstante, restringe su definición a aquellos orientados a "poblaciones con singularidad cultural, social o en representación de colectivos diversos, poblaciones distantes o de difícil acceso"⁵. Reduce sus funciones a darles "voz propia" y acceso "a la educación, el desarrollo social y la diversidad cultural y lingüística", según una noción paternalista y perimida de estas radios y televisoras (Loreti y otros, 2016). Prevé "mecanismos de financiación" sólo para aquellos que estén en "zonas rurales" o "zonas de frontera", de modo tal que desconoce los problemas de sostenibilidad del sector, y retrocede con respecto al fomento general previsto en la LSCA puesto en marcha desde 2012.

Estos fondos permitieron a los medios del sector social mejorar su posición en un mercado hiper-comercial. Les posibilitaron equiparse para avanzar en la transición a tecnología digital, producir contenidos gratuitos y abiertos con altos estándares de calidad, contratar servicios y rendir honorarios temporarios para la realización de materiales audiovisuales y radiofónicos, y regularizar la gestión de radios, canales y productoras audiovisuales. Estos apoyos fueron adjudicados por concursos permanentes y evaluados por jurados de amplia trayectoria en el campo de la comunicación.

Además, ante los cambios de prioridades en las políticas públicas y el desmantelamiento de algunos organismos del Estado se instala la incertidumbre acerca de la continuidad de programas de diversos organismos públicos destinados al desarrollo o el fortalecimiento de medios de comunicación sin fines de lucro. Por ejemplo, la Secretaría de Agricultura Familiar y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) desarrollaban el proyecto "Sembramos Palabras, Cosechamos Derechos" destinado a la creación y fortalecimiento de radios en los territorios. Este programa, sólo en la provincia de Salta, permitió que más de una decena de emisoras surgieran y se afianzaran en diferentes localidades (Burgos, 2015). Del mismo modo, la Subsecretaría de Fortalecimiento Institucional del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, junto con la AFSCA, la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), el INTA y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual implementaron el proyecto "Radios comunitarias Rurales. Comunicarnos fortalece" destinada a fortalecer a 55 radios campesinas,

⁵ La definición muestra sintonía con el ministro de Comunicaciones cuando expresó el 13 de diciembre de 2015 a Cadena 3 que el Gobierno tratará de "ayudarles a los más pequeños". Disponible en:

<http://www.cadena3.com/contenido/2015/12/13/Aquad-La-Ley-de-Medios-no-subsistira-en-nuestro-Gobierno-155677.asp>. Consultado el 11/07/2016.

indígenas y de la agricultura familiar. En 2015, la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP), AFSCA y el Ministerio de Cultura habían firmado un convenio para que las bibliotecas fomenten medios comunitarios. Por este convenio, surgieron varias emisoras comunitarias vinculadas a bibliotecas populares (Urioste, 2016).

2. Incremento de costos: Además, existen decisiones políticas del gobierno nacional que, sin estar destinadas específicamente al sector audiovisual, impactan negativamente sobre los medios comunitarios y alternativos como, por ejemplo, los aumentos en las tarifas de luz que redundan en un aumento de los costos de producción de las emisoras en un contexto generalizado de retracción económica. Consultadas sobre los cambios en las boletas de luz, dos radios comunitarias de la Ciudad de Buenos Aires brindaron información al respecto: de pagar \$3.700 mensuales se pasó a pagar \$12.000, en el caso de la emisora de mayor alcance; y de pagar \$2.500 bimensuales se pasó a pagar \$5.000 mensuales, o su equivalente bimensual de \$10.000, en el caso de una radio de menor potencia y cobertura. Del mismo modo, una emisora del conurbano bonaerense, pasó de pagar \$1500 en noviembre de 2015 a \$4500 en marzo de este año. La situación llevó a que FM Fribuay, una radio comunitaria creada hace 18 años en la zona oeste del conurbano bonaerense, se viera obligada a suspender sus transmisiones en horario nocturnos. Entre los motivos de la decisión, enumeraron los costos de la energía eléctrica, la baja de las pautas publicitarias municipales y el congelamiento de los programas de fomento a la gestión, junto con la caída de la publicidad privada que recibían de las pequeñas empresas y comercios locales⁶.

3. Pérdida de representación en instituciones participativas: Las redes de medios comunitarios perdieron representación en el Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (COFECA), cuando éste fue disuelto por el DNU 267. Esto implicó la pérdida de un canal formal de participación e incidencia social en la formulación de políticas de comunicación. Ni en el ENACOM ni en la Comisión Redactora de la nueva ley se incluye la participación social alguna, por lo que las redes del sector no cuentan con canales de interlocución con el gobierno⁷.

⁶ Ver en: <http://www.fmfribuay.org.ar/v4/index.php/item/562-comunicado-de-fm-fribuay>. Consultado 21/06/2016.

⁷ La comisión redactora ha convocado a algunos sectores –hasta el momento, no a las asociaciones de medios comunitarios- a brindar opiniones pero en un ámbito que no genera diálogo ni debate (Vinelli, 2016).

4. **Discriminación a las cooperativas:** Las cooperativas prestadoras de servicios públicos, que proveen televisión por cable, dejaron de estar regidas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual al desregularse la televisión por cable. Se trata del grupo de medios no lucrativos que más creció en los últimos cinco años en número y en cantidad de licencias (Becerra y otros, 2016). Además, son discriminadas frente a los operadores dominantes porque son las únicas cuya licencia para gestionar servicios convergentes puede ser impugnada y, en ese caso, deben someterse a un examen del área de Defensa de la Competencia. También quedaron excluidas de la derogación del límite a la transferencia de licencias que beneficia a los licenciatarios con fines comerciales. Asimismo, la Resolución 2531 del Enacom (publicada el 16 de mayo) que resolvió la liberación de frecuencias de los operadores de televisión codificada que operan en la banda de 512 a 698 MHz en un plazo de dos años; podría perjudicar a otras que presten servicio de TV por aire en favor de las empresas de telefonía⁸.

5. **Desprotección laboral:** El Protocolo de actuación de las fuerzas de seguridad durante manifestaciones públicas es otra política que afecta la libertad de expresión ciudadana y la de informar a los trabajadores de medios de comunicación, en particular a los de medios del sector social que siempre acompañan las movilizaciones populares, al establecer que “para los medios de comunicación se establecerá una zona determinada, donde se garantice la protección de su integridad física, y que no interfieran con el procedimiento”. Esto tiene el agravante de que la mayoría de los trabajadores de la comunicación comunitaria y alternativa en el país –salvo algunos casos como en Córdoba- no están sindicalizados y por lo tanto quedan más desprotegidos ante posibles situaciones de abusos policiales en la cobertura de las protestas.

Los problemas que persisten

A pesar de los avances registrados entre 2010 y 2015, el nuevo escenario encuentra a los medios comunitarios en condiciones de legalidad y financiamiento todavía frágiles (Segura y Weckesser, 2016).

⁸ <https://seniales.blogspot.com.ar/2016/05/television-digital-terrestre-paginai12.html> Consultado 23/06/2016.

1. **Legalidad precaria:** En relación al universo de medios no lucrativos⁹, son pocos los que obtuvieron licencias y recibieron habilitación para funcionar. Otros obtuvieron licencias recientemente pero aún no cuentan con habilitación para operar; otros recibieron permisos precarios –y algunos de ellos con reserva de frecuencia-; y a otros se les adjudicó frecuencias para emitir en baja potencia (artículo 49 LSCA). Finalmente, son todavía muchos los que no cuentan con ningún tipo de título que les permita operar legalmente (Becerra y otros, 2016). La incapacidad o falta de decisión política de realizar el plan técnico de frecuencias constituyó un obstáculo para mensurar el 33 por ciento del espectro que debe ser reservado por ley para los medios sin fines de lucro en cada zona. Asimismo, la falta de normalización del espectro en zonas de conflicto impidió realizar concursos en estas zonas.

En lugar de resolver estos problemas, el DNU 267 los acentúa. Sube los topes de concentración de la propiedad de radio y televisión abierta y los elimina en TV por cable, permite la propiedad cruzada entre empresas audiovisuales y de telecomunicaciones, extiende el plazo de explotación de todas las licencias audiovisuales en vigor y permite que soliciten una prórroga de 10 años en el vencimiento de licencias (Becerra, 2016). Además, el ENACOM dejó sin efecto los planes de desinversión presentados por los grupos de medios que excedían los límites establecidos por la Ley Audiovisual. De este modo, como advierte Rodríguez Villafañe, en las llamadas zonas de conflicto no se liberarán frecuencias que puedan ser utilizadas para hacer la reserva de espectro para los medios no lucrativos¹⁰. También resulta preocupante que, entre los “17 principios que regirán la nueva ley de comunicaciones”, la Comisión Redactora de la nueva norma omite mencionar la reserva del 33 por ciento de las localizaciones radioeléctricas planificadas para los medios sin fines de lucro que la Ley 26522 y la Resolución 9 (que el 1º de marzo creó la Comisión Redactora y estableció los lineamientos generales de la nueva ley) contemplan. Asimismo, el Enacom anunció que, ante la inminente caducidad de la licencia de Radio América, llamará a concurso, desconociendo que, según el artículo 89 de la Ley Audiovisual, la frecuencia que ocupa debería destinarse a las reservas previstas por la norma, en particular, las destinadas a medios privados sin fines de lucro.

En los casos en que sí se pudo hacer concursos de licencias hasta 2015, no se avanzó en ampliar las condiciones diferenciadas para los medios no lucrativos, lo que dificultó que medios que están funcionando se pudieran presentar. Esto impidió

⁹ Aunque no hay registros fiables, diversas fuentes calculan un centenar de radios y casi una decena de televisoras (Becerra y otros, 2016).

¹⁰ Ver exposición de Rodríguez Villafañe en: <http://democratizarcomunicacion.eci.unc.edu.ar/debates-publicos/>

y generó notoria lentitud en la legalización de muchos medios comunitarios. Y significó también un debilitamiento en las condiciones de funcionamiento de estos medios pues los deja en una situación débil y provisoria frente al nuevo escenario. Hasta la derogación parcial de la LSCA, el problema respecto de la relación entre medios alternativos y Estado se había desplazado desde la posibilidad de existencia hacia las condiciones de funcionamiento aceptadas. Pero al nombrar a las radios y televisoras desde una categoría tan abarcadora como "prestadores de derecho privado sin fines de lucro" (en lugar de recuperar algunas de las definiciones consensuadas acerca de qué es un medio comunitario, popular o alternativo que, no obstante, se cristalizaron en el artículo 4 de la LSCA y en las notas al artículo 97), el resultado tendió a igualar experiencias de gran dimensión con otras de menor escala económica y de gestión¹¹. Sobre esta cuestión se aglutinaron algunos espacios como la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) o el Espacio Abierto de Televisoras Alternativas, Populares y Comunitarias, que reclamaron un tratamiento diferenciado que pudiera traducirse en futuros pliegos.

En parte, el proceso que llevó a la realización de los concursos en televisión digital, convocados en 2015 a través de la resolución 39/AFSCA contempló estos debates: se desarrollaron capacitaciones para acompañar a los canales en la elaboración de sus carpetas de antecedentes, y se establecieron requisitos más simplificados respecto de sus pases con fines de lucro en lo referido a capacidad patrimonial, inversiones exigidas u homologación de los equipos. Sin embargo, la lentitud en la preparación del plan técnico de frecuencias digitales, elaborado recién en noviembre de 2014, llevó a que los concursos se substanciaron sobre el fin de la gestión de Martín Sabbatella al frente del organismo disuelto. Las televisoras que ganaron los concursos de licencias, como Barricada TV y Urbana TV en CABA, y Pares en Luján, provincia de Buenos Aires, hoy se enfrentan a la habilitación definitiva en condiciones de inseguridad.

Estas emisoras fueron las primeras en resultar adjudicatarios de licencias en televisión digital abierta en baja potencia, dentro de la categoría sin fines de lucro. Los concursos fueron abiertos entre marzo y mayo de 2015; y sus resultados fueron aprobados por la AFSCA en noviembre de ese año. El canal digital concursado, el número 33, está ocupado por Canal 13 aún cuando la resolución 35/15 de AFSCA reorganiza la grilla de la TDA y ubica a ese canal en el número 35.

¹¹ Salvando las distancias, algo parecido sucedió con el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) en la segunda mitad de los años . Si bien generaba expectativas que UNESCO se ocupara de la democratización de las comunicaciones y que considerara a las experiencias de comunicación popular, a la luz de unos resultados que convencieron a pocos (Mattelart, 1996: 259 y ss.), en el Informe Mac Bride aprobado en 1980 quedaba a la vista una lectura limitada sobre qué entender por democratización, acceso y participación. Esto es lo que lleva a Graziano (1980) a plantear críticamente que la comunicación alternativa es necesariamente participativa, pero que no todas las experiencias participativas pueden considerarse alternativas.

Esto impide constatar en emisiones de prueba la calidad de la transmisión, medir la llegada y, además, dificulta la recepción de la señal (estos medios deben transmitir con una potencia de 150 vatios, mientras que Canal 13 lo hace con 12,500). En consecuencia, esto perjudica directamente a los adjudicatarios que no pueden poner en el aire sus producciones. Resta ver qué medidas toma el nuevo organismo respecto de este punto, ya que a la fecha no hubo respuesta oficial. Hasta el momento, tampoco se han realizado los concursos abiertos en 2015.

2. **Dificultades de financiamiento:** Una dificultad que se sostiene en el sector, es el problema del financiamiento del trabajo en estos medios. Los concursos lanzados en el marco del FOMECA inicialmente no reconocían salarios, pero luego –gracias a la intervención de las asociaciones de medios del sector– comenzaron a solventar honorarios y llegaron a lanzar una línea destinada al rubro gestión: pagaban honorarios por coordinación de proyectos, gestión, contratación de camarógrafos, sonidistas, contadores y abogados, etc., pero no salarios estables del personal. Esto limitaba el impulso a nuevos actores sin fines de lucro con una continuidad razonable. Esta falencia del programa de fomento repite un modelo generalizado en convocatorias de organismos de cooperación internacional y vuelve a poner en evidencia las dificultades de trabajar con la categoría “sin fines de lucro”, que responde a la herramienta legal utilizada para funcionar, y no con una definición construida sobre la base de los objetivos, modos de funcionamiento, inserción o contenidos del medio. En efecto, las comisiones directivas en las asociaciones civiles, cooperativas o fundaciones suelen estar compuestas por los miembros más activos de las experiencias alternativas y comunitarias, quienes al ocupar esos cargos quedan imposibilitados para facturar a sus propias herramientas legales. Esto genera dificultades en el funcionamiento cotidiano del medio, y lleva a contratar temporariamente camarógrafos, operadores e, incluso, coordinadores de proyecto que en los hechos tienen un vínculo menos comprometido con las emisoras.

La publicidad oficial y privada constituye un ingreso relevante para la sostenibilidad de los medios, incluidos los del sector social. A nivel nacional no existe aún una regulación sobre la distribución de publicidad oficial ni privada. Los mecanismos de distribución de publicidad oficial y privada no reconocen criterios claros y pueden incluir acciones de chantaje y/o extorsión de medios a los anunciantes. La Coalición por una Comunicación Democrática (CCD), donde los medios de comunicación comunitarios, populares y alternativos tienen activo protagonismo, incluyó la necesidad de avanzar en este sentido en los Nuevos 21 Puntos por una Comunicación Democrática aprobados en el Congreso Nacional realizado el 3 de

marzo de 2011. Al respecto, el punto 8 "Distribución justa de la publicidad privada y pública", afirma:

"Es obligación del Estado poner en marcha las regulaciones necesarias para una distribución justa de la publicidad, tanto estatal como privada, para que contribuya a la existencia y desarrollo pleno de la pluralidad de medios en todos los formatos. Deben establecerse cuotas de distribución con carácter federal y hacia los medios comunitarios, de cooperativas, mutuales, sindicales, PyMEs con arraigo local, etcétera. En cuanto a la publicidad estatal, en todas las jurisdicciones, se deben establecer por ley u ordenanza mecanismos que impidan la distribución arbitraria y discriminatoria como mecanismo de censura indirecta. Su distribución debe respetar criterios equitativos y transparentes, orientados al público objetivo de cada campaña, evitando la discriminación por línea editorial o informativa, ubicación geográfica, cuestiones partidarias o tipo de prestador. Deberán excluirse las señales y plataformas extranjeras que no tengan contenidos de producción nacional de la posibilidad de difusión de publicidad de cualquier origen. Se deberá diferenciar la publicidad de los mecanismos directos o indirectos de subsidios al pluralismo, tales como el acceso a créditos oficiales y regímenes impositivos especiales".

La ley de Registro de Medios Barriales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es un aporte importante para los medios comunitarios. Sin embargo, el porcentaje de la pauta que les otorga es bajo. En la actualidad, el registro viene demorando progresivamente los pagos e incorporando menor cantidad de medios nuevos en las convocatorias que anualmente se abren. Además, continúa sin explicación la aparición en listas oficiales de pequeños medios comerciales y radios comunitarias como receptoras de sumas que no recibieron en carácter de publicidad oficial del gobierno capitalino, a partir de una denuncia realizada por Radio Ahijuna, una comunitaria de Bernal, en el conurbano bonaerense, durante la campaña electoral. Los Trabajadorxs Autogestionadxs de Prensa de Córdoba, junto con el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (CISPREN), elaboraron un proyecto similar de registro y fomento de medios autogestionados para la provincia de Córdoba. También hay desigualdad en el financiamiento posible con publicidad privada, porque se basan en estudios de audiencia carentes de transparencia, confiabilidad y muestras representativas. Tan sólo cuatro agencias encargadas de distribuir publicidades manejan la pauta para todo el país desde la Ciudad de Buenos Aires a través de criterios desconocidos. Según datos correspondientes a 2013 y el segundo cuatrimestre de 2014 de la Cámara Argentina de Agencias de Medios relevados por los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de

Córdoba, el 80 por ciento de la publicidad privada se repartió en esos períodos en el Área Metropolitana de Buenos Aires y alrededor del 20 por ciento en el resto del país, lo que supone un criterio claramente desfavorable para los medios provinciales. No obstante, un reciente estudio de audiencia realizado por la Universidad Nacional de Avellaneda en la zona sur de la Ciudad de Buenos Aires demostró que el consumo de radios es muy diversificado y que ninguna emisora – no sólo las comunitarias- concentra una audiencia elocuente (Kejval y Ávila Huidobro, 2016). Por lo tanto, ése es otro dato para poner en cuestión el argumento de que los medios comunitarios tienen poca audiencia.

Las acciones

La primera reacción de este sector ante las medidas impulsadas por el Gobierno entrante para las comunicaciones se puede encontrar en la demanda de una medida cautelar por el DNU 267/15 presentado en los primeros días del 2016 por FM En Tránsito de Castelar -representada ante el Poder Judicial de San Martín por la Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social- como integrante del disuelto COFECA a través de AMARC-Argentina¹².

Desde diciembre de 2015 las redes que nuclean a los medios no lucrativos se encuentran abocadas a estudiar las consecuencias de las modificaciones para el sector y a tejer alianzas con otras organizaciones vinculadas a la comunicación. Desde los últimos días del año pasado las redes manifestaron su repudio -con documentos¹³ y movilizaciones callejeras- a las reformas introducidas a la LSCA a través de los decretos señalados.

En este marco, FARCO, AMARC-Argentina, RNMA y la Red Colmena constituyeron el Espacio Interredes¹⁴, además de integrar la Coalición por una Comunicación Democrática.

El Espacio Interredes permitió alcanzar una vía de interlocución con el nuevo gobierno. El 10 de febrero, en una reunión con el gerente general de Enacom, Agustín Garzón, las redes remarcaron que la LSCA garantiza la vigencia de los

¹² La respuesta a la medida cautelar: http://www.pagina12.com.ar/fotos/20160111/notas/fallo_san_martin.pdf Consultado el 21/06/2016.

¹³ Los comunicados de AMARC-Argentina, FARCO y RNMA sobre el DNU 267 están disponibles en: <http://amarcargentina.org/comunicados/page/2/>, <http://www.rnma.org.ar/documentos/comunicados/2909-el-cambio-es-aplicar-la-ley>, http://www.farco.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=4462:fuerte-rechazo-de-redes-de-medios-comunitarios-y-cooperativos-y-carreras-de-comunicacion&catid=42&Itemid=236. Consultadas 21/06/2016.

¹⁴ http://www.farco.org.ar/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=42&Itemid=236 Consultado 21 junio 2016. <http://www.radiodelaazotea.com.ar/destacadas/los-medios-comunitarios-pedimos-una-respuesta/> Consultado 21 junio 2016

fondos de fomento para los medios comunitarios, de frontera y de pueblos originarios (art. 97, inciso f). Como respuesta, las autoridades de ENACOM aseguraron que sostendrían las convocatorias a concursos. Ante la falta de acciones concretas, el 4 de mayo el mismo espacio hizo una presentación ante el organismo para demandar la urgente ejecución de los fondos adeudados y su actualización acorde a los índices de inflación¹⁵.

Integrantes de medios comunitarios también expresaron conjuntamente ante la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual su preocupación por las nuevas medidas y sus consecuencias. En especial, en lo relacionado a la distribución de la pauta oficial, demora en el pago de fomentos y en otorgamiento de licencias y el aumento de tarifas de servicios¹⁶.

Interredes también acompañó el proyecto de ley presentado por legisladores porteños del Frente para la Victoria¹⁷ para que el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires entregue una compensación económica a las radios, televisoras y productoras comunitarias de esa ciudad con un piso del 50 por ciento de la diferencia entre lo pagado antes y después de los aumentos en la energía eléctrica. Este espacio también convocó a la actividad cultural frente a ENACOM realizada el 18 de abril para exigir la habilitación definitiva de los canales sin fines de lucro Barricada TV, Urbana TV y Pares TV, quienes resultaron adjudicatarios de frecuencias para la televisión digital abierta. Del mismo modo, Interredes repudió en un comunicado la retención de los equipos de transmisión de Antena Negra TV en el marco de un proceso judicial en curso¹⁸.

Por otra parte, AMARC-Argentina y FARCO acompañaron la presentación realizada por la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) para demandar respuestas al Estado argentino por el decreto 267. De hecho, un representante de FARCO, Néstor Busso, habló en nombre de las radios comunitarias en la audiencia pública convocada por el organismo continental el 8 de abril en respuesta a aquella presentación.

Si bien cada red mantiene su independencia de acción, sus representaciones y sus dinámicas de articulación diferenciadas¹⁹, Interredes se constituyó como una herramienta práctica para potenciar las acciones coyunturales específicas sobre

¹⁵ <http://www.radiokermes.com/index.php/noticias/economia/item/5023-medios-comunitarios-exigen-el-cumplimiento-de-la-ley-de-medios-y-los-pagos-del-fomeca-es-un-ley-que-todavia-existe> Consultado 21 junio 2016.

¹⁶ <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/distribucion-pauta-oficial-demora-pago-fomentos-comunicacion-y-otorgamiento-licencias-y-aumento-0> Consultado 23 junio 2016.

¹⁷ Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B7dIA6Kk1uxFdG1URDI4UFhLTkk/view?pref=2&pli=1> Consultado 21/06/2016.

¹⁸ Ver en: <http://www.rnma.org.ar/documentos/comunicados/3087-comunicado-interredes-por-antena-negra-tv> Consultado 21/06/2016.

¹⁹ La participación en las redes no es excluyente. Hay medios que participan en más de una red.

problemáticas generales y urgentes que afectan a los medios del sector (demanda por FOMECA, reclamos por Antena Negra TV o por las televisoras en la grilla de la TDA).

Por otro lado, la Coalición por una Comunicación Democrática se presenta como un espacio más amplio que incluye a otros sectores como sindicatos, universidades y organismos de DD.HH en el que AMARC-Argentina y FARCO tienen participación notoria en la búsqueda de generar condiciones de incidencia en futuras legislaciones y políticas en la materia. Esto se observó en la reunión de la CCD en la Ciudad de Buenos Aires el 3 de marzo pasado donde se terminaron de definir los "Nuevos 21 puntos por el derecho a la comunicación", en cuya redacción estas redes tuvieron visible incidencia²⁰. Este protagonismo de ambas redes también se comprobó en la reunión de la Comisión de Comunicaciones e Informativa de la Cámara de Diputados a la que fueron convocadas el 10 de mayo por la comisión redactora de la norma llamada a reemplazar la LSCA. La actividad de FARCO y AMARC-Argentina en estos espacios no resulta una novedad si se considera que ambas redes protagonizaron los encuentros de la Coalición durante el proceso de discusión pública y parlamentaria sobre la LSCA durante 2009 (Segura, 2011).

Consideraciones finales

El análisis de coyuntura realizado permite identificar una tendencia con líneas claras que debería ser confirmada con el correr del tiempo.

Por un lado, es posible confirmar que la re-regulación del sector audiovisual beneficia intereses de actores comerciales dominantes del mercado. La actividad del Estado facilita las condiciones de negocios de estos actores. Al mismo tiempo, se observa una renuencia a la acción e intervención decidida a favor de otros actores mediáticos como los sin fines de lucro. Por lo tanto, hasta el momento, no se observa un Estado comprometido con la generación de condiciones para fomentar la diversidad y pluralidad del sistema mediático, sino, por el contrario, un Estado que interviene en el sistema mediático para generar condiciones para la concreción de negocios y la obtención de mayores rentabilidades por parte de los actores privados²¹.

²⁰ Los representantes formaban parte de la mesa redactora, revisora y organizadora de las presentaciones.

²¹ Esta concepción ya se prefiguraba en los propósitos enumerados por el jefe de Gabinete, Marcos Peña, para justificar el DNU 267: "Sacar los cepos a la industria para que se pueda modificar y mejorar la necesidad de inversiones y que haya un contexto de competencia en el sector". Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1858248-marcos-pena-se-termina-la-guerra-del-estado-contra-el-periodismo>. Consultado el 11/07/2016. Esta concepción responde a la noción del Estado como

Por otro lado, cada red de medios comunitarios mantiene su independencia de acción, sus representaciones y sus dinámicas de articulación diferenciadas, al tiempo que se articulan entre sí en el Espacio Interredes y con otras organizaciones sociales en la Coalición por una Comunicación Democrática. Interredes y la Coalición se presentan como herramientas de articulación diferentes, pero complementarias de los medios sin fines de lucro para interpelar a la sociedad en su conjunto y a los distintos organismos del Estado. Mientras Interredes funciona como canal para compartir información específica y articular acciones urgentes, la CCD se constituye en el agrupamiento estratégico multisectorial con la pretensión de incidencia en el mediano y largo plazo en el extenso campo de las comunicaciones. Las demandas y propuestas de estas entidades reivindican el rol activo del Estado como regulador de los servicios de comunicación audiovisual y garante del derecho humano a comunicar. Por lo tanto, exigen al Estado que establezca medidas para hacer efectivos los principios de diversidad, pluralismo, acceso y participación social en los sistemas mediáticos. En particular, reclaman continuar y profundizar los procesos de legalización y las políticas de fomento de los medios comunitarios, alternativos y populares.

Desde finales de los años ochenta las emisoras comunitarias, populares y alternativas se han desarrollado desde condiciones de desigualdad no sólo jurídica sino también económica. Gestadas y gestionadas en su mayoría por campesinos, indígenas, estudiantes, vecinos de barrios empobrecidos o de pequeños pueblos, han nacido con escasas inversiones iniciales, sus producciones no han perseguido el lucro y, generalmente, se han orientado a públicos con baja capacidad de consumo. Desde estas condiciones económicas, el protagonismo de estas radios y televisoras en el sistema de medios de comunicación encuentra un obstáculo. Si sus sostenibilidades económicas quedan libradas exclusivamente al mercado, probablemente el resultado no sea favorable, pues las industrias culturales tienden "naturalmente" a la concentración dadas las inversiones iniciales que requieren, los riesgos que suponen respecto de su demanda y la propensión a la expansión en escala por sus bajos costos marginales de producción (Becerra y Mastrini, 2003). De ahí se deriva la necesidad de implementar un conjunto de políticas públicas – algunas de ellas ya previstas en la LSCA- que permitan promover y fortalecer a aquellos actores que históricamente han sido discriminados o que, por su posición en la estructura social, se encuentran en situación de desigualdad para el ejercicio del derecho a la libertad de expresión. En otras palabras, el fortalecimiento de los medios sin fines de lucro, necesario para la construcción de un sistema de medios

asegurador del "entorno habilitador" que aparecía con fuerza en la Declaración Final de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (Mastrini y De Charras, 2004).

caracterizado por la diversidad y el pluralismo, requiere de activas políticas públicas.

Referencias Bibliográficas

- Becerra, M. (2016) "Restauración", en: Quipu: políticas y tecnologías de la comunicación. Disponible en:
<https://martinbecerra.wordpress.com/2016/01/14/restauracion/>
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2003) "La concentración de las industrias culturales como dilema para el pluralismo: consideraciones desde América Latina", en: AA.VV., *Veedurías y Observatorios. Participación social en los Medios de Comunicación*, Buenos Aires, Ediciones La Tribu.
- Becerra, M. y otros (2016) "Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina", en: Segura, M. S. y Weckesser, C. (edits.) (2016) *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*, Editorial de la UNC, Córdoba, págs. 153-164. Disponible en:
<http://democratizarcomunicacion.eci.unc.edu.ar/files/Segura-y-Weckesser-2016-Los-medios-sin-fines-de-lucro-entre-la-ley-audiovisual-y-los-decretos.pdf>
- Burgos, R. (comp.) (2015) *Comunicación popular y alternativa en contextos de frontera. Mapeo de actores y experiencias en sectores populares de Salta*, UNSa, Salta.
- Kejval, L. (2013) *Significaciones en torno a las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas*, tesis de Maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, Buenos Aires.
- Kejval, L. y Ávila Huidobro, R. (2016) "Las audiencias de las radios populares y comunitarias en el Sur de la provincia de Buenos Aires", en: Segura, M. S. y Weckesser, C. (edits.) (2016) *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*, Editorial de la UNC, Córdoba, págs. 165-180. Disponible en:
<http://democratizarcomunicacion.eci.unc.edu.ar/files/Segura-y-Weckesser-2016-Los-medios-sin-fines-de-lucro-entre-la-ley-audiovisual-y-los-decretos.pdf>
- Loreti, D. y otros (2016) "Divergencias ante la convergencia: Tensión entre principios, realidades y derechos. Consideraciones político-técnicas sobre el documento de la Comisión Redactora "Los 17 principios que regirán la Ley de Comunicaciones Convergentes", en: Señales, Buenos Aires, 9 de julio. Disponible

en: <https://seniales.blogspot.com.ar/2016/07/divergencias-ante-la-convergencia.html>

- Mastrini, G. y De Charras, D. (2004) "20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI", en: *Congreso de IAMCR*, Porto Alegre.
- Segura, M. S. (2011) "La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática", en: *Argumentos. Revista de crítica social*, 13, octubre.
- Segura, M. S. y Weckesser, C. (eds.) (2016) *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*, Editorial de la UNC, Córdoba, págs. 139-152. Disponible en: <http://democratizarcomunicacion.eci.unc.edu.ar/files/Segura-y-Weckesser-2016-Los-medios-sin-fines-de-lucro-entre-la-ley-audiovisual-y-los-decretos.pdf>
- Urioste, J. (2016) "A seis años de la Ley Audiovisual: las nuevas radios comunitarias de Córdoba", en: Segura, M. S. y Weckesser, C. (eds.) (2016) *Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*, Editorial de la UNC, Córdoba, págs. 139-152. Disponible en: <http://democratizarcomunicacion.eci.unc.edu.ar/files/Segura-y-Weckesser-2016-Los-medios-sin-fines-de-lucro-entre-la-ley-audiovisual-y-los-decretos.pdf>
- Vinelli, N. (2016) "El diálogo como simulacro. Radiografía de los medios independientes tras el primer semestre de la gestión macrista", en: *Revista Zoom*, Buenos Aires, 27 de junio. Disponible en: <http://revistazoom.com.ar/el-dialogo-como-simulacro/>