

## ENTRE LA LEY Y LA PRÁCTICA: POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN PARA LAS RADIOS COMUNITARIAS

Valeria Meirovich  
Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

Hoy es aventurado, pero sí me parece que deberíamos estar atentos a que este proceso [de diseño de políticas para la promoción de los medios de comunicación comunitaria] no puede como el de los años 80, estar basado en la resistencia contra el cierre. Tiene que ser un proceso inteligente, de diseño de planes de sustentabilidad de medios hacia adelante.  
Damián Loreti

### **Ley N.º 26.522: Diversidad, pluralidad e inclusión**

El 10 de octubre de 2009 la Argentina vivió un hecho histórico. Después de veinte horas de tratamiento en el Senado de la Nación, el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue aprobado por cuarenta y cuatro votos a favor y veinticuatro en contra, dejando atrás la Ley Nacional de Radiodifusión N.º 22.285, hija de la última dictadura militar. Horas después, era promulgada por la Presidenta de la Nación como Ley N.º 26.522, y se abría un nuevo capítulo en la historia de las comunicaciones mediáticas en nuestro país.

Si bien no se abordará aquí el proceso histórico que dio origen a esta ley, sí resulta conveniente resaltar el papel protagónico que jugó la Iniciativa Ciudadana por una Ley de Radiodifusión Democrática (los *21 puntos por una radiodifusión democrática*) elaborada en el año 2004 por un grupo de dirigentes de organizaciones sociales y políticas e intelectuales, el cual se autodenominó “Coalición por una Radiodifusión Democrática”. Esta iniciativa que partía de la ciudadanía y que a lo largo de los años fue sumando una significativa cantidad de adherentes constituyó, junto a los tratados internacionales sobre derecho a la información y libertad de expresión, la base para la elaboración de la Ley N.º 26.522 (Córdoba, 2011: 136).

Muchos avances se han producido desde su sanción a la actualidad; quizás las acciones más visibles y significativas han sido, por un lado, el trabajo realizado en torno a la producción y a la distribución de contenidos audiovisuales mediante la Televisión Digital Abierta y el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos; y, por el otro, la disputa emprendida a las grandes corporaciones en materia de desconcentración, tendiente a acabar con posiciones dominantes y prácticas monopólicas.

A pesar del reconocimiento que la ley hace de los medios de comunicación sin fines de lucro como uno de los actores del sistema de medios —junto a los sectores público y privado con fines de lucro— y, por tanto, como protagonista de una práctica fundamental para el ejercicio de una comunicación democrática (una de las demandas contenidas en los *21 puntos por una radiodifusión democrática*), desde su promulgación y su decreto reglamentario no ha habido un importante impulso a este sector dando cuenta de un aparente vacío en la definición de lineamientos para su desarrollo (1).

En términos precisos, el reconocimiento de los medios de comunicación gestionados por entidades sin fines de lucro queda sentado en el artículo 2 y artículo 89, inciso f de la Ley de

Servicios de Comunicación Audiovisual. No obstante, allí no aparece distinción alguna entre los diversos actores que componen el sector, salvo la definición de “emisoras comunitarias” que en su artículo 4 la Ley establece, considerándolas como:

Actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida (Artículo 4, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N.º 26.522).

La necesidad de establecer esta caracterización, muy reclamada por el sector comunitario, respondía a la necesidad de “incluir una definición expresa del sector comunitario como parte del sector sin fines de lucro para diferenciarlo de otros emprendimientos no comerciales como los que podrían tener iglesias no católicas, fundaciones privadas, sindicatos con lógicas de participación, gestión y programación distintas de las emisoras comunitarias” (Lamas, 2011: 153).

Con matices, esto se expresa en diversos documentos elaborados por las coordinadoras argentinas de radios comunitarias de la Argentina: celebrando dicho reconocimiento, el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), a través de un material de formación anunciaba:

La nueva Ley da visibilidad y reconoce otras formas populares de hacer comunicación. Es muy favorable para las organizaciones sociales que ejercen la comunicación como un derecho, ya que reserva un 33 % del espectro radiofónico para este tipo de medios (...). Es el hecho más importante de la nueva Ley, que hace justicia con cientos de proyectos que desde hace dos décadas vienen peleando por su legalización (FARCO, p. 15).

En sintonía, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias - Filial Argentina (AMARC Argentina) señala: “Dentro del sector sin fines de lucro, la ley reconoce expresamente a la radio y la televisión comunitaria adoptando la definición propuesta por AMARC y otras organizaciones en los *Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y Televisión Comunitaria (...)*” (AMARC, 2009).

Mientras que, desde otra posición, la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) expresaba, con relación a la explicitación de los medios comunitarios en el artículo 4:

Esta mención no es suficiente, ya que la norma no les otorga derechos ni garantías al no diferenciarlos en su especificidad y ponerlos en una base de similitud con cualquier medio de cualquier tipo de organización sin fines de lucro. Los medios comunitarios, alternativos y populares no son cualquier organización sin fines de lucro. Tienen sus especificidades y necesidades. Y son los que posibilitan que el sistema de medios sea un poco más democrático que lo que la puesta en marcha de la nueva ley permite (RNMA, 2011: 5).

Esta constituye uno de los elementos sobre los que más ha problematizado la RNMA, en la medida que la Reglamentación de la Ley no atiende a dicha caracterización y, por lo tanto, no desarrolla aspectos concretos para este sector (acceso a pliegos, concurso de licencias, condiciones de funcionamiento, etcétera).

En la medida que la Ley N.º 26.522 tiene como objetivo la promoción de la diversidad, la pluralidad y la inclusión como pilares para la construcción de un espacio comunicativo democrático, se torna imprescindible la definición de una política pública de comunicación que focalice los esfuerzos en la concreción de estos valores mediante una efectiva incorporación de los medios comunitarios al sistema masivo y una ampliación de los sectores que participan del debate sobre lo necesario y lo deseable para el desarrollo de la comunicación y la cultura. Se entiende aquí por políticas públicas de comunicación a “un conjunto explícito, sistemático y orgánico de principios y formas de organización, acción, control, evaluación y corrección, destinado a encauzar coherentemente las actividades del Estado hacia el mejor aprovechamiento social de los procesos, sistemas y formas de comunicación, en especial de los medios de difusión masiva y de los grandes sistemas de información, en el marco de una peculiar conformación política y de acuerdo con un determinado modelo de desarrollo económico social” (Capriles, 1980:34 en Marino, 2010: 9-10).

Por todo ello, el análisis que aquí se llevará a cabo se centra en la importancia que tiene la consolidación de los medios comunitarios, específicamente las radios, como actores que intervienen en el espacio comunicativo, dado que son organizaciones que, a través del ejercicio de prácticas comunicativas —en este caso, audiovisuales y masivas— responden a las demandas sociales y culturales de la comunidad en la que participan, poseen objetivos políticos de transformación social y comprenden a la comunicación como un derecho humano cuyo ejercicio contribuye a la consolidación del orden democrático.

Se entiende aquí a la “radio comunitaria” a partir de la definición propuesta por Villamayor y Lamas, cuya especificidad se da por las siguientes características: poseen objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos y con acceso y participación de las mayorías en el poder; no poseen fines de lucro sino fines públicos, aun cuando son de propiedad privada; son participativas, ejercen la libertad de expresión rechazando toda censura; promueven la organización ciudadana y acompañan las luchas, los reclamos y las alegrías de los pueblos; se definen por la comunidad de intereses compartidos que representan y por los objetivos político-culturales, comunicacionales y empresarios coherentes con esos mismos intereses (Villamayor y Lamas, 1998: 11).

Asimismo, no debería desconocerse el hecho de que las radios comunitarias se han constituido a lo largo de su historia, específicamente en la Argentina, como el medio privilegiado para la expresión de distintos sectores sociales que creyeron en la necesidad de contar con medios de comunicación propios (2).

En este marco, a lo largo de estas páginas se indagará sobre aquellos aspectos y definiciones que debería asumir una política de comunicación que se oriente a favorecer el desarrollo de una comunicación radiofónica comunitaria en un contexto marcado, todavía, por la integración

y la concentración empresarial mediática. Para ello, se recogerán las voces de organizaciones sociales de la comunicación que son referentes en la materia, y un conjunto de reflexiones y propuestas que son el producto del constante intercambio entre el ámbito de la práctica social y el trabajo académico.

Si bien algunos de estos aspectos han sido considerados —con un menor o mayor grado de profundidad— en la planificación nacional a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, este trabajo se limitará a dilucidar aquellos que, en el escenario actual, resultarían cruciales en el diseño de una política de comunicación para medios comunitarios orientada a consolidar un espacio comunicacional democrático.

### **Ordenamiento y concurso de las licencias: ¿Misión imposible?**

... una vez superada la marginalidad, ha llegado el momento de que los lenguajes, las estéticas, los modos de producción y, en fin, los modos de hacer comunicación de aquellos comunicadores populares se trasladen al sistema masivo de medios. Porque si 'lo popular' en algún momento se asoció a lo pequeño y a lo marginal, hoy lo popular tiene que asociarse a público, a lo común, a lo diverso, pero también a lo masivo.

Washington Uranga

La legalidad de las radios comunitarias fue algo ansiado durante toda su historia. En este sentido, señala Ernesto Lamas que “La sanción de la Ley 26.522 es también un reconocimiento a estas prácticas que durante años dieron una batalla cultural con hechos concretos, demostrando en su quehacer cotidiano que otra comunicación no solo es posible, sino que es fundamental para construir una democracia avanzada” (Lamas, 2011: 146).

Una vez obtenido el reconocimiento legal por parte del sector, los pasos necesarios son los del ordenamiento y el concurso de licencias para su funcionamiento.

En este camino, en el año 2010 se organizó el censo para el armado de un mapa de los medios en funcionamiento, avanzando en el ordenamiento del espectro para el concurso de licencias. De la mano con esto, resulta imprescindible avanzar en el diseño del Plan Técnico de Frecuencias para lograr una nueva distribución del espectro que incluya a los operadores no lucrativos. Esto delimitará el terreno sobre el cual se jugarán sus posibilidades efectivas de participación. Sin embargo, debemos reconocer que la cantidad de licencias operativas existentes más aquellas que habrá a partir de la digitalización, constituirá un campo conflictivo que será objeto de disputa; tal como lo señala Martín Becerra, “En las principales ciudades del país, el espectro está saturado. Hay radios comerciales que emiten con potencia muy superior a la permitida, hay emisoras (comerciales y no lucrativas) que fueron superponiéndose en las mismas frecuencias con permisos otorgados por el Estado y están las flojas de papeles, que se agregan al dial provocando, en conjunto, un caos que cualquier oyente reconoce” (Becerra, 2011a).

Este escenario permite comprender claramente el carácter conflictivo que acarrea la convocatoria a concursos públicos para la adjudicación de licencias, mecanismo establecido en el artículo 32 de la Ley (3).

Sin embargo, no debería perderse de vista aquello que expresa la nota que acompaña dicho artículo y que indica, siguiendo al Sistema Interamericano de Derechos Humanos en la Declaración de octubre de 2000 y particularmente el Informe 2001 sobre Guatemala de la Relatoría de Libertad de Expresión de la OEA: “la entrega o renovación de licencias de radiodifusión debe estar sujeta a un procedimiento claro, justo y objetivo que tome en consideración la importancia de los medios de comunicación para que la ciudadanía participe informadamente en el proceso democrático” (artículo 32, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N.º 26.522). Asimismo, recuerda Becerra que “Si bien la ley fue escrita mirando el espectro analógico de medios, la digitalización de la televisión (ahora) y de la radio (más adelante) requiere de su adaptación al nuevo escenario tecnológico” (Becerra, 2011b). Sin dudas, el Plan Técnico de Frecuencias deberá contemplar dicha transformación. Se abordará esta cuestión en otro apartado.

Si se piensa en los fundamentos del concurso de licencias, sin dudas que la libertad de expresión deberá ser el pilar para el diseño del sistema para su asignación. Sin embargo, resulta imprescindible pensar esta libertad de expresión en vinculación con la posibilidad del intercambio y el debate entre posiciones diferentes. Silvio Waisbord expresa muy bien esta idea al plantear que:

La comunicación no es solamente el derecho a la expresión, sino también la oportunidad de intercambio de las ideas diferentes. La democratización de las licencias ofrece una alternativa para apoyar voces diferentes en la vasta ecología mediática, pero este no es el único desafío de la democracia comunicativa.

Uno de los desafíos centrales es quién escucha y con quién se habla. El encuentro de perspectivas diferentes es un rasgo central de las democracias contemporáneas. La maduración de Internet muestra ese desafío.

(...) Si la libertad de expresión fue el gran desafío comunicacional de la revolución democrática moderna, cuestión que está lejos de ser resuelta, la comunicación en la diferencia emerge como problema fundamental (Waisbord, 2012).

Atendiendo a esta cuestión, AMARC Argentina establecía una serie de recomendaciones para la adjudicación de licencias y autorizaciones por parte de las emisoras sin fines de lucro: además de la asesoría técnica por parte de las universidades y la acreditación de la viabilidad de los proyectos según las características del contexto del emprendimiento a fin de no vulnerar el ejercicio del derecho a la libertad de expresión, se reclamaba la valoración del arraigo y de la propuesta comunicacional, entendiendo a esta como “un plan sistemático de acuerdos con organizaciones sociales de diverso tipo que generarán contenidos a emitirse en esos medios, con el objeto de ser vehículo de una diversidad de voces, intereses y demandas” (AMARC Argentina, 2010).

En consecuencia, si los medios son lugar para la libertad de expresión y para el encuentro de la diferencia, estos deberán ser los fundamentos no solo para la asignación de las licencias para los distintos sectores reconocidos en la Ley sino también para el funcionamiento del sistema que los integra.

**Medios comunitarios: Impulso y planificación**

En el marco de la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, una de las necesidades más apremiantes para el sector comunitario con vistas a garantizar el desarrollo de la libertad de expresión y del intercambio de las diferencias será generar un plan de desarrollo para el mediano y largo plazo que le permita establecerse y competir por fuera del apoyo del Estado y también de otras instituciones, o, al menos, contar con la opción por su prescindencia.

Al respecto, Silvio Waisbord afirma:

Las democracias, algunas más que otras, diseñan políticas precisamente para apuntalar la presencia de opiniones que son importantes porque contribuyen a la pluralidad de la esfera mediática. Este es el principio de la radiodifusión pública, no persigue el éxito comercial masivo, sino que se piensa como una contribución democrática para nivelar las desigualdades del mercado, activar la libertad de expresión, y dar oportunidades a voces que carecen de respaldo comercial (Waisbord, 2012).

En nuestro país, la incorporación del sector sin fines de lucro —y específicamente el comunitario— como un actor del sistema mediático, lo ubica ante un nuevo desafío a afrontar, en la medida que la obtención de licencias que da garantías de propiedad no resuelve su funcionamiento. En este contexto, uno de los aspectos con mayor impacto es el financiamiento: “Las radios ciudadanas deben estar en el aire cotidianamente y eso implica encontrar los mecanismos de financiamiento que, sin perder de vista sus objetivos sociales, les permitan funcionar adecuadamente” (Villamayor y Lamas, 1998: 16), sin ser lucrativas.

En términos de la Ley, resulta crucial la asignación de aquellos fondos obtenidos mediante los gravámenes que se establecen en los artículos 94 a 96 de la Ley, y que contemplan a los comunitarios como potenciales beneficiarios en su artículo 97 (4). Aquí se juega parte del pluralismo y, en términos concretos, habrá que esperar el curso del año 2013, momento en que el AFSCA contará con el presupuesto a partir de lo recaudado.

Sin embargo, tampoco la obtención de fondos garantiza por sí sola el funcionamiento de los medios, menos aún de los comunitarios. La planificación para su establecimiento como actores competitivos en el dial deberá contemplar acciones de fortalecimiento organizativo-institucional y la capacitación para el ejercicio de una comunicación radiofónica que involucre el uso de nuevas y viejas tecnologías. Todo ello tendiente a alcanzar y multiplicar la calidad comunicacional, en los términos que Uranga la define: “... en democracia, el concepto de calidad comunicacional no es unívoco, sino que está directamente vinculado con la garantía de la diversidad y de la posibilidad de expresión de los distintos actores sociales. Habrá más calidad en la medida en que más actores sociales estén representados en el escenario de la comunicación y en tanto los medios expresen los puntos de vista, pero también el relato y la estética, de esos mismos actores” (Uranga, 2012).

**Digitalización del espectro: el futuro, ¿es hoy?**

Sin lugar a dudas, la digitalización del espectro será a futuro uno de los aspectos más problemáticos en el proceso de aplicación de la Ley. En este sentido, la Argentina ha avanzado mucho en materia de televisión, pero aún no se han tomado decisiones para la radio.

Gustavo Gómez, en su artículo “La radio y la televisión en la era digital”, plantea: “La decisión del estándar tecnológico comienza a dejar de ser ‘neutral’, pues también implica ciertas opciones que tienen que ver directamente con los objetivos que tendrá para nuestros países la digitalización” (Gómez, 2007: 6). Y, en este mismo sentido, especifica que “... una variable importante para transformar esta “posibilidad” en una “oportunidad”, tiene relación con la adopción del padrón o estándar tecnológico que hagan nuestros países” (Gómez, 2007: 7).

Más allá de la norma para aplicar (*IBOC*: norma norteamericana, dominante en nuestra región, favorable a las empresas del sector y con malos resultados hasta el momento; *DBA*: norma europea; *BMB*: coreana; y *DMR*: propiedad del consorcio DMR cuyos dueños son empresas de diversos países), y en la medida que las opciones técnicas son determinadas por intereses económicos y políticos, las radios comunitarias se verán en una encrucijada marcada tanto por la viabilidad para el acceso a las tecnologías soporte, como por las condiciones y posibilidades de transmisión que la norma elegida habilite (5).

En este sentido, resultarán claves las definiciones a trazar por el Poder Ejecutivo Nacional y la Autoridad Federal del Servicio de comunicación Audiovisual (AFSCA) con relación a lo establecido en los artículos 89 y 92 de la Ley (6).

Al respecto, AMARC Argentina sugería incorporar la siguiente propuesta al Artículo N.º 153 de la Ley SCA, refiriéndose a políticas públicas precisas para la radiodifusión comunitaria, atendiendo al proceso de digitalización del espectro:

Las políticas públicas deberán procurar que los tres tipos de prestadores de servicios de comunicación audiovisual contemplados en esta ley sean capaces de operar en, y tener acceso equitativo a, todas las plataformas de transmisión disponibles. Se auspiciará y se considerará de suma importancia el amparo a la radiodifusión comunitaria la cual ha sido explícitamente incorporada bajo la defensa de los derechos humanos vinculados a la radiodifusión, tanto por el Sistema Interamericano como por el europeo. Las políticas públicas procurarán asegurar que la radiodifusión sin fines de lucro no quede en situación de desventaja luego de la transición a los servicios digitalizados. (AMARC Argentina, 2010)

Asimismo, lo mencionado en los párrafos anteriores sobre las posibilidades de producción y transmisión de los medios comunitarios debe ser puesto en relación con un conjunto de cuestiones vinculadas a accesos y públicos, las cuales Damián Loreti sintetiza muy bien en un artículo publicado en el matutino *Página 12*:

Podríamos adelantarnos a decir que las tecnologías de Internet permitirán reemplazar a la radio y que tiene mucho más espacio. Malas noticias: Internet no es gratis y no garantiza anonimato en los gustos y tendencias. La radio sí lo es para el oyente que escucha lo que quiere y

nadie lo detecta. Ello significa que así como la ley de protección de datos personales no es necesaria para los oyentes de radio, sí lo es para los usuarios de Internet porque se detecta el tráfico de datos y el gran hermano prestador del servicio sabe qué vemos y cuándo. En la primera, la comunicación es amplia y de acceso abierto, la segunda se basa en el *streaming* individual y, además, se paga (Loreti, 2012).

Todos estos serán asuntos que deberán marcar el debate, futuro pero cercano, respecto de la digitalización de la radio.

### **Para (no) cerrar**

Marcada por la ambivalencia, el rumbo de la Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual batallará durante toda su vigencia entre las acciones que emprenda u omita el Estado y sus diversas instituciones, las presiones que pueda ejercer el mercado junto a las fuerzas políticas opositoras y, sin dudas, la participación de la ciudadanía.

El reconocimiento del derecho a la comunicación está en su fundamento: plataforma para la contienda política, horizonte para el diseño de una política nacional de comunicación.

Sin dudas este trabajo deja abiertas preguntas en relación con los principios y las acciones que una política pública para el sector comunitario debería contemplar en el marco de la Ley N.º 26.522; el artículo N.º 153 viabiliza la participación de los distintos actores involucrados en su definición, “buscando establecer un proceso de dinamización y planificación estratégica participativa” (artículo N.º 153, Reglamentación Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Decreto 1225/2010); nuevas agendas irán surgiendo en el camino de su implementación. Sabemos qué comunicación queremos, es tiempo de abrazar certezas sobre el cómo lo logramos.

### **Notas**

(1) En este sentido, Damián Loreti, en su artículo “Ahora dicen que la ley no se aplica” publicado en el diario *Página 12*, hace un listado de los avances producidos a partir de la Ley N.º 26.522, de los cuales puede observarse que solo unos pocos se vinculan a los medios sin fines de lucro; en principio, “están en período de presentación de propuestas los concursos para doscientas veinte señales en Televisión Digital Terrestre con reservas del cincuenta por ciento para entidades sin fines de lucro en todo el país. Hoy solo siete ciudades tienen más de una señal de TV local” (Loreti, 2011a).

(2) Pueden consultarse los siguientes materiales para un mayor desarrollo sobre la historia de la radiofonía comunitaria en la Argentina: Lamas, Ernesto y Lewin, Hugo (1995), “Aproximaciones a los radios de nuevo tipo: tradición y escenarios actuales”. En *Causas y Azares* N.º 2; Lamas, Ernesto (2011), “Medios audiovisuales comunitarios: Legitimidad y legalidad. Un reconocimiento merecido”. En Baranchuk, Mariana *et al. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. AFSCA-UNLZ.

(3) Dada esta complejidad se ha avanzado en el otorgamiento de licencias a actores privados sin fines de lucro para emisoras de baja potencia en zonas de no conflicto, aplicando el artículo 49 de la Ley SCA.

(4) El artículo 97 Inciso f) de la Ley 26.522 establece que “El diez por ciento (10%) para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización”.



(5) Al respecto, Gustavo Gómez señala que "... la experiencia recogida en la aplicación de la norma IBOC en Estados Unidos permite afirmar que se trata de un estándar pésimo para un uso racional y óptimo del espectro, y un peligro para los medios locales, comunitarios, públicos o comerciales. Las pruebas han mostrado que las interferencias ocasionadas por los equipos que tienen esta norma pueden ser muy graves sobre las emisoras pequeñas y analógicas que están en los canales adyacentes, e incluso la versión para AM de IBOC se vuelve tan inestable en las noches por las especiales condiciones de propagación de esas horas, que hace casi imposible su uso nocturno" (Gómez, 2007: 8-9).

(6) La nota que acompaña el artículo 89 establece que "Las provisiones vinculadas a la reserva de espectro radioeléctrico se apoyan en la necesidad de la existencia de las tres franjas de operadores de servicios, de conformidad a las recomendaciones de la Relatoría de Libertad de Expresión ya planteadas con anterioridad. (...) Se procura un desarrollo armónico atendiendo a los espacios futuros a crearse por vía de los procesos de digitalización, en los que la pluralidad debe ser garantizada". Asimismo, la nota que acompaña al artículo 92 de la Ley cita la Declaración sobre Diversidad en la Radiodifusión de 2007 de la Relatoría de Libertad de Expresión, la cual sostiene que "En la planificación de la transición de la radiodifusión análoga a la digital se debe considerar el impacto que tiene en el acceso a los medios de comunicación y en los diferentes tipos de medios. Esto requiere un plan claro para el cambio que promueva, en lugar de limitar, los medios públicos. Se deben adoptar medidas para asegurar que el costo de la transición digital no limite la capacidad de los medios comunitarios para operar. Cuando sea apropiado, se debe considerar reservar, a mediano plazo, parte del espectro para la transmisión análoga de radio. Al menos parte del espectro liberado a través de la transición digital se debe reservar para uso de radiodifusión".

## Bibliografía

- Becerra, Martín (2011b) "Se necesitan reglas de juego claras", *Perfil*, 18-06-2011. Disponible en: [http://www.perfil.com/ediciones/2011/6/edicion\\_581/contenidos/noticia\\_0044.html](http://www.perfil.com/ediciones/2011/6/edicion_581/contenidos/noticia_0044.html).
- (2011a) "Ordenar el caos sin abusar", *Perfil*, 11-09-2011. Disponible en: [http://www.perfil.com/ediciones/2011/9/edicion\\_608/contenidos/noticia\\_0044.html](http://www.perfil.com/ediciones/2011/9/edicion_608/contenidos/noticia_0044.html).
- (2011) "Evaluación y propuesta", PNCé Revista Digital *Políticas de Comunicación*, N.º 2, octubre 2011. Disponible en: <http://www.pnce.com.ar/index.php/historial/pnce-nro2/56-evaluacion-y-propuestas.html>.
- Córdoba, Liliana (2011) "La Coalición por una radiodifusión democrática: regeneración del espacio público y ejercicio de ciudadanía". En *Argumentos*. Revista de crítica social, N.º 13, octubre 2011. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, pp. 133-157.
- Gómez Germano, Gustavo (2007) "La radio y la televisión en la era digital. Oportunidades, desafíos y propuestas para garantizar la diversidad y el pluralismo en los medios". C3 - Centro de Competencias en Comunicación, Fundación Friedrich Ebert. Disponible en: [http://www.amarc.org/documents/articles/Radio\\_TV\\_en\\_era\\_digital.pdf](http://www.amarc.org/documents/articles/Radio_TV_en_era_digital.pdf).
- Lamas, Ernesto (2011), "Medios audiovisuales comunitarios: Legitimidad y legalidad. Un reconocimiento merecido". En Baranchuk, Mariana *et al. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. AFSCA-UNLZ, pp. 143-159.
- Loreti, Damián (2011) Entrevista, *PNCé Revista Digital Políticas de Comunicación*, N.º 1, septiembre 2011. Disponible en: <http://pnce.com.ar/index.php/historial/pnce-nro1/48-entrevistasdamian-loreti.html>.
- (2011a) "Ahora dicen que la ley no se aplica", *Página 12*, 10-10-2011. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-178561-2011-10-10.html>.

- (2012) “Para no (a)pagar la radio”, *Página 12*, 16-05-2012. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-194100-2012-05-16.html>.
- Marino, Santiago (2010) “Aportes para el análisis de las Políticas Públicas de comunicación”, en XIV Jornadas Nacional de Investigadores en Comunicación. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, pp. 1-20.
- Uranga, Washington (2012) “¿Más o mejor?”, *Página 12*, 25-01-2012. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-186179-2012-01-25.html>.
- (2012) “Repensar y repensarnos”, *Página 12*, 25-04-2012. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-192622-2012-04-25.html>.
- Villamayor, Claudia y Ernesto Lamas (1998) *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. FES/AMARC.*
- Waisbord, Silvio (2012) “La diversidad de los medios, los medios en diversidad”, *Página 12*, 25-01-2012. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-186176-2012-01-25.html>.

## Documentos

Legislación Nacional:

Ley Nacional N.º 26.522 Servicios de Comunicación Audiovisual.

Decreto 1225/2010 Reglamentación Ley N.º 26.522.

AMARC Argentina:

Declaración de AMARC ALC sobre aprobación Ley de Medios en Argentina. Octubre, 2009.

Disponible en <http://mesadearticulacion.org/articulos/declaraciones/declaraciones-asociaciones/declaracion-de-amarc-alc-sobre-aprobacion-ley-de-medios-en-argentina>.

Aportes para la reglamentación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Julio,

2010. Disponible en [http://amarcargentina.org.ar/web/wp-](http://amarcargentina.org.ar/web/wp-content/uploads/2010/07/Aportes-AMARC-para-la-reglamentaci%C3%B3n-final.pdf)

[content/uploads/2010/07/Aportes-AMARC-para-la-reglamentaci%C3%B3n-final.pdf](http://amarcargentina.org.ar/web/wp-content/uploads/2010/07/Aportes-AMARC-para-la-reglamentaci%C3%B3n-final.pdf).

FARCO: Nueva Ley de Medios Audiovisuales. Desafíos para los medios comunitarios y populares. Disponible en <http://www.farco.org.ar/audios/docs/CartillaFARCO-leySCA.pdf>.

RNMA: La nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y los Medios Comunitarios, Alternativos y Populares. Mayo, 2010. Disponible en [www.rnma.org.ar](http://www.rnma.org.ar).