

*VI Bienal Iberoamericana de Comunicación, Córdoba, septiembre 2007*

## **Los ciudadanos interpelados por nuevos sistemas y prácticas de comunicación: actualizando la agenda de políticas democratizadoras.**

por Lic. Diego Damián Rossi <sup>1</sup>

Nos introducimos en la discusión sobre la constitución de un proyecto posneoliberal en Argentina, que en el campo social estaría recuperando nociones más amplias de ciudadanía sobre prácticas que retoman la reivindicación de derechos políticos y sociales superadoras de la búsqueda de inclusión y reconocimiento por consumo.

Registrando la hegemonía discursiva del proyecto de la Sociedad de la Información, como mirada relativamente complaciente ante las implementaciones tecnológicas en el campo de la radiodifusión y las telecomunicaciones, se analizan los impactos del desarrollo en las últimas dos décadas de sistemas de televisión por pago, y de transmisión digital de datos, voz y contenidos orientados a la convergencia, ante un marco de alta concentración en la prestación de servicios, y con débiles o ausentes políticas públicas democratizadoras.

Tras ponderarse la evolución de la disponibilidad de información pública, de contenidos diversos, y el impacto de nuevos vínculos establecidos entre las personas como sujetos sociales a través de las nuevas tecnologías (programación de señales audiovisuales; e-gobierno, foros y diversas aplicaciones sobre la base de Internet), cuestionaremos las argumentaciones que explícita o implícitamente avalan a la potencial maximización del acceso tecnológico como vía para reducir la brecha digital y la exclusión social, así como a la "ciudadanía digital" como forma de licuar la marginación en las prácticas de comunicación participativa (¿del simulacro del ciudadano consumidor hacia una ciudadanía emancipatoria?).

Por último, se sistematizan lineamientos para una urgente agenda de políticas públicas que promuevan la (re)configuración de vínculos sociales y que garanticen niveles mínimos de participación y representación de actores sociales no corporativos en las políticas del sector.

---

<sup>1</sup> Jefe de Trabajos Prácticos, Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Fac. Cs. Sociales, UBA.



## **Identidad y ciudadanía**

Desde el análisis político, ciertas miradas esperanzadoras sobre la constitución de un proyecto posneoliberal en Argentina, postulan que el campo social estaría recuperando nociones más amplias de ciudadanía sobre prácticas que retoman la reivindicación de derechos políticos y sociales superadoras de la búsqueda de inclusión y reconocimiento por consumo (Nosetto y otros: 2006). Interpelar a esta aseveración nos permite indagar sobre las limitaciones y posibilidades de re-constitución de identidades políticas de acción colectiva, en un marco de hegemonía discursiva del proyecto de la Sociedad de la Información en diversas áreas de gobierno y académicas que abordan el campo de los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs).

Coincidimos en primera instancia con los estímulos que el multiculturalismo permite infundir a los análisis de participación de movimientos sociales: “El ejercicio de la ciudadanía ha desbordado la estrecha esfera de la titularidad y ejercicio de los derechos civiles y políticos de carácter universal íntimamente relacionados con el sistema de gobierno y la estructura social y económica de un país, para complejizarse y expandirse, incorporando la problemática de la diversidad y la diferencia...” (Mata (2002), Barbero (2002) entre otros).

Asumimos que los procesos y redes de comunicación son fundantes de la ciudadanía, en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas.

De los estudios de la comunicación de masas aún en tiempos de crisis del Estado de bienestar y los modelos de servicio público del audiovisual europeo, podemos sintetizar en una ya tradicional definición de la publicidad política: “una sociedad de los públicos, donde los individuos aceptan un rol genérico diseñado desde el mercado mediático, el cual es significativo referente identitario”. (Ferry: 1992).

Producto de las tentaciones mediocéntricas, hace dos décadas debía advertirse que la comunicación en la sociedad no pasa sólo por los medios, sino también y sobre todo por los colectivos y grupos sociales. Sin embargo, actualmente un encandilamiento ante los procesos de customización a través de la hipersegmentación de sistemas de provisión de contenidos y el fomento de comunidades de redes virtuales de comunidades de intereses, no debería perderse de vista que más allá de la explosión de nuevas formas de contacto tecnológico, los sistemas de socialización y toma de decisiones siguen articulados en torno a las instituciones de la modernidad.

Y, por sobre los soportes de comunicación masiva hegemónicos de los que se trate, retomamos el carácter relacional de las identidades: “el ser públicos deviene una condición disciplinada que supera el mero consumo y/o recepción de medios o bienes culturales. Una condición que implica la aceptación de constantes sistemas de interpelación mediados técnicamente como vías de construcción de colectividades o comunidades, es decir como vías de inclusión social. Además implica el reconocimiento de una capacidad preformativa en la aceptación o rechazo de las interpelaciones recibidas: la capacidad de legitimar al interpelante y de crear las condiciones básicas que aseguran la eficacia de su interpelación”. (Mata: 2002).

En el análisis del proceso de políticas públicas de los sectores audiovisual y de telecomunicaciones en Argentina, continuamos identificando serias limitaciones resultantes del proyecto neoliberal y su articulación con los postulados “políticamente correctos” del proyecto de la Sociedad de la Información, al menos en estos dos aspectos:

- a) el sostenimiento de una arena restringida de debate de políticas públicas, donde a una necesidad de concurrencia de miradas transversales se responde con opacidad en la toma de decisiones y discursos superficiales que adhieren a un repertorio de buenas intenciones.
- b) el apogeo de concepciones liberales del concepto de ciudadanía, tanto en el proceso de gestión de las políticas públicas, como en diversos actores no gubernamentales.

### **Tecnologías e inclusión por consumo**

¿Deberíamos tener una mirada relativamente complaciente ante las implementaciones tecnológicas en el campo de la radiodifusión y las telecomunicaciones, cuando las tendencias del desarrollo en las últimas dos décadas de sistemas de televisión por pago, y de transmisión digital de datos, voz y contenidos orientados a la convergencia han tendido primero a resolver “necesidades” de públicos con demanda solvente, eludiendo mecanismos de inclusión o garantías de servicio universal?

Ante un marco de alta concentración en la prestación de servicios, y con débiles o ausentes políticas públicas democratizadoras, se hará un breve repaso de las implementaciones tecnológicas sobre los ejes de acceso, participación y servicio universal.

### **Acceso**

En materia de televisión abierta, con la “subida” al satélite de las señales (generalizada a principios de los '90 en América Latina), el primer nivel de acceso **-que cualquier habitante pueda disponer de y elegir entre diversas formas de comunicación masiva-** estaría *virtualmente* cubierto. Sin embargo, atendiendo a las particularidades geográficas y económicas (aún en 2007 no hay recepción por aire en todo el territorio ni siquiera del canal 7 estatal, y no todos disponen de antenas parabólicas o equipos necesarios para bajar las señales, si es que éstas no están codificadas), podemos afirmar que siguen existiendo grupos poblacionales en zonas de baja densidad urbano-rural excluidos de la posibilidad de recibir audiovisual que no sea de pago.

Respecto de la diversificación de la oferta mediática (que fue y continúa siendo el leit-motiv de los sistemas competitivos basados en lógicas comerciales), también verificamos que sobrepasando a las débiles legislaciones antimonopólicas vigentes, persisten las tendencias a la concentración tanto en producción como en distribución audiovisual, lo cual reduce la variedad de las ofertas.

**Mientras durante los '90, se multiplicaron para el receptor las posibilidades de recibir distintos medios de comunicación audiovisual, por medio de la televisión satelital de difusión directa, o bien por los servicios de televisión por cable, el incremento en las posibilidades de acceso no resultó igualitario, sino que generó mayores brechas en las**

**capacidades de recibir información y entretenimiento.** El desarrollo de servicios de TV por cable, por ejemplo, se efectuó a través de abonos, que en la actualidad ofrecen distintas opciones a los clientes del servicio -abono básico, abono premium, pay-per view y abonos especiales (además del “doble o triple play” actualmente en debate). Esta brecha pre-digital se patentizó en todo el país excepto las principales áreas metropolitanas (uno o quizás dos canales de TV abierta vs. cincuenta señales de TV por cable, o más en servicios de TV satelital con distintos grados de codificación).

Cabe señalar que excepto honrosas excepciones de ciertos grupos vinculados a la comunicación alternativa o comunitaria, no hubo cuestionamientos públicos ante este modelo de despliegue de TICs en servicios audiovisuales de pago, por cuanto la ciudadanía naturalizó las brechas de acceso segmentadas por capacidades de consumo. Así como las privatizaciones de los canales 11 y 13 de Capital Federal en 1989 fueron ejemplificadoras y prepararon el terreno ideológico para el posterior proceso privatizador de empresas públicas prestadoras de servicios y liquidación de mecanismos de intervención estatal, deberíamos considerar el incremento del pago por “satisfacción de crecientes necesidades de sistemas de distribución y de contenidos audiovisuales” como antecedente de los contemporáneos desarrollos del denominado triple o cuádruple play (convergencia de servicios bajo un mismo prestador).

### **Representación y participación**

A los fines metodológicos de este trabajo, podemos agrupar a las formas actuales de representación política en al menos tres vertientes (Rossi: 2006):

- \* la delegación de la voluntad política de los votantes dentro de un sistema de democracia representativa (partidos políticos),

- \* la intervención de los ciudadanos en organizaciones de distintos sectores de la sociedad civil (trabajadores, movimientos sociales, asociaciones vecinales de fomento, deportivas o culturales, oyentes y televidentes, otras ONGs, grupos de acción pública globalizados o vinculados por Internet, etc.), o

- \* la concurrencia de las personas a un mercado de la información y a una arena política, mensurable a través del consumo y los sondeos de opinión pública (oyentes, televidentes, etc. con un mínimo nivel de organización).

Las dos primeras vertientes son señaladas por Moulián (1984) como necesarias para "vincular a la democracia con la construcción de una alternativa hegemónica". "Se hace necesario considerar a la democracia, *en cuanto es organización social de la libertad política y de la soberanía popular*, como un campo de constitución de sujetos múltiples". Extrapolando este pensamiento a la situación mediática, podemos afirmar que si se promueve la intervención de distintos sectores de la sociedad civil en los medios de radiodifusión, estaremos más cerca de una "multiplicidad que permite la manifestación de la totalidad de los conflictos, expresiones de masas y universos culturales que pueblan la sociedad" (Moulián: op cit).

Esta valoración del antagonismo, como condición propia de una democracia social, debe ser tenida en cuenta, ya que “reciprocidad y hostilidad no pueden ser disociadas” (Mouffe; 2007) excepto que se adopte una concepción restringida de pseudo consenso racional universal donde se pretenda eludir el debate de diferentes proyectos hegemónicos por una silenciada ausencia de alternativas.

Sin embargo, la tercera vertiente de construcción de representación, que es puesta en práctica permanentemente dentro de formas de democracia liberal a través de consultas y sondeos a individuos, adquieren una falsa legitimidad como base para comunicar y performar decisiones de políticos, gobernantes y ciudadanos. Indicadores surgidos de encuestas de opinión, del rating o de ranking de ventas operan imaginariamente como recurso efectivo de intervención en la toma de decisiones en el ámbito institucional y en el espacio del mercado.

Juan Enrique Vega, citado por Mata (2002) analiza esta operación: “la asimilación de la idea de comunidad política a la de mercado de ciudadanos ha conducido a que la discusión sobre los bienes públicos cada vez más se asemeje a una elaboración de ofertas en que el mismo ciudadano es entendido simplemente como consumidor” lo que lleva a que la política desaparece como forma de cuestionamiento de los ordenamientos establecidos. “La gestión será el nuevo nombre de la política, con el cual se estigmatiza la confrontación”. En este sentido, la política corre el riesgo de ser reconfigurada sólo como esfera y práctica de articulación entre demandas y satisfacciones, donde el político–representante es interpretante de las contingencias, necesidades y problemas particulares de cada individuo-ciudadano. Se anula la corresponsabilidad a través de una corresponsalidad.

Si “la política es el lugar por excelencia de la eficacia simbólica, acción que se ejerce por signos capaces de producir cosas sociales, y en particular grupos” (Bourdieu: 1995), y actualmente estamos viviendo una fuerte secularización, con conductas utilitarias y la ausencia de legitimidades comprensivas, **“el discurso político pierde la capacidad de anclar la representación simbólica del orden social en la institución” y se reestructuran los límites entre lo privado y lo público, lo político y lo técnico, el ciudadano y el consumidor.**

Entra en crisis la escena que hacía posible a la representación y por ende, los rituales de asignación de sentido a la acción política. Las comunicaciones masivas y las TICs se despliegan entonces, vinculando nuevos sujetos sociales o de comunidades de prácticas, entre identidades globales desterritorializadas y agregamientos políticos localizados. Lo global-local opera fuertemente en las identidades colectivas, ante un erosionado Estado nacional que aún perdiendo legitimidad y centralidad continúa articulando las principales decisiones y políticas públicas.

### **Servicio Universal: garantía de derechos**

La definición más corriente a nivel internacional referencia actualmente al *servicio universal* como la garantía del acceso de todos los ciudadanos, no sólo al servicio básico de telecomunicaciones, sino también a una red inteligente y a un paquete de servicios esenciales que incluyen servicios de touch-tone, emergencias, información pública, llamadas de larga distancia subsidiadas para personas con bajos ingresos, tarifas de precio *razonable*, y conectividad preferencial para entidades educativas y bibliotecas.

En el marco normativo de las telecomunicaciones en Argentina, el Fondo de Servicio Universal destinado a proveer recursos a este fin, fue inexplicadamente demorado entre el año 2000 y 2007, y escandalosamente

“perdonado” con retroactividad. Es decir que las disparidades o brechas de conectividad y condiciones del servicio sólo se resolverán según el caprichoso movimiento de los oligopolios, o bien con los distorsivos “atajos” de la explosión del consumo de telefonía celular.

Ante la pérdida de este proyecto de inclusión social vinculado al soporte de NTICs, cabe reflexionar aún desde un esperanzador panorama de “posneoliberalismo”: ¿cuál ha sido el avance del proceso de “captura” de las agencias de regulación por los operadores regulados?. Más aún, si “el contacto frecuente entre entes y empresas reguladas, y la mayor capacidad de presión empresaria originada en la disponibilidad de recursos técnicos y de información configuran una situación de sobrerrepresentación de los intereses de los operadores privados en el proceso de regulación” (Thwaites Rey y López: 2003), hasta qué punto esto inhibió iniciativas de políticas y normativas democratizadoras desde agencias estatales, y el involucramiento de otros actores sin “particularismos economicistas”?

Como veremos, los valores de universalidad en la prestación del servicio se hacen extraños, no sólo para las telecomunicaciones, sino también para la televisión, con los antecedentes de los sistemas de TV de pago, y de cara a un “apagón analógico” a mediano plazo.

### **¿Qué sujetos sociales participan? ¿De qué participación se trata?**

Además de las dimensiones civiles, políticas y sociales de la ciudadanía, rescatamos la dimensión de los **derechos culturales de la ciudadanía** desagregados en: derecho a la información, derecho a la experiencia, derecho al conocimiento y derecho a la participación (Murdock: 1999).

Un somero análisis de la radiodifusión en Argentina permite afirmar que la participación de grupos sociales o de una pluralidad de voces sin condicionamientos económicos resulta prácticamente nula en cuatro aspectos fundamentales: la producción de la programación; el debate y los mecanismos de calificación o control de contenidos; la dirección o asesoramiento de las emisoras públicas o estatales; y la planificación del sistema en su conjunto (Rossi: op. cit).

Respecto del derecho a la experiencia, probablemente sea éste el mejor garantizado por el desarrollo de las NTICs: “los ciudadanos tienen derecho a acceder a la representación lo más diversificada posible de la experiencia personal y social. Mientras la información televisiva ha sido la reserva primaria de los programas de actualidad la exploración de la experiencia ha sido principalmente a través de la ficción” (Buonanno: 2002). Es decir que en la ficción, la calidad y la capacidad de contar historias diversas no deberían estar jaqueadas por el modelo de mercado-rating únicamente para no ocluir representaciones minoritarias o visiones alternativas a los lugares comunes de las producciones televisivas estandarizadas. En este marco consideramos una interesante apertura a las experiencias de publicación de producciones en diversos sitios de la web.

En una apretada síntesis, merecen destacarse entre las redes virtuales, iniciativas generadas por empresas, fundaciones, asociaciones civiles y algunas agencias públicas con “buenas prácticas de e-gobierno”:

\* la multiplicidad de formatos de blogs, sean estos periodísticos o de diversas comunidades de intereses;

- \* las prácticas de hipertexto o videos basadas en el criterio “wiki” (originado en la Wikipedia) sobre criterios de escritura colaborativa y abiertos en la acumulación de información –no necesariamente política-;
- \* los diarios on line, que incorporan secciones de comentarios, accesos para incorporar información, documentos, fotos, videos, foros, chats, etc.;
- \* la facilidad de alojamiento de videos en la red, y motores de búsqueda como YouTube, Google, y otros no tan conocidos como Miro (ex Democracy Player) que prometen “la televisión del futuro: personalizada y programada por el espectador”.

## ¿Democratización a través de las NTICs?

### El discurso de la refundación político-digital versus las prácticas político-institucionales

El vertiginoso crecimiento de Internet, como plataforma de acceso universal y propiedad diversificada, se constituyó al calor de tres factores fundamentales que operan sobre las tecnologías de la información y las comunicaciones: el político (una acción deliberada por parte de los países más desarrollados para establecer un nuevo marco de actuación liberalizado en el sector de las telecomunicaciones), el tecnológico (la eclosión de nuevas tecnologías que generó una cantidad insospechada de nuevos servicios digitales e interactivos circulando por las redes de telecomunicaciones), y el estratégico o de reorganización sectorial (la convergencia de varios sectores que venían funcionando separadamente: telecomunicaciones, informática, medios de comunicación, ocio, etc.). Coincidimos con Bolaño (2000) en señalar que este desarrollo no altera significativamente a los procesos de dominación política, explotación económica y reproducción de la forma capitalista. Sin embargo, **“el aspecto más interesante de Internet es su aspecto *potencialmente democratizador de la información y promotor de una comunicación horizontalizada*”, a partir de una interactividad que no deviene automáticamente en igualitarismo, pero coloca a la orden del día la cuestión de la acción solidaria de la sociedad civil y de sus organizaciones en la búsqueda de un ordenamiento más justo y de mayor autonomía en relación con el capital y el Estado.**

Abrevando en cualidades éticas, ciertos autores destacan actitudes “autónomas de los cibernautas respecto de las autoridades estatales” marcadas por “el ejercicio de una ciberciudadanía activa, responsable y comprometida” ***dentro de la red*** (Pérez Luño: 2004). Aún valorando estas acciones debemos tener en cuenta que la construcción o el fortalecimiento de la democracia es obra de los ciudadanos en múltiples espacios: la Internet ayuda, pero no sustituye a los mecanismos hasta ahora convencionales para la creación o modificación de consensos en las sociedades modernas.

Los espacios para la deliberación y el intercambio sobre cuestiones de la política son minoritarios dentro de la Internet, cada vez más explotada como soporte de emprendimientos comerciales de la más diversa índole (recreación, ocio, sexo, información especializada, vínculos sociales...). A pesar de su creciente masividad, la red, no se configura como vehículo común a todos los ciudadanos, ni sus portales se configuran como ágoras públicas.

Los escritos sobre acceso y participación en Internet oscilan entre la euforia del “ciudadano paparazzi” hasta la constatación de una inmensa mayoría



voyeurista donde “las webs participativas se disparan en visitas pese a la escasa implicación del usuario”<sup>2</sup>

**Desde luego, el uso de Internet puede contribuir a la eficiencia y la transparencia de la gestión de los gobernantes (accountability vertical), y a “radicalizar” la democracia, generando aspectos novedosos de participación con menor representación o delegación en esferas globales o locales (acciones de grupos de presión vía e-mail; eliminación de intermediarios para reclamos vecinales, informaciones de gestión; ámbitos más horizontales de discusión y/o aprendizaje; recolección de fondos para campañas), aunque hasta ahora, su aprovechamiento y las garantías proporcionadas por el Estado para que todos los ciudadanos puedan utilizarla, deben recorrer un largo camino.**

Como si el ámbito de la web sirviera de nueva plataforma para ejercer una *relativa autonomía social* (Garreton: 1995) al mundo no vinculado a través del ciberespacio, algunos grupos han generado documentos, como la Carta de los Derechos de los Ciudadanos Digitales<sup>3</sup>, que establece a falta de un plan nacional de la sociedad de la información, la “construcción de la Sociedad del Conocimiento a partir de un trabajo en red, de manera horizontal, similar al concepto mismo de la web, más abierta” sobre cuatro derechos fundamentales: derecho al acceso (Internet para todos, con la mayor inclusión posible y redes de banda ancha), derecho de apropiación (conocimiento democrático con educación y formación que permita el uso de herramientas y aplicaciones informáticas y de comunicación), derecho de privacidad de los datos on line, y derecho a la participación (ampliar la toma de decisiones a partir del uso de plataformas y medios tecnológicos, plasmando mecanismos de democracia semidirecta dentro del concepto de gobierno electrónico).

Entendemos que conceptos como la “ciudadanía digital” no puede estar al servicio de licuar la marginación en las prácticas de comunicación participativa (¿del simulacro del ciudadano consumidor hacia una ciudadanía emancipatoria?).

**En contrapunto con el optimismo a ultranza de Nicholas Negroponte, quien interpreta que a través de Internet se está configurando un mundo más vasto y multicultural, o de Jon Katz (1997), quien sostiene una refundación de la Nación Digital a través de la re-creación de nuevas prácticas políticas por los usos de la Red, sostenemos que al menos en Argentina los flujos de información y comunicaciones, y las ofertas de bienes y servicios a través de la red mantienen un desequilibrio geográfico, lingüístico y sociocultural cuya descripción bien podría actualizar los diagnósticos de concentración y dependencia de los clásicos postulados de las PNCs.**

**La disponibilidad de información ha crecido exponencialmente en la Web. Quienes tienen la capacidad y la posibilidad de navegar, pueden**

---

<sup>2</sup> En [www.elpais.com](http://www.elpais.com), 13/8/2006 y 21/4/2007 entre otras publicaciones.

<sup>3</sup> Semejante a la carta de los ciudadanos digitales firmada por la Unión Europea (Lyon, 2003), el documento fue promovido en diciembre de 2005 por tres asociaciones civiles, y suscripto además por un grupo de empresas vinculadas a la Cámara Argentina de Informática y Comunicaciones (CICOMRA), algunas intendencias con proyectos de ciudades digitales, entre otros. El entrecomillado es de declaraciones de Alejandro Prince, en Infobae Diario, 16/12/05.

personalizar su programación, producir contenidos, y generar vínculos anteriormente imposibles de resolver. Sin embargo, estas prácticas de grupos de personas de la sociedad civil, aún no han transmutado ni conmovido a los sectores de poder, ni a los mecanismos usuales de (no) generación de políticas o prácticas participativas.

Las repercusiones sociopolíticas de las nuevas tecnologías dependerán de la proliferación de políticas amplias de inclusión social, y de formas de uso de la red no comerciales que superen a los parámetros de publicidad y marketing que terminaron ahogando a las funciones cívicas otrora atribuidas a los tradicionales servicios de radiodifusión.

Persiste un supuesto nunca demasiado explicitado: que la función social de los sistemas de comunicación se deriva de las capacidades tecnológicas desplegadas y promovidas por los licenciarios o prestadores de servicios en competencia. La escasa planificación de estrategias y el débil control de la normativa parecen ser las causas vergonzantes de la falta de convocatoria para generar un marco de políticas en amplio diálogo con los actores sociales del país.

### **Políticas oportunas y lineamientos deseables**

Durante estos cuatro años de gobierno de Kirchner, la política de medios audiovisuales no se preocupó por recrear el “como si” de la representación al estilo del gobierno de la Alianza, que había generado una serie de audiencias públicas para considerar un proyecto de ley de radiodifusión que cuando entró al Congreso ya estaba deslegitimado por el erosionado proceso que culminó en diciembre de 2001.

Mientras tanto, no tuvo la grandeza de promulgar la Ley RTA (veto del 31 de diciembre de 1999)

Hasta 2007, no hubo representación de búsquedas de consenso hacia formas de articular participación en la toma de decisiones: paradójicamente, el Presidente no decidió fortalecer su base de reconcomiento como el “articulador de la unidad” tras la crisis político-institucional de 2001-2002, sino como el “hábil y certero decisor para encarrilar un país en serio”.

Dos normas que marcaron la imposibilidad de generar una nueva matriz de políticas: Ley 25.750 de preservación de bienes y patrimonio cultural, de 2003 y decreto 527/05, que suspende los plazos de vencimiento de licencias de radiodifusión por diez años. En este marco, debe entenderse el bajo impacto de la ley que finalmente permite a las personas jurídicas sin fines de lucro ser licenciarios, siguiendo la jurisprudencia reciente de la CSJN.

Para superar las “garantías liberales” que parecen limitar el juego democrático al ejercicio de los derechos del consumidor y/o las demandas para la defensa de la competencia, proponemos acciones que **densifiquen y doten de nuevo sentido a las prácticas políticas y de intervención social**, respecto de las formas de representación, participación y ejercicio de derechos ciudadanos en materia de decisiones sobre políticas públicas, producción de contenidos audiovisuales, configuración y uso de vías de acceso institucional para la regulación y control de los servicios.

**Principales acciones afirmativas recomendadas a nivel nacional como políticas de promoción de la diversidad cultural y la constitución de ciudadanías democratizadoras** (retomando a Gómez: 2005):

- o Fortalecer estímulos a la producción de contenido local y nacional, y a la pluralidad de voces e informaciones;
- o Establecer medidas proactivas en el ámbito de la difusión (cuotas de pantalla), distribución y el marketing para el desarrollo de las industrias culturales;
- o Fortalecer los medios de comunicación públicos, brindando infraestructuras y recursos suficientes para desarrollar su trabajo en el marco de un sistema de gestión complementaria de servicio público.
- o Establecer límites efectivos a la concentración de propiedad y la centralización de contenidos en los medios de comunicación;
- o Establecer límites al cruzamiento en la propiedad de medios en distintos soportes tecnológicos de forma de controlar la expansión de los multimedia;
- o Reformular hacia estructuras colegiadas y representativas, y otorgar potestades suficientes a los organismos reguladores de radiodifusión y telecomunicaciones para una efectiva planificación y fiscalización.
- o Incorporar a actores de la sociedad civil en la elaboración, definición e implementación de políticas políticas de información y comunicación, y en el control social de los medios e industrias culturales.
- o Reconocer y promover a los medios comunitarios y otras formas no comerciales, tanto en radiodifusión como en otras TIC;
- o Generar un nuevo marco regulatorio de radio y TV (analógica y digital) para establecer entornos favorables que aseguren un acceso en igualdad de oportunidades a las TIC de todos los sectores sociales, en especial los más vulnerables;
- o Implementar planes técnicos de asignación de frecuencias para medios públicos, comunitarios, educativos y otros no comerciales;
- o Elegir la norma de radiodifusión digital que se utilizará a nivel nacional tomando en cuenta su aporte a una democratización y diversidad de opciones y no a una mayor concentración.

AGUILAR VILLANUEVA, Luis (1984). Estado, régimen y sistema político; en VEGA, Juan E. (coord.) Teoría y Política de América Latina, CIDE, México.

ALBORNOZ, Luis (Coord.) (2000). Al fin solos ... La nueva televisión del Mercosur, Ediciones Ciccus-La Crujía, Buenos Aires.

AZPILLAGA P., MIGUEL J. Y ZALLO R. (2000). "Las industrias culturales en la economía informacional. Evolución de sus formas de trabajo y valorización", en Mastrini y Bolaño (eds.) "Globalización y monopolios en la Comunicación en América Latina", Ed. Biblos, Buenos Aires.

BARBERO, Jesús Martín (2002): Tecnicidades, identidades, alteridades. Des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. En Revista Diálogos N° 64, FELAFACS, Lima.

BECERRA, Martín (2003). Sociedad de la información. Proyecto, convergencia, divergencia. Editorial Norma.

BECERRA, Martín y MASTRINI, Guillermo (2004). La Sociedad de la Información en la Argentina: una mirada desde la economía política, en Covi Druetta, Delia (coord.): Sociedad de la información y el conocimiento: entre lo falaz y lo posible, La Crujía ediciones, Buenos Aires.

BOURDIEU, Pierre (1995). Espacio social y génesis de las clases, en "Sociología y cultura", Grijalbo, México.

BUONNANO, Milly (2002): Condiciones clave para el story-telling televisivo. Calidad, mediación, ciudadanía, en Revista Diálogos N° 64, FELAFACS, Lima.

CALETTI, Sergio (2000). Sobre globalidades, democracia y autoritarismos, mimeo.

CROVI DRUETTA, Delia (coord.) (2004). Sociedad de la información y el conocimiento: entre lo falaz y lo posible, La Crujía ediciones, Buenos Aires.

CUNILL GRAU, Nuria (1997). Repensando lo público a través de la sociedad, CLAD/Nueva Sociedad, Caracas.

FERRY, J.M. (1992): Las transformaciones de la publicidad política, en Ferry et al.: "El nuevo espacio público", Gedisa, Barcelona.

GARRETON, Manuel A.(1995): Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general, en VVAA: Los medios, nuevas plazas para la democracia, Calandria, Lima.

GOMEZ, Gustavo (2005): Amenazas y oportunidades para la diversidad cultural: la CMSI entre la OMC y UNESCO. IDRC- ITEM, Montevideo, Uruguay.

KATZ, Jon (1997). The digital citizen, Revista digital Wired. Disponible en <http://wired-vig.wired.com/wired/archive/5.12/netizen.html?pg=4&topic=>

LORETI, Damián (2005). América Latina y la libertad de expresión, Ed. Norma, Bogotá.

MANIN, Bernard (1992). Metamorfosis de la representación, en VVAA: "¿Qué queda de la representación política?", Nueva Sociedad, Caracas.

MATA, María Cristina (2002). Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación, en Diálogos de la Comunicación N° 64, FELAFACS, Lima.

MOUFFE, Chantal (2007): En torno a lo político. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

MOULIAN, Tomás (1984). Democracia y tipos de Estado: disquisiciones en dos movimientos, en Vega, J. (coord.): Teoría y política de América Latina, CIDE, México.

MURDOCK, Graham (1999): Rights and representations, en J. Gripsrud: Television and Common Knowledge, Routledge, London.

NOSETTO, Luciano y PISELLO, Laura (2006). La ciudadanía como proyecto posneoliberal. Más allá del ciudadano consumidor, en García Delgado y Nosetto (comp.): El desarrollo en un contexto posneoliberal, FLACSO-CICCUS, Buenos Aires.

PEREZ LUÑO, Antonio Enrique (2004). ¿Ciberciudadaní@ o ciudadaní@.com?, Gedisa, Barcelona.

PASQUALI, Antonio (2002). ¿Y por qué no una Sociedad de la Comunicación?, en EPTIC, Revista Electrónica de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, Vol, IV N° 2.

ROSSI, Diego (2006). Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados. Publicado por el Centro de Estudiantes de Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales U.B.A., Buenos Aires. Disponible en <http://catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos.htm>

ROSSI, Diego y MORONE, Rodolfo (2003). La viabilidad del gobierno digital en los municipios argentinos, ponencia presentada en las VII Jornadas de Investigadores en Comunicación Social, U. N. Del Comahue, Gral. Roca (mimeo).

THWAITES REY, Mabel y LOPEZ, Andrea (2003). Fuera de control. La regulación residual de los servicios privatizados. Temas Ed. Buenos Aires.

VV.AA. (2003). Veedurías y observatorios. Participación ciudadana en los medios de comunicación. Ediciones La Tribu, Buenos Aires