

**CIUDADANÍA COMUNICATIVA EN ARGENTINA**  
**Los Foros Participativos de Consulta Pública sobre la propuesta**  
**de proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**

*Víctor Humberto Guzmán*  
*Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)*

### **Introducción**

Este trabajo busca presentar la lectura de algunos resultados preliminares de la indagación acerca del proceso de disputa en torno a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. La ley, finalmente sancionada en 2009, se inserta en una larga discusión público-política que todavía no se encuentra saldada.

En este marco presentaremos un mapa general de las intervenciones puestas en escena en los llamados *Foros Participativos de Consulta Pública sobre la propuesta de proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* buscando abrir algunas líneas de reflexión en torno a la articulación entre comunicación y ciudadanía.

Ahora bien, la búsqueda de esta articulación, lejos de pretenderla específica de un campo de estudios de bordes bien definidos, la entendemos como central para una comprensión de las potencialidades y clausuras políticas de nuestras sociedades y el papel de los sujetos sociales en las definiciones de los marcos legales, lo que es decir, cuánta democracia es posible/necesaria. Pensamos con Caletti (2007), Mata (2006) y otros que el espacio público en nuestras sociedades mediatizadas se constituye en múltiples modalizaciones pero donde los medios masivos de comunicación son una de las "casi canónicas" (1) (Caletti, 2007:93). Entendemos entonces al espacio de lo público como aquél donde lo social y sus sujetos se vuelven visibles, como la instancia donde la sociedad misma se autorrepresenta. A su vez, vemos esta característica como la que posibilita a la constitución de los sujetos como sujetos políticos entendiendo por política al "litigio incesante entre *dicentes* por la representación de lo común" (Caletti, 2006: 65). Ahora bien, este litigio, en una sociedad democrática en sentido fuerte, no procedimental, se despliega a través de cualquiera de las modalidades que constituyen el espacio de lo público en torno a algún punto del futuro común de lo social.

Este modo de ser del espacio de lo público sumado a la presencia o ausencia de sujetos políticos (ciudadanos) que buscan intervenir para dar forma al establecimiento de las reglas a partir de las cuales el sistema de medios debe ordenarse es sustancial en términos democráticos. A su vez, pensamos que en el campo de las políticas culturales circulan ciertas miradas de algún modo pesimistas respecto a las posibilidades de intervención en ellas de elementos ajenos a, como dice García Canclini (2004), las empresas dueñas de las ondas electromagnéticas. El presente trabajo busca, de alguna manera, reflexionar acerca de la necesidad de esta deriva.

### Algunas vicisitudes de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

- 08/2004: Se pone en marcha en Argentina una iniciativa ciudadana que confluye en lo que se llamó la *Coalición por una Radiodifusión Democrática*. Ésta, se encontraba constituida por un amplio colectivo de ciudadanos y agrupaciones de diversos orígenes.

Este colectivo trabajó en la elaboración de un documento titulado *21 Puntos por una Ley de Radiodifusión de la Democracia* que, entre sus aspectos centrales, define la radiodifusión como derecho y no como un “simple negocio comercial”; plantea la necesidad de garantizar la independencia de los medios de comunicación. Y busca el establecimiento de las frecuencias radioeléctricas como bien público patrimonio de la humanidad que debe ser administrado con criterios democráticos.

- 16/4/2008: El documento *21 puntos...* es presentado a la presidenta de la nación Cristina Fernández.
- 20/8/2008: El documento *21 puntos...* se declara de interés de la Cámara de Diputados de la Nación para la redacción de una nueva Ley de Radiodifusión.
- 18/3/2009: El Poder Ejecutivo Nacional presenta públicamente un anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual a manera de propuesta, poniéndola a consideración social antes de ser presentada en el Congreso. A partir de allí, se iniciará un ciclo de discusiones y debates en foros, paneles, etcétera, que se realizan en todo el país.
- 27/8/2009: La presidenta Cristina Fernández presenta públicamente el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En el Mensaje 1139 del Poder Ejecutivo y proyecto de ley ingresado en la Cámara de Diputados ese mismo 27, el firmante, Aníbal Fernández, contabiliza en 139 los cambios ingresados al texto propuestos en el proceso de debate en los Foros Participativos de Consulta Pública organizados por el COMFER (Comité Federal de Radiodifusión).
- 3/9/2009: En reunión conjunta de las diferentes comisiones legislativas a las que fueron derivados los proyectos, se decide la convocatoria a una Audiencia Pública. Ésta se extendió durante cuatro jornadas.
- 15/9/2009: Las comisiones que trataron los proyectos imprimen el orden del día N.º 2005 que incluyen un dictamen de mayoría y cuatro de minoría para que sean tratados en la Cámara.
- 16/9/2009: La Cámara de Diputados otorga media sanción al dictamen de mayoría.
- 21/9/2009: El expediente (N.º 52/09) ingresa a la Cámara de Senadores de la Nación.
- 2/10/2009: Las Comisiones firman el dictamen sin modificaciones y se trata, finalmente, en sesión especial los días 9 y 10 de octubre de 2009, logrando en esta última jornada, su sanción y promulgación (2).

El proceso hacia la sanción de la ley (y que se extiende local y regionalmente hasta nuestros días) se da en el marco de una fuerte puesta en escena de una *ciudadanía comunicativa ejercida* (Mata, 2006) entendida como el conjunto de “individuos depositarios de

derechos consagrados jurídicamente en el campo comunicativo y que desarrollan prácticas políticas públicas en orden a conseguir una ampliación de los mismos” (2006: 14). Pensamos que esta noción adquiere una fuerte densidad en el marco del proceso que pretendemos analizar, dado que lo consideramos como un momento intenso de presencia pública (extendida más allá de lo esperado para unos y de lo deseable para otros) de una batalla con posibilidades para la democratización de la cultura en el marco de una fuerte concentración de las industrias de la información y de la cultura (Mastrini y Becerra, 2006, 2009).

Ahora bien, esta puesta en escena se da desde diversos lugares y es movilizadora por múltiples actores que decidieron de diferentes maneras posicionarse a los fines de que sus perspectivas sean consideradas en el debate. Uno de los dispositivos implementados por los impulsores formales del proyecto (el Poder Ejecutivo de la Nación y el entonces existente Comité Federal de Radiodifusión, COMFER) fueron los Foros Participativos de Consulta Pública que se llevaron adelante entre los meses de marzo y de junio del año 2009 en todas las provincias del país con excepción de Formosa, Chubut, San Luis, Santiago del Estero y Tierra del Fuego.

Para el presente trabajo utilizamos como material de análisis los registros audiovisuales de 22 de los 23 (3) Foros Participativos de Consulta Pública realizados.

### **El mapa de los Foros**

En esta presentación que ya enunciamos como preliminar de un estudio más abarcativo y que prevé instancias de análisis cualitativo de los materiales resultantes de los foros, pretendemos mostrar un mapa general de lo sucedido.

Como advertencia acerca de los procedimientos que realizamos para esta presentación, es importante señalar que trabajamos con base en las 512 intervenciones dadas en los 22 foros analizados. Las intervenciones consideradas han sido aquellas que resultaron de la aplicación del reglamento para la participación en los Foros estipulado por el COMFER por lo que no se consideraron los invitados especiales y presentadores. Además, los “tipos de actores” intervinientes en los foros fueron construidos analíticamente a partir de dos elementos: por un lado, de la adscripción con la que se anotaron en la lista de oradores de cada uno de los Foros y, por otro, de las autoadcripciones enunciadas en el momento de la intervención. Consideramos, en los casos en los que ambas definiciones no coinciden, la enunciada en la intervención.

Así vemos en el siguiente cuadro los porcentajes (sobre el total de intervenciones) distribuidos por tipos de actores:

Tabla 1: Porcentaje por tipo de actores intervinientes en los foros (resaltados con color los porcentajes más elevados)

Asociaciones - internacionales	2,34%	Cooperativista	7,42%
Asociaciones civiles	6,05%	Partidos políticos	1,95%
Asociaciones de medios	9,18%	Periodistas	3,13%
Asociaciones de profesionales de la comunicación	1,76%	Profesionales - abogados	0,20%
Bibliotecas populares	0,78%	Profesionales - actores	0,20%
Cámaras empresarias - cable	0,78%	Profesionales - cineastas	0,20%
Cámaras empresarias - pymes	0,39%	Profesionales - dramaturgos	0,20%
Cámaras empresarias - TIC	0,20%	Profesionales - maestros	0,20%
Ciudadanos	4,10%	Profesionales - médicos	0,39%
Organizaciones sociales	8,20%	Profesionales - psicólogos	0,20%
Directivos de diarios	0,98%	Radios	4,49%
Empresas	1,76%	Representante de televisoras	1,37%
Estudiantes secundarios	0,39%	Sindicalistas	8,40%
Ex funcionarios	0,78%	Terciarios - alumnos	0,39%
Funcionarios municipales	1,56%	Terciarios - autoridades	0,39%
Funcionarios nacionales	1,56%	Terciarios - docente	0,39%
Funcionarios provinciales	1,56%	Universidades privadas - autoridades	0,20%
Indígenas / originarios	3,13%	Universidades nacionales - agrupaciones políticas	2,93%
Legisladores municipales	0,39%	Universidades nacionales - alumnos	1,76%
Legisladores nacionales	1,37%	Universidades nacionales - autoridades	3,13%
Legisladores provinciales	1,17%	Universidades nacionales - docentes e investigadores	7,23%
Legisladores nacionales - asesores	0,20%	Universidades nacionales - graduados	0,59%
Medios alternativos - radios comunitarias	2,15%	Universidades privadas - estudiantes	0,20%
Medios públicos	1,37%	Universidades provinciales - autoridades	0,20%
Medios universitarios	2,15%		

La tabla nos muestra de manera significativa la heterogeneidad presente en las intervenciones. Así vemos que ninguna de las categorías de participantes presentadas alcanza a superar el diez por ciento de la participación sobre el total. Consideramos este dato de lo más relevante en el sentido de mostrar, por un lado, que esta modalización de lo público (los foros), que encuentra sus más duras críticas en el riesgo de la corporativización de los “afectados” a la cuestión que se discuta, es capaz de dar cuenta de las diversas expresiones que desde lo social busca tomar la palabra. Por otro lado nos muestra que, a priori, los medios de comunicación y la posibilidad de su regulación “afectan” transversalmente múltiples expresiones de lo social.

La regionalización de estos dispositivos de participación nos muestra algo parecido a lo ya señalado. En los veintidós foros analizados, encontramos que en ninguno de ellos la participación alcanza a superar la barrera del diez por ciento sobre la totalidad de las intervenciones.

Tabla 2: Porcentaje sobre el total de las participaciones por foro

Foro Resistencia - 30 de marzo	3,52%
Foro Posadas - 1º de abril	5,86%
Foro Paraná - 6 de abril	5,08%
Foro Córdoba - 8 de abril	9,18%
Foro Salta - 14 de abril	4,10%
Foro La Plata - 16 de abril	7,03%
Foro Mar del Plata - 17 de Abril	4,69%
Foro Rosario - 20 de abril	8,40%
Foro Mendoza - 21 de abril	4,69%
Foro San Juan - 22 de abril	2,73%
Foro La Pampa - 23 de abril	4,10%
Foro Viedma - 28 de abril	4,30%
Foro Universidad de Lomas de Zamora - 29 de abril	4,88%
Foro Neuquén - 5 de mayo	3,32%
Foro Universidad de Buenos Aires - 6 de mayo	7,62%
Foro La Rioja - 12 de mayo	2,73%
Foro Catamarca - 13 de mayo	3,13%
Foro Tucumán - 14 de mayo	4,69%
Foro Corrientes - 21 de mayo	1,76%
Foro Bariloche - 26 de mayo	2,54%
Foro Jujuy - 28 de mayo	2,93%
Foro Universidad Popular Madres de Plaza de mayo - 9 de junio	2,73%

Una vez más, podemos ver lo significativo en cuanto a una distribución equitativa en la participación en las diferentes regiones.

Otro de los elementos centrales en el abordaje de las intervenciones es la posición frente al anteproyecto sobre el total de intervenciones en los foros:

Tabla 3: Posición frente al anteproyecto

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sin posicionarse	7	1,4
	<b>A favor del anteproyecto</b>	<b>399</b>	<b>77,9</b>
	A favor del anteproyecto con dudas	83	16,2
	En contra del anteproyecto	13	2,5
	En contra del anteproyecto con dudas	10	2
	Total	512	100

Los datos que la tabla precedente muestra nos permiten hacernos dos preguntas interpretativas que pueden ser significativas al momento de comprender cierta dinámica con la que el proceso de disputa por la implementación de una nueva ley toma cuerpo en el espacio público argentino. La primera de ellas es

- ¿son estos foros representativos de la sociedad en general? Y con esto, ¿podemos decir que la mayoría de la sociedad está a favor del anteproyecto de ley?

La otra pregunta que estos datos nos sugieren es

- De las diversas modalizaciones de lo público, para quienes están a favor del anteproyecto de ley: ¿el foro de participación es una de las formas fundamentales de intervención sobre lo público?

Esta segunda pregunta interpretativa nos parece quizás la más adecuada dado que justamente es el espacio público mediatizado la modalización por excelencia donde se despliegan los argumentos contrarios al anteproyecto (4) y que nos remite, por un lado, a la constatación realizada por Mata (2006: 13) cuando plantea el estado de indefensión de los “públicos” frente a sus posibilidades de ser escuchados en los medios; y, por otro, a la estrategia de defensa de la lógica mercantil como único regulador de los medios justamente amenazada por el proyecto en discusión.

En la distribución de las posiciones en contra del anteproyecto por tipos de actores observamos:

Tabla 4

	En contra del anteproyecto	En contra del anteproyecto con dudas	Total
Asociaciones de profesionales de la comunicación	7,70%	0,00%	4,30 %
<b>Cámaras empresarias - cable</b>	<b>15,40%</b>	<b>10,00%</b>	<b>13,00</b> %
Exfuncionarios	7,70%	0,00%	4,30 %
<b>Medios alternativos - radios comunitarias</b>	<b>7,70%</b>	<b>10,00%</b>	<b>8,70</b> %
Organizaciones sociales	0,00%	10,00%	4,30 %
Partidos políticos	7,70%	0,00%	4,30 %
<b>Radios privadas</b>	<b>7,70%</b>	<b>10,00%</b>	<b>8,70</b> %
<b>Representantes de televisoras</b>	<b>0,00%</b>	<b>20,00%</b>	<b>8,70</b> %
Terciarios - alumnos	7,70%	0,00%	4,30 %
<b>Universidades nacionales - agrupaciones políticas</b>	<b>23,10%</b>	<b>40,00%</b>	<b>30,40</b> %
Universidades nacionales - docentes e investigadores	7,70%	0,00%	4,30 %
Universidades privadas - estudiantes	7,70%	0,00%	4,30 %
Total	100,00%	100,00%	100,0 0%

Podemos observar que, en la misma línea de lo que acabamos de plantear, la concentración de las intervenciones en contra del anteproyecto no se da en los propietarios del sistema de medios que se vería afectado por la sanción de la ley sino en las agrupaciones políticas universitarias. Estos datos nos confirman, de alguna manera, que los foros funcionaron como una buena posibilidad de poner en escena pública las voces negadas en el espacio público mediatizado. Decimos esto porque este treinta por ciento es de actores que reclamaban por un lado la “tibieza” de los cambios respecto al sistema de medios dominante que el anteproyecto porta y, por otro, la ilegitimidad de un gobierno “corrupto” que no busca resolver los problemas “de fondo”.

Ahora bien, en la distribución de las posiciones a favor del anteproyecto por tipos de actores encontramos:

Tabla 5

	A favor	A favor con dudas	Total
Asociaciones internacionales	2,50%	2,40%	2,50%
Asociaciones civiles	7,30%	2,40%	6,40%
<b>Asociaciones de medios</b>	<b>6,30%</b>	<b>24,10%</b>	<b>9,30%</b>
Asociaciones de profesionales de la comunicación	2,00%	0,00%	1,70%
Bibliotecas populares	1,00%	0,00%	0,80%
Cámaras empresarias - cable	0,00%	1,20%	0,20%
Cámaras empresarias - pymes	0,50%	0,00%	0,40%
Cámaras empresarias - TIC	0,00%	1,20%	0,20%
Ciudadanos	4,50%	3,60%	4,40%
<b>Cooperativista</b>	<b>9,30%</b>	<b>1,20%</b>	<b>7,90%</b>
Directivos de diarios	1,00%	1,20%	1,00%
Empresas	0,00%	10,80%	1,90%
Estudiantes secundarios	0,50%	0,00%	0,40%
Exfuncionarios	0,80%	0,00%	0,60%
Funcionarios municipales	1,50%	2,40%	1,70%
Funcionarios nacionales	2,00%	0,00%	1,70%
Funcionarios provinciales	2,00%	0,00%	1,70%
Indígenas	2,50%	7,20%	3,30%
Legisladores municipales	0,50%	0,00%	0,40%
Legisladores nacionales	1,50%	1,20%	1,50%
Legisladores provinciales	1,30%	1,20%	1,20%
Legisladores nacionales - asesores	0,30%	0,00%	0,20%
Medios alternativos - radios comunitarias	2,00%	1,20%	1,90%
Medios públicos	1,50%	0,00%	1,20%
Medios universitarios	2,80%	0,00%	2,30%
<b>Organizaciones sociales</b>	<b>9,30%</b>	<b>3,60%</b>	<b>8,30%</b>
Partidos políticos	2,30%	0,00%	1,90%
Periodistas	3,30%	3,60%	3,30%
Profesionales - abogados	0,30%	0,00%	0,20%
Profesionales - actores	0,00%	1,20%	0,20%
Profesionales - cineastas	0,00%	1,20%	0,20%
Profesionales - dramaturgos	0,30%	0,00%	0,20%
Profesionales - maestros	0,30%	0,00%	0,20%

Profesionales - médicos	0,50%	0,00%	0,40%
Profesionales - psicólogos	0,30%	0,00%	0,20%
Radios	2,30%	12,00%	3,90%
Representante de televisoras	0,30%	4,80%	1,00%
<b>Sindicalistas</b>	<b>9,80%</b>	<b>4,80%</b>	<b>8,90%</b>
Terciarios - alumnos	0,30%	0,00%	0,20%
Terciarios - autoridades	0,50%	0,00%	0,40%
Terciarios - docentes	0,50%	0,00%	0,40%
Universidades privadas - autoridades	0,00%	1,20%	0,20%
Universidades nacionales - agrupaciones políticas	1,50%	2,40%	1,70%
Universidades nacionales - alumnos	1,50%	2,40%	1,70%
Universidades nacionales - autoridades	4,00%	0,00%	3,30%
<b>Universidades nacionales docentes e investigadores</b>	<b>9,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>7,50%</b>
Universidades nacionales - graduados	0,50%	1,20%	0,60%
Universidades privadas - estudiantes	0,00%	0,00%	0,00%
Universidades provinciales - autoridades	0,30%	0,00%	0,20%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Otra vez no encontramos ningún valor que supere el diez por ciento sobre el total de intervenciones a favor del anteproyecto.

Hasta acá sobrevolamos el mapa general de la participación de alguna manera, consultiva. Ahora nos acercaremos a los datos que nos muestran otro tipo de intervención que es el de las propuestas de cambios o agregados a la letra del anteproyecto. Así vemos sobre el total de participaciones, de intervenciones que plantean propuestas de agregados o cambios en la letra del anteproyecto la siguiente distribución:

Tabla 6

Sin propuestas	Con propuestas	Total
235	277	512

Estos datos nos muestran el grado y, de alguna manera, la intensidad de la participación. Esto porque entendemos como de diferentes grados, por un lado, una respuesta afirmativa o negativa a una consulta; y por otro, la voluntad de intervenir en la redefinición acerca de lo consultado.

Ahora, si observamos con más detalle esta información, haciendo foco en la distribución de las intervenciones con propuestas de agregados o cambios en la letra del anteproyecto vinculándolas con su posición frente al anteproyecto, encontramos:

Tabla 7

Sin posicionarse frente al anteproyecto					
Sin propuestas		Con propuestas		Total	
	%		%		%
7	100,0%	0	0,0%	7	100,0%
A favor del anteproyecto					
Sin propuestas		Con propuestas		Total	
	%		%		%
197	49,4%	202	50,6%	399	100,0%
A favor del anteproyecto con dudas					
Sin propuestas		Con propuestas		Total	
	%		%		%
21	25,3%	62	74,7%	83	100,0%
En contra del anteproyecto					
Sin propuestas		Con propuestas		Total	
	%		%		%
10	76,9%	3	23,1%	13	100,0%
En contra del anteproyecto con dudas					
Sin propuestas		Con propuestas		Total	
	%		%		%
0	0,0%	10	100,0%	10	100,0%

Estos datos son interesantes en un sentido puntual, que se refiere a la *reflexión* entendida como un volver con pensamiento sobre lo pensado. Es decir, en esta forma de participación, la posibilidad de intervención se extiende, sin necesidad de que sea de esta manera, mas allá de la consulta que tampoco está vedada. A la reflexión como acto de embate del pensamiento por el pensamiento la vemos como indicador central de la calidad de la participación.

De otra manera, en la categorización de los tipos de posicionamiento frente al proyecto distinguimos entre los que no tenían dudas de su apoyo o rechazo y quienes sí; entre los últimos, encontramos los valores más altos y significativos respecto a la presentación de propuestas de cambio o agregado. Así, la totalidad de los que rechazaban el proyecto con ciertos reparos acerca de su necesidad, presentaron propuestas y casi tres cuartas partes de quienes con reparos aún apoyaban la sanción del anteproyecto también presentaron propuestas.

En la distribución de las intervenciones con propuestas de agregados o cambios en la letra del anteproyecto por tipos de actores, vemos:

Tabla 8

	Intervenciones con propuestas	Total de intervenciones	% de la fila
<b>Asociaciones de medios</b>	<b>35</b>	<b>47</b>	<b>74,50%</b>
<b>Asociaciones civiles</b>	<b>22</b>	<b>31</b>	<b>71,00%</b>
<b>Organizaciones sociales</b>	<b>18</b>	<b>42</b>	<b>42,90%</b>
<b>Universidades nacionales - docentes e investigadores</b>	<b>17</b>	<b>37</b>	<b>45,90%</b>
<b>Sindicalistas</b>	<b>17</b>	<b>43</b>	<b>39,50%</b>
<b>Radios</b>	<b>16</b>	<b>23</b>	<b>69,60%</b>
<b>Indígenas</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>93,80%</b>
<b>Cooperativista</b>	<b>15</b>	<b>38</b>	<b>39,50%</b>
<b>Asociaciones internacionales</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>91,70%</b>
<b>Universidades nacionales - agrupaciones políticas</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>60,00%</b>
Ciudadanos	9	21	42,90%
Empresas	8	9	88,90%
Medios alternativos - radios comunitarias	8	11	72,70%
Asociaciones de profesionales de la comunicación	7	9	77,80%
Periodistas	6	16	37,50%
Funcionarios nacionales	5	8	62,50%
Funcionarios provinciales	5	8	62,50%
Universidades nacionales - alumnos	5	9	55,60%
Partidos políticos	5	10	50,00%
Medios universitarios	5	11	45,50%
Legisladores provinciales	4	6	66,70%
Medios públicos	4	7	57,10%
Representante de televisoras	4	7	57,10%
Funcionarios municipales	4	8	50,00%
Universidades nacionales - autoridades	4	16	25,00%
Directivos de diarios	3	5	60,00%
Profesionales - médicos	2	2	100,00%
Universidades nacionales - graduados	2	3	66,70%
Cámaras empresarias - cable	2	4	50,00%
Cámaras empresarias - TIC	1	1	100,00%

Profesionales - cineastas	1	1	100,00%
Cámaras empresarias - pymes	1	2	50,00%
Estudiantes secundarios	1	2	50,00%
Legisladores - municipales	1	2	50,00%
Terciarios - alumnos	1	2	50,00%
Terciarios - docentes	1	2	50,00%
Bibliotecas populares	1	4	25,00%
Exfuncionarios	1	4	25,00%
Legisladores nacionales	1	7	14,30%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>512</b>	<b>54,10%</b>

Esta última tabla está ordenada a partir del recuento parcial de las intervenciones. Pero es también en las diferencias con el recuento total en el que encontramos datos significativos: por ejemplo que en la casi totalidad de las intervenciones de los pueblos originarios / indígenas se presentaron propuestas o -en sentido inverso- lo que se da en las intervenciones de periodistas.

### **Cierre provisorio**

A partir del abordaje preliminar presentado, podemos decir que el acercamiento a los Foros Participativos de Consulta Pública, en tanto modalización del espacio de lo público, nos habilita un modo de acceso privilegiado a la posibilidad de observar y dar cuenta de la heterogeneidad de lo social movilizado por el interés en participar en el armado, corrección o, simplemente, la valoración de una política pública sobre comunicación.

A la vez, esta diversidad que emerge ante nuestra mirada, nos permite conjeturar la validez de los diversos planteos de naturaleza teórica, afectiva, política, etcétera, que posicionan a los medios de comunicación masiva como elementos centrales en la constitución de nuestras sociedades.

Con lo anterior y sumado a un abordaje de tipo cualitativo de las intervenciones en este dispositivo de participación pública (que no presentamos en esta oportunidad) pudimos observar la escenificación de diversas posiciones de sujeto, articulaciones, definiciones, sentidos, identificaciones e interpelaciones que consideramos centrales en la tarea de tratar de comprender las condiciones de posibilidad de lo que creemos un cambio sustancial en la regulación de una de las modalizaciones centrales de lo público en nuestros días: el sistema de medios masivos de comunicación audiovisual.

Consideramos, que el fenómeno de la discusión por (y de) la ley de servicios de comunicación audiovisual, se da a contramano (en principio) del escenario presentado por García Canclini (2004) en el que indica que "... las políticas culturales se muestran incapaces de favorecer el flujo de muchas perspectivas en las comunicaciones mediáticas, sobre todo de aquellas ajenas a las empresas dueñas de las ondas electromagnéticas" (2004: 209).

Pensamos, finalmente, que la posibilidad misma de la discusión, el impulso gubernamental y la masiva articulación y movilización de la sociedad civil es un pequeño índice de que la “incapacidad” señalada por García Canclini no es un inmanente a nuestras sociedades sino que se relaciona con una contingente configuración de lo social constituida en una dinámica de tensiones que funcionan en distintas magnitudes. La elucidación del modo de ser de esta dinámica (y sobre estos temas) es el objetivo central que nos propusimos para dar cuenta de lo que consideramos más que un cambio normativo, un cambio cultural.

### Notas

(1) Plantea Caletti (2006: 38): “Hablar de ese espacio de lo público en el caso de una sociedad espacio-temporalmente determinada permite abarcar de manera simultánea regímenes de ‘representación’ de la vida social tan distintos como lo son, por ejemplo, un debate en el recinto parlamentario (moderno remedo del ágora), una marcha de protesta callejera, una noticia en las planas de la prensa, etc., por referir tres modalizaciones casi canónicas”.

(2) Por decreto del Poder Ejecutivo Nacional (N.º 1 467/09).

(3) No contamos con el realizado en la Universidad Nacional del Centro (UNICEN) de Olavarría por razones que escaparon totalmente de nuestras posibilidades.

(4) Por ejemplo, en el informe realizado por el Observatorio de Medios de Argentina, dirigido por el profesor Víctor Ego Ducrot (2009) se constata el tratamiento negativo respecto del proyecto de ley. En el caso del diario de mayor circulación del país, *Clarín*, el informe dice: “De un total de 1.290 notas que componen el universo global de este período, 260 notas refieren al tema de nuestro observatorio; es decir, alrededor del 20 por ciento del total. De este porcentaje, el 100 por ciento registra una carga negativa en su posicionamiento editorial frente al proyecto de ley” (Ducrot, 2009: 7)

### Bibliografía

CALETTI, Sergio, “Decir, autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación” en *Versión*, N.º 17, México, Universidad Autónoma Metropolitana. 2006, pp. 19-78.

CALETTI, Sergio, “Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura” en *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, Edición N.º 123, Buenos Aires. 2007, pp. 195-252

DUCROT, Víctor Ego (Dir.), “Observación y análisis de las coberturas de los diarios *Clarín*, *Página/12* y *La Nación* sobre el debate político y parlamentario en torno al proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, durante el período que va del 27 de agosto al 11 de octubre de 2009”. Informe del Observatorio de Medios de Argentina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. 2009.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa, 2004.

MASTRINI, Guillermo y BECERRA, Martín (dirs.) (2006) *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América latina*. Buenos Aires, Prometeo.

MASTRINI, Guillermo y BECERRA, Martín (dirs.) (2009) *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo.

MATA, María Cristina (2006) “Comunicación y ciudadanía. Problemas teóricos- políticos de su

articulación” en *Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos*, VIII. Porto Alegre: Universidade do Vale do Rio dos Sinos. pp. 5-15.