

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a solid blue rectangular background.

Servicio Público de Radiodifusión en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina –LSCA– (2009-2014) [Public Service Broadcasting in the Audiovisual Communication Services Law of Argentina (LSCA) (2009-2014)]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Linares, Alejandro
Publisher	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-09-17 19:12:22
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/229301

Servicio Público de Radiodifusión en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina –LSCA– (2009-2014)

*Public Service Broadcasting in the Audiovisual
Communication Services Law of Argentina (LSCA)
(2009-2014)*

Por Alejandro Linares¹

Fecha de Recepción: 14 de marzo de 2014.
Fecha de Aceptación: 28 de julio de 2014.

RESUMEN

El trabajo analiza el modo en que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina recoge los desarrollos y debates teóricos en torno a los servicios públicos de radiodifusión. Con especial énfasis en los planteamientos referidos a la organización institucional de los medios en manos del Estado nacional, el objetivo central es indagar en qué medida las nociones referidas a modelos de medios públicos, realizadas desde la perspectiva de la democratización de las comunicaciones, se plasman en la letra de la Ley 26.522. Los pasos dados en su aplicación desde su sanción en octubre de 2009 hasta la actualidad motivan esta revisión profunda en el interés de conocer por dentro a una propuesta que inicia su despliegue. La norma analizada deja ver la revisión de la tradición teórica latinoamericana que ha problematizado este tema, de experiencias bien reputadas en el mundo en la gestión de estos tipos de medios y de recomendaciones institucionales, ancladas en la perspectiva señalada. De tal forma, el capítulo que crea a Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado como entidad administradora de los medios estatales nacionales puede leerse como la prescripción de un modelo claro de medios públicos, pero que debe encontrar su aplicación adecuada en la práctica concreta, que incluye la interacción y negociación de distintos sectores políticos y sociales. Por último, el análisis da cuenta del acotamiento de la norma a los servicios de radiodifusión analógicos, en un escenario de creciente digitalización de señales y de expansión de Internet como soporte de difusión y consumo de contenidos audiovisuales.

Palabras clave: *Servicio Público de Radiodifusión, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Políticas públicas de comunicación.*

¹ Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Maestrando en Comunicación y Cultura en la misma institución. Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) en el Instituto de Estudios sobre América Latina y el Caribe (IE-ALC) de la Universidad de Buenos Aires. Correo electrónico: linaresale@hotmail.com

ABSTRACT

The paper analyzes how the Audiovisual Communication Services Law of Argentina includes theoretical developments and debates about public service broadcasting. Considering the approaches to the institutional organization of the media in the hands of the national state, the main objective of this paper is to evaluate if the Law 26.522 actually responds to the notions of public media models which arose from the perspective of democratic communication. The steps taken towards its implementation (since its enactment in October 2009 to the present) invite to a profound insight and a better knowledge of this recent proposal. The law under analysis permits to review the Latin American theoretical tradition, the international best practices in the management of these types of media, and institutional recommendations deriving from the appointed perspectives. In particular, the chapter that creates Radio y Television Argentina as an entity in charge of all State-owned media can be read as a clear model of public media, that must nonetheless find its proper implementation, which includes interaction and negotiation between various political and social actors. Finally, this analysis shows that the law limits its influence to the analog broadcasting services, in a scenario of increasing digitization and of expansion of Internet as a platform for dissemination and consumption of audiovisual content.

Keywords: *Public Service Broadcasting, Audiovisual Communication Services Law, Public Communication Policy.*

Introducción

La primera década del siglo XXI ha visto como muchos países de la región han potenciado o inaugurado medios de gestión estatal, en el marco de una actividad creciente en la regulación de los medios masivos de comunicación, en lo que algunos autores han señalado como un proceso de re-regulación de la comunicación (Murilo Ramos, 2010; Badillo, Mastrini y Marengi, 2012). Desde la creación en 2007 de un ambicioso sistema de medios públicos en Brasil, en la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), hasta la humilde aparición en Paraguay en 2011 de la primera televisora de gestión estatal en su historia, se evidencia un proceso en el que sobresale la iniciativa de la mayoría de los gobiernos latinoamericanos por recuperar o lograr el protagonismo de los llamados “medios públicos” en la escena mediática¹.

Este trabajo entiende que la gestión de los medios del Estado, en la búsqueda de dar forma a un modelo de servicio público, debe ser entendida como parte de una política pública de comunicación, definida como un “conjunto de normas construidas en base a una serie de principios que garanticen que las políticas serán democráticas”, sin referirse solamente a legislaciones “sino a una dimensión material y simbólica que excede el ámbito jurídico y se articula en una disputa de poder entre los diferentes actores sociales”. Esta consideración contempla que el “derecho a la comunicación supone garantizar que el espacio público de la comunicación, donde actúan instituciones como los medios, está abierto realmente a todas las personas y grupos sociales” (Monje, 2006: 4 y 5), y que la intervención democratizadora en este plano es aquella “práctica que amplía las posibilidades de participación popular en la toma de decisiones sobre las políticas mas globales” (Mastrini y Mestman, 1995: 2). Con esto se intenta incluir dentro de la política pública de comunicación no sólo a las acciones y mecanismos formales -que supone la legislación, el proceso de su gestación, los instrumentos y modos de su aplicación- sino también a las instancias informales que inciden tanto en la elaboración como en la aplicación de una política pública.

En un abordaje analítico-descriptivo, el trabajo apunta a revisar aquellos artículos de la Ley 26.522 de Argentina con los que se intenta organizar institucionalmente el funcionamiento de la radiodifusión gestionada por el Estado nacional, desde conceptualizaciones teóricas, especialmente desarrolladas en América Latina, sobre los servicios públicos de radiodifusión. El artículo intenta responder a la pregunta sobre el modo en que la norma asume los principales lineamientos trazados sobre el Servicio Público de Radiodifusión (en adelante: SPR).

I. Servicio Público de Radiodifusión y la LSCA

La LSCA establece en su artículo 2 que “el objeto primordial de la actividad brindada por los servicios regulados es la promoción de la diversidad y la universalidad en el acceso y la participación, implicando ello igualdad de oportunidades de todos los habitantes de la Nación para acceder a los beneficios de su prestación”. En el mismo apartado se instauro el cambio de paradigma que supone colocar a los servicios audiovisuales dentro de la órbita del derecho humano a la libertad de expresión. Además, en el artículo 3 se establece como un objetivo, entre otros, “la participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de las ideas”. De este modo,

¹ Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Perú y Nicaragua han desarrollado acciones para reposicionar o desarrollar medios estatales.

si bien la norma considera a los servicios de comunicación audiovisual como “una actividad de interés público” y no impone a los prestadores comerciales estrictas obligaciones de servicio público, es posible observar en diversos artículos indicaciones específicas para la programación de los diferentes tipos de prestadores, en la consideración del carácter fundamental de este servicio “para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones”². En los artículos 65, 67 y 68 se establecen para los medios privados -con y sin fines de lucro- cuotas mínimas de producción nacional (70 % para la radio y 60 % para la TV) y producción propia (50 % para la radio y 30 % para la TV), de música nacional (30 % por cada media jornada de radio) y de producción independiente (50 % de la música nacional emitida en radios), así como cuotas de pantalla a las producciones de cine nacional (8 películas nacionales por año en estreno televisivo) y tiempos mínimos de contenidos audiovisuales para niños (3 horas diarias, de las cuales 50 % debe ser de producción nacional³). En el artículo 66 se plantea la inclusión del subtítulo oculto, el lenguaje de señas y la audio-descripción para ampliar el acceso a los contenidos de “las emisiones de televisión abierta, la señal local de producción propia en los sistemas por suscripción y los programas informativos, educativos y de interés general de producción nacional”. La reglamentación de este artículo ordena iniciar con 6 horas diarias de programación con subtítulo oculto para los medios de las categorías A y B -entre las que se encuentran los medios de RTA SE-, asegurando 100 % de subtítulo en horario central. Allí se contempla completar progresivamente la totalidad de la programación con subtítulo. En la misma reglamentación se establece que las programaciones de estos mismos medios tengan 3 horas diarias de audio descripción para películas, series, documentales, educativos y ficción, con la misma obligación de completar progresivamente la totalidad de la programación. Lo mismo corre para la Lengua de Señas, cuya puesta en práctica debe iniciar para las categorías A y B con 2 horas diarias. Por otra parte, en el artículo 63 se imponen condiciones para el establecimiento de redes de televisión y radio. Estos lineamientos encuentran su justificación en la expansión de las condiciones de acceso a la información y a contenidos de interés general, así como en la búsqueda de defensa y promoción de la producción cultural nacional y local. Mientras tanto, en los apartados 74, 75 y 76 se plantea la obligación de los licenciarios de todo tipo de emitir publicidad política, la cadena nacional o provincial y los avisos oficiales y de interés público, al tiempo que se especifica los criterios bajo los cuales deben darse estas emisiones. Del mismo modo, el capítulo VIII detalla con precisión las previsiones, condicionamientos y límites temporales para la emisión de publicidades por parte de todos los licenciarios o autorizados para emitir. Por último, el artículo 70 sugiere evitar la promoción de todo tipo de discriminación.

Particularmente relevante resulta el capítulo VII que avanza en la consideración del derecho al acceso universal en los medios -en forma gratuita- a informaciones y acontecimientos de interés relevante, deportivos o de otras características. Allí se pautan criterios básicos para la definición participativa de estos acontecimientos y la forma de seleccionarlos, al tiempo que se establece la prioridad del derecho de acceso a la información sobre derechos de transmisión, sean estos exclusivos o no.

La noción de interés público es compleja y lábil toda vez que su definición surge de las propias tensiones y dinámicas de la sociedad. Se lo entiende como el interés común, opuesto al interés privado, pero no se trata del interés de las mayorías -pues trasciende la representación democrática- ni se manifiesta naturalmente. Las mismas formas elegidas por el Estado para dar respuesta a ese interés dan cuenta de la hegemonía o predominio de algunos criterios en la concepción del mismo. En este

2 Artículo 2 de la LSCA.

3 Cuota establecida en la reglamentación del decreto 1225/2010.

sentido, son materia de debate permanente los métodos más legítimos -o los más preponderantes- para promover el interés público. Estos pueden ser actos positivos -como otorgar subsidios o privilegios- o acciones negativas -como sanciones y castigos- (McQuail, 1992: 61). Así es que las fuerzas sociales, económicas y políticas que pugnan por cargar de sentido a esa definición hacen que la noción sea dinámica e histórica. Esto es, el interés público es una construcción social y política que guía la política pública. Por tanto, el modo de entender el interés público explicará a la política pública, y esta última dará cuenta de las consideraciones que prevalecen respecto del primero. En tanto la LSCA entiende a la actividad audiovisual como de "interés público" señala una atención especial a la misma, le reconoce características particulares -que superan la lógica económica o del mero interés individual y apuntan a la búsqueda del interés general y de objetivos culturales- pero también entrega un amplio margen de acción para que diferentes actores⁴ respondan de manera variable, pero en forma conjunta, a ese interés, aún cuando incluya prescripciones sobre la programación (límites y obligaciones). Al mismo tiempo, la totalidad de la norma puede leerse como una síntesis institucional -por tanto, político y legal- sobre la consideración del interés público en materia de comunicación audiovisual analógica.

A partir de esta aclaración, la radiodifusión de servicio público debe ser comprendida como un modo de organización específica -que no es la única y que es parte de una política pública de comunicación- de abordar y dar respuesta a ese interés público, entendido como valor a proteger y promover. En este punto, es preciso "retomar la idea de lo público como una matriz incluyente que no posea un sentido prefijado -y es por ello que no decimos que debe ser 'lo público'- y cargada de sentidos a partir de la participación social propiciada por el Estado, subrayando que este 'propiciar' no debe significar en ningún momento 'prescribir', ni determinar, ni mucho menos imponer" (de Charras, Lozano, Rossi, 2013: 49).

Gaëtán Tremblay (1988) ha señalado la dificultad de hallar una definición única y precisa de servicio público, pero, a modo de guía, apuntó que se trata de "una actividad considerada de interés general por una colectividad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad de interés general no puede abandonarse a la iniciativa privada y al puro juego de las leyes de mercado, y por tanto el Estado asume directamente su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario, a un régimen jurídico especial". Este autor ha señalado que las actividades reconocidas como servicio público deben regirse por 3 principios derivados de su consideración de interés general: "la continuidad del servicio; la adaptación, exigiéndose la mejora continua del servicio en función de la evaluación de las necesidades y del progreso tecnológico; la igualdad de todos los ciudadanos en el acceso al servicio"⁵. El autor también advirtió sobre la complicación aún más grande para consensuar una noción de servicio público de radiodifusión, cuyos modelos -sobre todo en Europa- se han modificado en las últimas décadas en el marco de cambios en los contextos económicos, políticos y tecnológicos (Bardoel y d'Haenens, 2008). En el mismo sentido, Jonas Valente recuerda que "el uso de la expresión *public service broadcasting* (servicio público de radiodifusión) guarda sentidos distintos, siendo aplicado sólo a los medios públicos en algunos países o al conjunto de medios de concesionarios de canales de radio o de TV terrestres,

4 En el artículo 21 la ley reconoce la gestión estatal, la gestión privada con fines de lucro y sin fines de lucro -donde se reconoce la actividad de medios comunitarios y del sector cooperativo-, mientras en su artículo 27 autoriza la asignación de frecuencias para personas de existencia ideal de derecho público estatal, universidades nacionales, institutos universitarios nacionales, la Iglesia Católica y los Pueblos Originarios.

5 Tal como señala Guillermo Mastrini, el cuarto principio, de indivisibilidad, que garantizaba en los países europeos durante la década del '80 el monopolio público del servicio de radiodifusión por motivos de eficiencia -en la búsqueda del interés público- y de rentabilidad, fue cuestionado crecientemente, y puntualmente en materia de radiodifusión carece de justificativo, en tanto esta área debe responder a imperativos de pluralismo y diversidad como valores guías de la persecución del interés público (2013: 56).

como es el caso de Reino Unido" (2009: 25). Retomando a Guillermo Mastrini, es importante retener dos dimensiones que se suelen abordar con esta misma expresión: por una parte, aquella definición del escenario comunicacional mediático cuando el Estado fija objetivos de servicio público para todo el sistema -más allá de los tipos de operadores-, los planifica, establece formas de cumplirlos y contempla penalidades; por otra parte, la expresión también suele identificar a la actividad de las corporaciones que funcionan bajo la lógica de servicios de radio y televisión sin fines de lucro, con algún tipo de propiedad pública, no necesariamente estatales -pero que generalmente son de propiedad estatal- y que intentan dar representación plural a la totalidad de los intereses de la sociedad. Focalizados en esta última dimensión, es útil recuperar que la noción incluye "a los medios gestionados directa o indirectamente por el Estado, los principios programáticos que los rigen y los legitiman en el conjunto del sistema de medios de un país (o región) y las normas que estructuran su organización y funcionamiento" (Valente, 2009: 25).

Van Cuilemburg y McQuail (2005) han reconocido dos tradiciones históricas importantes en la estructuración del sistema de radiodifusión: la norteamericana, que prioriza la entrega de licencias a actores privados, favoreciendo el desarrollo de un sistema mediático comercial, bajo control estatal; y la europea, con un histórico recorrido de gestión pública de medios estatales. Este modelo europeo incluía inicialmente características como la creación de corporaciones públicas para la gestión de los medios; el monopolio de los servicios de radio y televisión; el financiamiento asegurado a través de un canon; la obligación de la cobertura nacional total y de una programación balanceada. Este modelo europeo de corporación de SPR ha constituido el núcleo desde el cual surgieron los lineamientos básicos en la búsqueda de un modelo latinoamericano.

En América Latina las primeras definiciones guías sobre el SPR las entregó el venezolano Antonio Pasqualí (1991). A partir de allí una vasta cantidad de autores y organizaciones se han preocupado por trazar puntos clave a los que se debe atender:

- Garantía de universalidad, continuidad, renovación tecnológica, profesionalismo, alta calidad y diversidad interna.
- Garantía de representación política y cultural equilibrada, intentando no favorecer algunas visiones sobre otras.
- Balance en la diversidad de géneros mediáticos presentados.
- Participación social en las decisiones y producciones vinculadas a este servicio.
- Independencia respecto de presiones económicas de las lógicas netamente mercantiles y las gubernamentales.
- Respeto por la representación federal en sus contenidos y sus directivos.
- Organización directiva colegiada sin mayorías políticas claras.
- Financiación mixta.
- Interpelación a ciudadanos y no a consumidores (Barbero, Rey y Rincón, 2000).

Con esto se concluye que la propiedad estatal no garantiza que el servicio asuma las características de un medio público. Para esto debe gestarse una tradición por "lo público" y debe evidenciarse una voluntad de las fuerzas políticas gobernantes y con mayor peso en las disputas políticas. Además, estas características convierten a cualquier medio público en una empresa costosa y de consolidación a largo plazo, en tanto no son sólo variables económicas, de contenidos y audiencias las que se deben considerar, sino también de acceso, participación social, financiamiento y transparencia. Por lo tanto, la sociedad en su totalidad debe estar convencida del valor específico de esa inversión.

Durante el debate que rodeó a la sanción de la Ley 26.522 en Argentina, una crítica constante

señalaba la "lamentable tradición de hacer de los medios públicos instrumentos del gobierno de turno" (García Leiva, 2005: 301). Con estos cuestionamientos de fondo, la norma dispuso 26 artículos del Título VII⁶, referidos a los servicios de radiodifusión del Estado nacional, donde se deja atrás el rol subsidiario que le asignaba a estos medios la Ley 22.285⁷ -creada durante la última dictadura militar argentina- y donde se crea Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA SE), entidad "que tiene a su cargo la administración, operación, desarrollo y explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional". Otro punto importante es la indicación para que RTA SE difunda un mínimo de 60 % de producción propia y un 20 % de producciones independientes en todos los medios a su cargo⁸. En sus obligaciones y objetivos, en los artículos 121 y 122, se atiende a los imperativos de garantía de cobertura de todo el territorio nacional, de promoción del pluralismo y del federalismo, de la garantía de derecho a la información, de producción propia, de difusión de producción audiovisual nacional, regional y latinoamericana. También se atiende a la necesidad de programación infantil, "así como a sectores de la población no contemplados por el sector comercial".

La Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en sus Estándares de Libertad de Expresión, indica que "para que los medios públicos puedan realmente cumplir su función, debe tratarse de medios públicos independientes del Poder Ejecutivo; verdaderamente pluralistas; universalmente accesibles; con financiamiento adecuado al mandato previsto por la ley; y que contemplen mecanismos de rendición de cuentas y de participación de la comunidad en las distintas instancias de producción, circulación y recepción de contenidos" (CIDH, 2010). En la misma dirección, en Argentina, los *21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación* de la Coalición por una Radiodifusión Democrática⁹ señalaban que "los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población".

No hay en la LSCA una definición explícita sobre la actividad de los medios de gestión estatal como "servicio público", pero los artículos incluidos en el Título VII dejan ver la revisión de la tradición teórica latinoamericana que ha problematizado este tema¹⁰, de experiencias bien reputadas en el mundo en la gestión de medios públicos -visibles en sus notas- y de recomendaciones institucionales, ancladas en la perspectiva de la democratización de las comunicaciones. De tal forma, todo ese apartado de la norma puede leerse como la prescripción de un modelo de medios públicos que responde a los lineamientos teóricos señalados, pero que debe encontrar su aplicación adecuada en la práctica concreta, que incluye la interacción y negociación de distintos sectores políticos y sociales.

6 Artículos del 119 al 144 de la LSCA 25.622

7 La norma establecía que el Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR) debía ser prestado por "un conjunto de estaciones de radiodifusión y de repetidoras" que funcionen "subsidiariamente respecto de las estaciones privadas, cuando así lo exijan razones de seguridad nacional, solamente en aquellos lugares donde no concurra la actividad privada, por su baja densidad demográfica o escaso interés comercial".

8 Las definiciones incluidas en el artículo 4 de la Ley 26.522 reconocen a la producción independiente como aquella "producción nacional destinada a ser emitida por los titulares de los servicios de radiodifusión, realizada por personas que no tienen vinculación societaria con los licenciarios o autorizados".

9 Este documento fue la base sobre la que se redactó la aprobada LSCA. Fueron directrices diseñadas en 2004 por esta coalición integrada por sindicatos del sector, radios comunitarias, académicos del campo de la comunicación, universidades nacionales, el movimiento cooperativo y organismos de DD.HH.

10 Los lineamientos referidos a los servicios públicos genuinos fueron descriptos más arriba.

II. Instituciones para la participación y el control

Valerio Fuenzalida (2001) ha extendido propuestas en torno a las instituciones necesarias para plasmar la refundación de los medios públicos en la región. Ha planteado que un estatuto real de autonomía en la televisión pública de Estado precisa de un “acuerdo político consensual muy amplio” y una ingeniería jurídica para constituir una dirección superior de la empresa diferente de su administración ejecutiva, como dos instancias integradas por personas con funciones diversas”. En el inicio del siglo XXI, el autor remarcaba que el directorio de una emisora pública de televisión “debe garantizar el desarrollo industrial-empresarial, por lo cual los integrantes deben tener tanto confianza política como capacidad empresarial”.

Es interesante observar cómo las “atribuciones y obligaciones” indicadas al directorio de RTA SE incorporan, de modo claro y preciso, acciones a desarrollar que responden a demandas de transparencia y controles cruzados (reglamento de funcionamiento; código de ética; mecanismos de control; plan de gastos y recursos; auditorías internas; informes ante el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos y la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual). Por otra parte, el artículo 139 señala taxativo que “es obligación permanente e inexcusable del directorio dar a sus actos la mayor publicidad y transparencia en materia de recursos, gastos, nombramientos de personal y contrataciones”. Significa toda una novedad en el país la creación por ley de una sociedad del Estado a cargo de la gestión y la administración de los medios nacionales, con objetivos, obligaciones, pautas claras de financiamiento y con la conformación plural del directorio de la sociedad, además de un diagramado institucional —que incluye la creación de organismos— para potenciar la participación, el control desde diferentes sectores y el equilibrio de poderes. Las notas incluidas por la misma LSCA señalan que la estructura organizativa establecida por la norma para los medios estatales toma como modelo los lineamientos de la Televisión Nacional de Chile y que el Consejo Consultivo fue pensado desde las experiencias de la televisión pública alemana y francesa. Un atento repaso por la letra de la ley permite ver que 5 instancias institucionales diferentes, creadas por la misma norma, pueden ejercer supervisión de los medios gestionados por el Estado nacional. En forma específica, la Comisión Bicameral y el Consejo Consultivo deben controlar e informar sobre el apego del funcionamiento de estos medios a lo señalado por la norma, y en forma más general, el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y la Defensoría del Público deben velar por el cumplimiento de la norma, preparar informes y retomar denuncias.

Este armado institucional se encuadra en lo que el Colectivo Intervozes de Brasil (2009: 6 y 7) reconoce como un modelo complejo, que no excluye necesariamente a los gobiernos de las instancias decisorias pero que intenta impedir la injerencia gubernamental excesiva. Allí plantean que este modelo se caracteriza “por la existencia de un conjunto de otros dispositivos de intervención y participación popular tendientes a legitimar el sistema y a conectarlo con el conjunto de los ciudadanos, como los comités de periodismo, los consejos de audiencia y las consultas públicas, además de dispositivos internos como ombudsman o auditorías”. En efecto, la Ley 26.522 plantea diferentes espacios para distintas instancias de representación social y política, con la potencialidad de vehicular controles, exigencias y/o reclamos. De este modo, la Comisión Bicameral, compuesta por 8 senadores y 8 diputados, tiene potestad de nombrar a 3 directores en RTA SE y 3 directores de la AFSCA, en representación de las 3 primeras minorías parlamentarias. En estas dos entidades también tiene representación el Poder Ejecutivo, con la potestad de nombrar a los presidentes y a un director para cada espacio. Un contrapeso importante a la designación directa, a cargo del PEN, de los presidentes de estos directorios, es la aclaración taxativa que incluye la norma para que existan “dos años de diferencia entre el inicio del

mandato de los directores y del Poder Ejecutivo”.

Por otra parte, el Consejo Federal¹¹ nombra a dos directores en RTA SE. Uno de ellos debe garantizar la representación de las carreras de ciencias de la comunicación, y el otro debe surgir de los representantes de provincias, el sector privado comercial, los medios sin fines de lucro, las universidades nacionales, de los sindicatos de medios, entidades gestoras de derechos y pueblos originarios, que integran ese espacio. Además, en el Consejo Consultivo Honorario debe haber representación de los sindicatos con mayor incidencia en RTA SE, de organismos de derechos humanos y defensa al consumidor, de las carreras de comunicación, pueblos originarios, regiones del país, del Consejo Federal de Educación y del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia creado por la misma norma. En el modo de funcionamiento de estas instituciones y mecanismos propuestos desde la LSCA se juega parte del desafío de mayor participación de los distintos sectores sociales y políticos en los medios del Estado, pero también en las iniciativas de las organizaciones y representantes de sectores de la sociedad civil, en una dinámica que puede y debe dar lugar a una cultura política participativa renovada para el sector.

Con todo esto, la norma contempla un directorio plural y representativo de fuerzas políticas, gremiales y académicas, diferenciado de la conducción ejecutiva de los medios abarcados por RTA SE. Mientras la administración ejecutiva de estos medios tuvo continuidad con respecto al periodo inmediato anterior a la sanción de la norma, los nombramientos en el directorio de RTA SE tuvieron un largo camino, marcado por la fuerte disputa política que siguió a la sanción de la Ley 26.522 y que caracterizó el debate en la materia entre las fuerzas políticas partidarias desde el inicio mismo del proceso de redacción del proyecto de ley. Esta situación se expresó en el irregular funcionamiento que tuvo hasta el momento la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual¹². Además, la conformación institucional de RTA SE no ha sido completada a la fecha (marzo de 2014), en tanto el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos no fue reglamentado ni se definieron los mecanismos para la elección de sus miembros. La vacancia en la conformación de este órgano impidió la realización de audiencias públicas con participación abierta y puesta al tanto de las actividades de la entidad. Esta situación fue advertida por los representantes de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (Fadeccos) y de la Red de Carreras de Comunicación y Periodismo (Redcom)¹³, y por un grupo de diputados¹⁴. Además, en agosto de 2013 la senadora Norma Morandini presentó dos proyectos de comunicación donde reclama información referida al funcionamiento de RTA SE. En un primer proyecto solicita precisión sobre la programación propia e independiente, las productoras contratadas, los productos realizados y los montos de contrataciones. Sobre este punto, cabe apuntar el reclamo conjunto que llevaron adelante 3 sindicatos de Canal 7 en 2013, por “más trabajo, más participación y menos tercerización” en la producción de los programas de la emisora. En un segundo pedido, Morandini reclamó información sobre los convenios firmados con otras entidades, la situación del Consejo Consultivo y del Código de Ética, sobre estudios especiales o consultorías encargadas a terceros y sobre la situación del Archivo Histórico de los Servicios de Radiodifusión Sonora y Televisiva del Estado Nacional, creado por decreto en abril de 2013.

11 Este Consejo Federal también nombra a 2 integrantes del directorio de la AFSCA, con la garantía de representación de las facultades o carreras de comunicación. Al mismo tiempo, la entidad cuenta con un representante de los medios públicos de todo el país.

12 Este espacio se reunió por primera vez en diciembre de 2009, pero recién en octubre de 2012 se formalizaron los nombramientos de los representantes de todas las minorías parlamentarias en RTA SE.

13 <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-205741-2012-10-17.html>

14 Presentaron un proyecto de resolución para conocer los motivos por la no conformación del Consejo Consultivo.

III. La financiación de los Medios Públicos en la LSCA

Uno de los puntos de debate que genera mayores interrogantes en la región es el que indaga en las formas de financiación adecuadas. El ingreso a este tema sólo es posible hacerlo una vez que se ha convenido que es siempre el ciudadano quien financia los medios de comunicación. Lo hace de distintas formas, que pueden ser directas, como el pago de un canon, como ha sido históricamente el caso en varios países de Europa para solventar los medios públicos, o que pueden ser indirectas, como es el caso de los medios financiados exclusivamente por la publicidad, donde es el consumidor quien paga un porcentaje del costo de los productos que compra, que incluye el gasto en publicidad. Antonio Pasquali (1995) llamaba a “mantener fuertes servicios radiotelevisivos públicos, financiados en partes aproximadamente iguales por la triada erario público, impuesto directo contribuyente y publicidad”. Sin embargo, la organización internacional defensora de la libertad de expresión, Artículo XIX, señala que “muchas cuestiones de interés en las emisoras de servicio público, notablemente el nombramiento de la junta gobernante y la estructura de financiación, son esencialmente pragmáticas de naturaleza y dan lugar a diferentes planteamientos. Lo que mejor funcione en un país determinado dependerá de su historia, sus estructuras políticas, el desarrollo de la sociedad civil, el entorno en su totalidad de los medios de comunicación social, etcétera” (2005: 4). En todo caso, debe tenerse particular atención a las tradiciones, herencias y a las situaciones concretas y específicas presentadas por cada país. Por ejemplo, en América Latina -y Argentina no es la excepción- la inclusión del canon para el servicio público no cuenta con experiencias ejemplares y debe encontrar justificativo en una legitimidad social de los medios gestionados por los Estados que todavía figura como un desafío. Arroyo, Becerra, García Castillejo y Santamaría concluyen que el financiamiento debe ser “adecuado” para que los medios estatales asuman un protagonismo en el sistema y cuenten, para eso, con la tecnología necesaria. Además, debe ser “estable” y “previsible” para permitir la planificación a largo plazo; y debe organizarse de tal modo que no comprometa la autonomía editorial y administrativa de las emisoras a través de posibles presiones comerciales o políticas (2013: 148 y 149). Por otra parte, a partir del análisis de tres casos europeos (Italia, Francia y Gran Bretaña), Pasquali propone que “un Servicio Radiotelevisivo Público eficaz y eficiente dispone de presupuestos anuales aproximadamente equivalentes a un tercio del gasto nacional en Educación Superior Pública” (2004).

La LSCA establece que el financiamiento de RTA SE debe provenir:

- del 20 % del gravamen establecido en su artículo 94 para los titulares de servicios de comunicación audiovisual y para los titulares de registro de señales¹⁵ -del cual están exentos los medios de RTA SE-;
- del presupuesto nacional votado en el Congreso;
- de la venta de publicidad;
- de la comercialización de su producción (exenta del gravamen de la norma);
- de auspicios, patrocinios, donaciones, legados;

¹⁵ El gravamen para los titulares de licencias consiste en una suma proporcional al monto de “la facturación bruta correspondiente a la comercialización de publicidad tradicional y no tradicional, programas, señales, contenidos, abonos y todo otro concepto derivado de la explotación de estos servicios”. Por otra parte, el gravamen para los titulares de registro de señales consiste en un monto proporcional a la suma de “la facturación bruta correspondiente a la comercialización de espacios y publicidades de cualquier tipo, en contenidos emitidos en cualquier de los servicios regulados” por la norma. (Ley 26.522). Estos montos se calculan en base a categorías y porcentajes enumeradas en la LSCA.

Si bien no existe indicación precisa respecto a porcentajes o sumas que deben ser aportadas por el presupuesto nacional, sí se contempla la exigencia a los medios privados -con y sin fines de lucro- de financiar a los medios estatales, por medio de un gravamen justificado en el beneficio económico que ganan estos licenciatarios con el uso de un recurso finito como es el espacio radioeléctrico. También se permite la venta de espacios para la publicidad y la comercialización de su producción, en consonancia con la triada señalada por Pasquali para favorecer la independencia de las decisiones respecto de intereses políticos y comerciales. Esta autorización de varias bocas de financiamiento, que incluye a la publicidad, debe ser subrayada en función de la creciente crítica que realizan en Europa los medios privados comerciales en contra del financiamiento mixto, fundada en criterios, según afirman, de "competencia desleal" (Bardoel y d'Haenens, 2008: 15). Un punto a revisar con atención es la falta de precisión respecto de los aportes provenientes de las arcas públicas, situación que deja esa resolución en manos de negociaciones políticas, lo que eventualmente puede conspirar contra la previsibilidad financiera de los medios.

La discusión sobre la financiación de estos medios obliga también a transparentar y sincerar cuestiones relativas a la gestión de las pautas publicitarias oficiales y a la organización de las publicidades comerciales, y a las distorsiones que estas pueden generar. La propia norma avanza en ese sentido al señalar en el artículo 76 que "para la inversión publicitaria oficial el Estado deberá contemplar criterios de equidad y razonabilidad en la distribución de la misma, atendiendo a los objetivos comunicaciones del mensaje en cuestión".

IV. Expectativas

Las expectativas sobre el futuro de los medios estatales son altas y cuentan con un piso sólido en la letra de la LSCA. Dicho esto, no puede ignorarse que se trata de procesos de largo alcance donde los cambios difícilmente se produzcan bruscamente, independientemente de las bondades de una legislación y la voluntad de actores políticos y sociales específicos. Por otra parte, Murilo César Ramos ha destacado que este proceso de re-regulación de los medios en América Latina se ha concentrado sobre todo en los medios analógicos, pero no ha mostrado la misma atención con los nuevos medios digitales (2010: 27). En todo el capítulo de la norma referido a los medios del Estado sólo se encuentra una mención que puede entenderse como tendiente a considerar la expansión del consumo de productos audiovisuales en Internet y a habilitar el desarrollo de estrategias de emisión en esa plataforma¹⁶. En el mismo sentido, Arriaza y Nord (2008: 9 y 11) reconocen a "la digitalización" como "la tercera era del servicio público en el siglo XXI" y enfatizan en que los SPR deben "presentarse en nuevos formatos para atraer a la audiencia, que simultáneamente se vuelve más individualizada y fragmentada". Al tiempo que dan cuenta de la existencia de diferentes estrategias a seguir por los SPR en Internet, estos autores remarcan que "en general, las políticas nacionales de medios en Europa no se han focalizado particularmente en principios y directrices sobre de la presencia en la Net del servicio público", y lo mismo puede señalarse respecto de la LSCA. Sin embargo, debe subrayarse que desde 2008 la TV Pública destinó un área específica para la administración de los contenidos en Internet y para concebir un sistema interconectado de medios. A esto sumó su afianzamiento en 2009 de los perfiles oficiales en redes virtuales como *Facebook* y *Twitter*, la creación de un canal exclusivo de transmisión de contenidos en la plataforma digital *You Tube*, y la

¹⁶ Uno de los puntos de las obligaciones de RTA SE llama a "producir y distribuir contenidos por diferentes soportes tecnológicos con el fin de cumplir sus objetivos de comunicación teniendo por destinatarios a públicos ubicados dentro y fuera del territorio nacional".

actualización de su página web (Maglieri, 2013: 17), desde donde pueden visualizarse en tiempo real las emisiones del canal. Del mismo modo, Radio Nacional reproduce vía streaming su programación en el portal principal de la emisora en Internet. Allí también ha renovado en 2013 una propuesta gratuita que incluye noticias escritas¹⁷, reportes informativos sonoros, entrevistas radiales, recitales brindados en sus auditorios, radioteatros, material de archivo, programas radiales, investigaciones radiofónicas y contenidos audiovisuales. Por otra parte, cabe remarcar también el ambicioso pero contradictorio proceso de implementación de la Televisión Digital Abierta (TDA) en el país, liderado por el Estado desde 2009¹⁸. Por un lado, realizó una interpelación novedosa a la transición tecnológica bajo el criterio de universalidad del servicio y de facilitación del acceso a las señales a los sectores de menores ingresos¹⁹, y permitió el desarrollo de un grupo de señales estatales temáticas²⁰ en la búsqueda de una perspectiva pública complementaria a Canal 7. Pero por otro lado, en su etapa inicial el proceso carece de instancias participativas y abiertas para organizar esta transición según criterios debatidos y consensuados, tal como sucedió con la LSCA, ya que el plan de implementación fue decidido con decretos y sin la realización de concursos públicos. Además, más allá de la concepción del presidente de RTA SE, Tristán Bauer, según la cual “las emisoras públicas trabajan hermanadas en lo que va a significar la TV digital”²¹, las señales temáticas mencionadas no trabajan bajo la órbita del organismo creado por la Ley 26.522 y dependen de diferentes carteras, con las dificultades que esta situación puede implicar en términos de participación, financiamiento, coordinación y cooperación.

La necesidad de una mayor legitimación social y política para estos medios se vuelve impostergable en el entorno digital, en tanto existen argumentos que señalan como innecesario el mantenimiento de programación de SPR desde el momento en que los medios comerciales y las nuevas tecnologías ofrecerían elecciones sin límites (Jakubowicz, 2011: 223). En respuesta a dicho argumento, la Declaración Conjunta de Relatores de Libertad de Expresión de diciembre de 2007²² señala 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 que el cambio promueva, en lugar de limitar, los medios públicos”.

Las herencias institucionales así como las prácticas políticas y percepciones sociales no se modifican velozmente por obra de una ley o decreto. Al mismo tiempo, la concentración de la propiedad en todos los soportes audiovisuales, la centralización geográfica de la producción en la Ciudad de Buenos Aires, la limitada diversidad de fuentes, la participación sesgada y la demanda concentrada (Mastrini, Becerra, Marino, 2012: 20) en el mapa mediático argentino hacen imperiosa la existencia de medios públicos

17 Las noticias son replicadas en inglés, italiano y portugués.

18 Este plan encabezado por el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios incluyó la instalación de 70 plantas transmisoras, la entrega gratuita de decodificadores y el financiamiento vía concursos de producciones audiovisuales digitales.

19 La entrega de decodificadores digitales comenzó dirigida a jubilados y beneficiarios de planes de asistencia social.

20 Son los canales Encuentro -que inició su actividad antes que la TDA-, DeporTV y Pakapaka, dependientes del Ministerio de Educación; TecnópolisTV, dependiente del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva; e IncaaTV, vinculado al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales.

21 Entrevista disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/19-28501-2013-04-28.html>

22 Declaración Conjunta del Relator Especial de Naciones Unidas sobre Libertad de Opinión y de Expresión, el Representante de la OSCE sobre Libertad de los Medios de Comunicación, el Relator Especial de la OEA sobre Libertad de Expresión y la Relatora Especial de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información.

Disponible en <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=719&IID=2>

genuinos, valorados y defendidos como tales por la totalidad de la sociedad. Para que esto suceda, distintos sectores sociales, políticos, culturales y étnicos deben sentirse representados y expresados en estos medios, lo cual hace más necesario el cambio de la tendencia histórica de utilización gubernamental de las emisoras gestionadas por el Estado nacional. El modo en que se concrete el modelo trazado por la norma para RTA SE será crucial en el periodo inicial que marca su institucionalización como órgano público, y lo será porque esta etapa tiene la potencialidad de volver imprescindibles a los medios estatales en la consideración de la sociedad toda. Por otro lado, ante los cambios en curso en las formas de los consumos culturales, los medios llamados a ser públicos tienen en sus manos la posibilidad de generar una "marca contenedora", legitimada y legitimadora, que se vincule con los desarrollos tecnológicos bajo criterios de universalidad y gratuidad, para facilitar la distribución de diferentes contenidos en varias plataformas (Internet, dispositivos móviles, señales digitales y analógicas). Esta empresa supone acompañar a la LSCA con nuevas medidas para la profundización de la democratización de las comunicaciones en un escenario de convergencia tecnológica. En este sentido, implica abordar con la misma intensidad discusiones en torno a la legislación y a la intervención estatal en las telecomunicaciones e Internet, pues en ese campo también se juega el futuro de la construcción de "lo público", en tanto la tecnología existente ya permite entregar servicios convergentes: audiovisuales, de telefonía y de Internet. Por lo tanto, es preciso encarar debates pendientes en torno a la neutralidad de la red, las condiciones de privacidad, las formas de conectividad a Internet y sobre los criterios predominantes para la explotación del *dividendo digital* producto de la multiplicación de señales que permite la digitalización. Esto supone debatir opciones, otra vez, pero en un nuevo contexto, que pueden priorizar lógicas públicas frente a lógicas puramente mercantiles.

El proceso de discusión, sanción e implementación de la norma analizada debe ser leído como parte de un escenario político polarizado y en movimiento desde poco tiempo después del inicio de la primera gestión presidencial de Cristina Fernández de Kirchner. Durante este periodo inédito de debate público respecto al rol de los medios masivos de comunicación se han puesto en conversación pública diferentes y enfrentadas concepciones sobre temas como la libertad de expresión, el rol del periodismo, la concentración de la propiedad de medios y la intervención estatal en los sistemas mediáticos (Marino, Mastrini y Becerra, 2010: 16). Este proceso puede servir de muestra actual y dinámica sobre la naturaleza conflictiva, abierta y productiva de los procesos de generación de instituciones y de institucionalización de acuerdos sociales. Y esta advertencia debe aplicarse al modo de asumir la recreación de "lo público" en los medios del Estado nacional. Esto es, el enfoque sobre medios públicos genuinos debe incorporar la dificultad de pensar "lo público" en tanto matriz incluyente, como ha sido planteado, pero debe hacerlo "en el marco de representaciones colectivas -en tanto interpretaciones y evaluaciones- no siempre similares y compartidas, sino también diferentes, contradictorias y hasta antagónicas" (Exeni, 1998: 95), y en un contexto económico y social que otorga -y otorgó históricamente- posibilidades de acceso y participación, materiales y simbólicas, desiguales en los medios masivos de comunicación y en el espacio público. La Ley 26.522 crea organismos de dirección y control pluripartidarios, multisectoriales y federales para los medios estatales, diferenciados de los organismos de gestión, pero no puede pensarse que estos espacios podrán abstraerse de las discusiones políticas y partidarias en torno a su acción y en torno a cualquier cuestión de debate público. Por el contrario, imperativos de participación social y de independencia respecto a presiones comerciales y gubernamentales, deben reconocerse atravesados en el ruedo de las discusiones y negociaciones políticas, en las cuales se expresan las tensiones entre lógicas mercantiles y lógicas públicas que cruzan la actividad estatal. Estos espacios de dirección plurales deben poder protagonizar procesos performativos de incorporación productiva de las disputas políticas, económicas y sociales sobre la comprensión de "lo público" y sobre la producción de sentidos. Esta

asunción de la conflictividad no debe clausurar el diálogo sino potenciarlo, sumando incluso a aquellos sectores que han quedado sin representación en los órganos de dirección, control y gestión de los medios en manos del Estado nacional. Las demoras evidenciadas para la conformación total de los directorios de AFSCA y RTA SE, sumadas a la vacancia de la constitución del Consejo Consultivo de los Medios Públicos, no evidencian una rápida asimilación del sistema político de la convocatoria que realiza la norma para la constitución de una nueva tradición sobre “lo público”. La actividad de estos medios, productora de contenidos con valor simbólico y económico, debe ser expresiva de esa conflictividad constitutiva de lo social y de esa disputa política en torno a los sentidos sociales. En todo caso, estos medios -su pantalla, su dirección, su gestión, sus formas de control y participación social- deben ser capaces de generar un espacio donde esa conflictividad inevitable se desenvuelva de forma democrática, igualitaria, participativa, formativa y sin exclusiones.

Referencias bibliográficas

- Arriaza Ibarra, Karen y Lars W. Nord (2008). *What is public service on the Internet? Digital challenges for media policy in Europe*. 2º Conferencia de la European Communication Research and Education Association. Barcelona.
- Arroyo, L., Becerra, M., García Castillejo, A. y Santamaría O. (2012). *Cajas Mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Tecnos.
- Artículo XIX (2005). *Una ley modelo para emisoras de servicio público*. Londres: Artículo XIX.
- Badillo, A., Mastrini, G. y Marengi, P. (2012). *Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina*. Salamanca/Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes/ Universidad de Salamanca.
- Barbero, J.M., Rey, G. y Rincón O. (2000). Televisión pública, cultural y de calidad. *Revista Gazeta*. 47, 50-61. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Bardoel, J., d’Haenens, L. (2008). Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems. *Media, Culture & Society*. 30, 337-355. Londres: Sage.
- De Charras, D., Lozano, L. y Rossi, D. (2013). *Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación*. En Mastrini, G., Bizberge, A. y de Charras D. (eds.), *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* (pp. 25-52). Buenos Aires: La Crujía.
- Exeni, J. L. (1998). *Políticas de Comunicación*. La Paz: Fundación Plural.
- Fuenzalida, V. (2001). Hacia la reforma de la TV pública en América Latina. *Infodac Suplemente Especial*. 8, 1-8. Buenos Aires: DAC.
- García Leiva, T. (2005). *Fin de Milenio: Concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando de la Rúa*. En Mastrini, G. (comp.), *Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)* (pp. 287-308). Buenos Aires: La Crujía.
- Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social (2009). *Contribuição ao II Fórum Nacional de TVs públicas*. San Pablo: Intervozes.
- Jakubowicz, K. (2011). *Public Service Broadcasting: Product (and Victim?) of Public Policy*. En Mansell, R. y M. Raboy (Eds.), *The Handbook of Global Media and Communication Policy* (pp. 210-229) . Oxford: Blackwell Publishing.

- Maglieri, A. S. (2013). *El concepto de tv pública y la ampliación del acceso. Canal 7 de argentina*. VIII Congreso Internacional ULEPICC en la Universidad Nacional de Quilmes.
- Mastrini, G., Mestman, M. (1995). *¿Desregulación o rerregulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota*. I Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación de Buenos Aires.
- Mastrini, G. (2013). *Medios públicos y derecho a la comunicación*. En Mastrini, G., Bizberge, A., De Charras, D. (Eds.), *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* (pp. 53-74). Buenos Aires: La Crujía.
- Mastrini, G., Becerra, M., Marino, S. (2012). *Mapping Digital Media: Argentina*. Nueva York: Open Society Foundations.
- Mastrini, G., Becerra, M., Marino, S. (2010). El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina. *Oficios Terrestres*. 25, 11-24. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.
- McQuail, D. (1992). *La acción de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Monje, D. (2006). Apuntes para el estudio de Políticas de Radio y TV frente a procesos de integración regional. Caso MERCOSUR. *UNIrevista*. 3, 1-10. Río de Janeiro.
- Murilo Ramos, C. (2010). Possibilidades de una nova agenda para as políticas de comunicação na America Latina. *Revista RECIIS*. 4, 20-28. Río de Janeiro.
- Pasquali, A. (1991). ¿Qué es una radiodifusión de servicio público? *El Orden Reina*. Caracas: Monte Ávila.
- Pasquali, A. (1995). Reinventar los servicios públicos. *Revista Nueva Sociedad*. 140.
- Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2010). *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. Washington: Organización de Estados Americanos.
- Tremblay, G. (1988). La noción de servicio público. *Revista Telos*. 14, 57-63 Madrid: Fundesco.
- Van Cuilenburg, J., McQuail, D. (2005). Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación. *European Journal of Communication*. 2, 181-207. Londres: Sage.
- Valente, J. (2009). *Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação Social*. En Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social (Ed.). *Sistemas públicos de comunicação no mundo. Experiencias de doze países e o caso brasileiro* (pp. 25-46). San Pablo: Intervozes/Paulus.