



Nuevos tiempos, nuevos problemas

El artículo plantea los desafíos que enfrentamos los investigadores argentinos que reconocemos, en la actual coyuntura político-cultural nacional, condiciones particulares, en términos de la articulación comunicación-ciudadanía; desafíos que en el ámbito académico suelen soslayarse o eludirse desde ciertas lógicas institucionales y/o adopciones simplificadas de constructos teóricos.

Palabras Clave: mediatización, derechos a la comunicación, medios masivos, políticas de comunicación.

Descriptor: Políticas de comunicación. Derecho a la comunicación. Medios de comunicación de masas.

Recibido: Abril 30 de 2010

Aceptado: Julio 7 de 2010

Origen del artículo

El artículo constituye una reflexión basada en investigaciones desarrolladas en el marco de las investigaciones que la autora dirige en el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía, del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, y retoma planteamientos realizados en anteriores artículos y conferencias.

New Times, New Problems

This article puts forward the challenges faced by all of us, Argentinian researchers who acknowledge, vis-à-vis the current national political and cultural situation, particular conditions when articulating the terms citizenry-communication; challenges which, in the academic milieu, are usually avoided or eluded from certain institutional logic and/ or simplified adopted theoretical constructs.

Keywords: mediation, communication rights, mass media, communication policies.

Search tags: Communication policy. Communication rights. Mass media.

Submission date: April 30th, 2010

Acceptance date: July 7th, 2010

Nuevos tiempos, nuevos problemas



Producir saber sistemático, ese afán y trabajo de los investigadores suele situarse en campos científicos, en marcos conceptuales, en escuelas y en trayectorias. Y todo eso vale cuando de lo que se trata es de valorar lo producido y, aún más, de detectar las carencias. Pero, tal vez, en esa voluntad de situar lo que sabemos y vamos sabiendo y no sabemos, muchas veces dejamos de lado las condiciones en que producimos el saber

.....
* **María Cristina Mata.** Argentina. Licenciada en Literaturas Modernas y, desde hace treinta años, docente e investigadora de comunicación. Ha publicado algunos libros y numerosos artículos en revistas especializadas. Actualmente es directora de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, universidad en la cual dirigió también la Escuela de Ciencias de la Información. **Correo electrónico:** maritamata@gmail.com.

y cómo ellas nos afectan. O sea, de qué modo las incorporamos como el dato insoslayable que lo vuelve un saber verdaderamente necesario. Un saber para el hacer que es progreso teórico, porque es progreso en el pensar nuestras realidades.

Escribo la palabra *progreso* y asumo su carácter objetable. Tanto se la ha pensado en relación con un decurso lineal, teleológicamente orientado, que, como a tantas otras palabras, hemos preferido echarla al cajón de los recuerdos sin asumir que a veces, al hacerlo, encajonábamos la irrenunciable responsabilidad de acumular para no reiterar, para no descubrir cada vez lo mismo y que ya no dice nada, para no amontonar escritura que ensordece, porque no se puede pronunciar como palabra nueva.

Por eso, respondo a la invitación que me formulara *Signo y Pensamiento*, no con la voluntad de realizar una suerte de balance de la investigación en comunicación en Argentina, sino con la de compartir los desafíos que se nos plantean hoy a quienes, parafraseando las palabras de alguien que ha sabido pensar desde la urgencia sin que ello tornase efímero su pensar —y me estoy refiriendo a Jesús Martín-Barbero—, intentamos discernir entre “saberes desechables y saberes indispensables”¹. Se trata de un discernimiento al que la academia no suele dedicarse, en medio de las inercias de tópicos y perspectivas consagradas. Un discernimiento que implica necesariamente reconocer el campo de estudios de la comunicación, los problemas que lo centran y los que ayudan a descentrarlo y a abrirlo a miradas múltiples y complejas, pero que resulta imposible sin la referencia a eso que la comunicación va siendo como experiencia cotidiana y estratégica en nuestras sociedades.

El origen de algunas preocupaciones

Hace algunos años —en uno de los encuentros anuales que la Universidad Nacional de General Sarmiento dedica a la problemática de la investigación en comunicación— yo hablaba de esos desafíos, en un contexto ciertamente diferente².

Planteaba entonces —y sigo pensando lo mismo— que para situar la problemática de la investigación de la comunicación a principios del siglo XXI no podíamos dejar de aludir a ese momento teórico que, durante la década de los años ochenta, fisuró desde diversos lugares conceptuales, disciplinarios y políticos, esa suerte de “mismidad” entre los medios y la cultura masiva que ellos parecían totalizar.

Fue un momento en el que sin negar la creciente centralidad de los medios masivos en las esferas pública y privada, como fuentes de

.....

1. Tal es el título de un libro que coordinó Friedrich Ebert por encargo del Centro de Competencia en Comunicación de la Fundación.
2. El texto de esa conferencia al que haré referencia en varios tramos de este artículo fue publicado en la primera edición de la *Revista Argentina de Comunicación*, con el título “La investigación en comunicación en la Argentina: deudas y desafíos”.



información y entretenimiento; como fuentes de imaginarios colectivos e identidades nacionales, de época y generacionales; como espacios de legitimación discursiva; como canales privilegiados de difusión de ideas y valores, lo que se puso en cuestión fueron dos estatutos hasta cierto punto contradictorios entre sí que habían alcanzado rango de verdades adquiridas: por un lado, el estatuto de medios y mensajes como instancias superestructurales “derivadas” de peculiares condicionales materiales de producción, típicas de las sociedades capitalistas; por otro, el estatuto de causas eficientes de los procesos de dominación inherentes a dichas sociedades.

Esos cuestionamientos fueron parte de procesos reflexivos que, entre otras cosas, redefinieron las concepciones en torno a la cultura masiva pensada como repertorio de objetos producidos industrialmente y consumidos con efectos unidimensionalmente previsibles; procesos que permitieron repensar las potencialidades estructurantes de los mensajes, al abrir interrogantes hacia la compleja zona de la producción de sentidos en recepción; procesos que permitieron revisar las concepciones instrumentales desde las cuales los artefactos técnicos eran considerados meros transportadores de contenidos.

Fue en virtud de esos procesos que pudieron producirse casi en el mismo momento, por ejemplo, textos como *Pensar sobre los medios*, de Armand y Michèle Mattelart, publicado en 1986, y *De los medios a las mediaciones*, de Jesús Martín-Barbero, editado en 1987. Si los Mattelart pudieron titular “pensar sobre los medios”, con el subtítulo “comunicación y crítica social”, un texto en el cual no se dedican a estudiar esos objetos empíricos que son la prensa, la radio, la televisión, el cine y algunas otras tecnologías utilizadas para la producción y difusión de mensajes; si Martín-Barbero pudo postular desde el título de su libro que debía abandonarse el estudio de los medios para pasar al estudio de las mediaciones y, sin embargo, elaborar algunas de las más productivas lecturas acerca de los medios masivos en la constitución de la peculiar modernidad latinoame-

ricana, fue justamente porque aun sin consensos plenos ni miradas definitivas, los medios habían ido encontrando un lugar compartido con otras instancias institucionales, técnicas y discursivas, en la producción de la cultura. Y fue además porque ese lugar compartido hablaba del reconocimiento de la comunicación (y no de los medios) como un lugar estratégico, tanto en el ámbito económico como simbólico, para el diseño del orden social.

Ese reconocimiento habilitó, en la década de los años noventa, la emergencia de nuevas nociones —entre ellas la de cultura mediática o sociedad mediatizada— que prometían proveer nuevos principios de comprensión de los procesos de producción colectiva de sentido en las sociedades postindustriales.

Aun reconociendo variaciones en los diferentes pensadores que contribuyeron a desarrollar esa noción³, asumir lo que nombra la mediatización implica la imposibilidad de pensar los procesos sociales con independencia de los medios técnicos de producción simbólica, en cuanto son las prácticas las que se reconfiguran por la existencia de esos medios. Una reconfiguración ineludible porque, como bien ha precisado Muniz Sodré, la mediatización es: “un dispositivo cultural históricamente emergente en un momento en el que el proceso de comunicación es de manera técnica y mercadológica redefinido por la información, esto es, por un producto al servicio de la ley estructural del valor también conocida como capital” (Sodré, 2001, pp. 150-151).

Sin embargo, esa reconfiguración ineludible no avanza al mismo ritmo en las diferentes áreas de la sociedad, porque no es único el modo de articulación de las múltiples prácticas e instituciones sociales con las muy diversas organizaciones de medios; es decir, con los modos como las tecnologías y la información, el entretenimiento y la producción de conocimiento convergen mercantilmente.

.....

3. Me refiero a pensadores como Eliseo Verón, Manuel Castells, Anthony Giddens, Marc Augé, Eduardo Subirats, Beatriz Sarlo, Zygmunt Bauman.

De ahí la complejidad de la cultura de nuestra época y la imposibilidad de explicar la totalidad de su funcionamiento, a partir de la identificación de una única matriz de estructuración, como bien planteó en su momento Eliseo Verón. Pero de ahí también la necesidad de postular como objeto privilegiado de conocimiento los peculiares modos de articulación —es decir, los procesos peculiares de mediatización— que se producen entre tecnologías, medios e instituciones en diferentes campos de lo social.

Sin embargo, y de ello da cuenta una buena cantidad de literatura ensayística y de investigaciones, un débil trabajo conceptual y metodológico convirtió la noción de mediatización en un nuevo fetiche y, bajo su manto, resurgieron en los estudios de comunicación dos tipos de perspectiva. Una, de carácter determinista, confiere a los medios técnicos la capacidad de modelar por sí el todo social y a todos los sujetos. O, lo que es lo mismo, considerándolos manifestación indisociable de la racionalidad instrumental que nos gobierna; postula que ya nada puede “saberse” a partir de su análisis, porque ni la distancia epistemológica ni la negatividad crítica alcanzan para sustraerse a la devastación de lo humano que les es inherente.

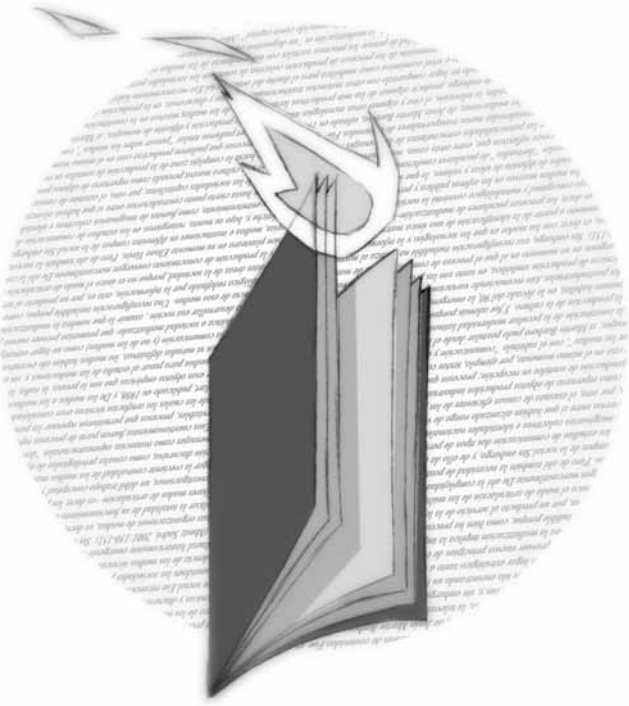
Es una perspectiva que me atrevo a calificar de regresiva, en tanto, por ejemplo, inhabilita las discusiones políticas y teóricas acerca de los sistemas tecnológicos que una comunidad determinada debe y puede desear, diseñar, rechazar, y en cuanto encubre nuevamente, bajo el determinismo de las estructuras, la indeterminación siempre contradictoria, tensionada y relativa de los procesos subjetivos e históricos. La otra perspectiva es igualmente regresiva. Es la que, reconociendo las insoslayables transformaciones operadas por la creciente incidencia de medios y tecnologías de la información en la producción de la subjetividad y las interacciones colectivas, debilita al límite su carácter matricial, al depositar en el uso de esos medios y tecnologías, y en los contextos y situaciones particulares, la clave de comprensión del orden dominante e, incluso, la posibilidad de su transformación.

En ambos casos ocurre que las rupturas y desplazamientos teóricos no parecen haber posibilitado el diseño de líneas o corrientes consistentes de investigación, las cuales —sin reponer a los medios como totalizadores de la comunicación— permitan dar cuenta de aquello que, según Armand Mattelart, caracteriza a cada época histórica y a cada tipo de sociedad; una peculiar configuración que en distintos ámbitos —económico, social, técnico y mental— y en distintas escalas —local, nacional, regional e internacional— produce siempre un concepto hegemónico de comunicación.

A partir de esas reflexiones planteaba que el desafío era, entonces, preguntarnos por ese concepto hegemónico de comunicación en la sociedad argentina y, más aún, cómo se producía en distintos ámbitos y a diversas escalas; esto, porque, sin duda alguna, ningún concepto hegemónico podría producirse sin subsumir diferencias, desigualdades y divergencias.

La dificultad que encontraba para responder a esa pregunta era —y de alguna manera lo sigue siendo— la falta de discusiones sostenidas en elaboraciones conceptuales y evidencias empíricas que permitieran deslindar las investigaciones que siguen haciendo de los medios causas de representaciones y conductas, de aquellas otras que los piensan y analizan como interfaces de prácticas materiales y simbólicas. Una diferencia que no es menor para poder reconocer el concepto hegemónico de comunicación que caracteriza a una determinada sociedad y, consecuentemente, los conceptos resistentes, o residuales, o emergentes a partir de los cuales diferentes actores pueden y deben pensar su acción en diversas esferas de práctica.

En el mismo número de la *Revista Argentina de Comunicación* en que se publicó parte del texto de aquella conferencia, Guillermo Mastrini, en su carácter de editor de Mucho ruido, pocas leyes, un libro referido a la economía y las políticas de comunicación en Argentina entre 1920 y 2004, concedía una entrevista en la que, entre otras cosas, señalaba de qué modo mientras: “la aproximación de los estudiosos de la comunicación en los



setenta a la economía fue bastante instrumental”, predominando: “los estudios de propiedad de los medios, con el objetivo principal de justificar posteriormente el análisis ideológico de dichos medios”, en la actualidad:

El planteo es mucho más ambicioso y busca, no sólo entender la estructura de propiedad, sino analizar la especificidad económica de los procesos de producción industrial de la cultura, analizar los desplazamientos estratégicos en el sector con problemas concretos como la concentración, la convergencia y la generalización de un mercado mundial de la comunicación, y combinar estos estudios con otras investigaciones con el objetivo de relacionar la incidencia de la producción en los fenómenos de recepción y viceversa. (*Revista Argentina de Comunicación*, 2006, pp. 134-135)

Sin embargo, y a pesar de esa ambición, en la misma entrevista Mastrini señala una “evidente dificultad”: “estamos atrasados —señalaba— en el desarrollo de herramientas teórico metodoló-

gicas que permitan articular los diagnósticos de la economía política con otras investigaciones” (2006, p. 137). Una afirmación que, analizando la producción argentina de investigaciones académicas en comunicación realizadas durante los primeros años de este siglo, también podía haber sido realizada por quienes, desde la perspectiva de los estudios culturales, asumían dificultades para poner en juego la problemática de la producción de sentidos en recepción, la construcción de imaginarios e identidades, la reconstrucción de modos de hacer e interactuar, en el marco de las constricciones del mercado y las regulaciones normativas de la comunicación pública.

Como se advierte, las preocupaciones y los desafíos de aquel entonces estaban vinculados a esas debilidades o facilidades del pensar que trataba de explicitar con el recurso al aplanamiento que había sufrido una problemática tan compleja como la mediatización y que ahora busco ilustrar, al aludir a las dificultades de articulación de diferentes perspectivas de abordaje del estudio de los medios y políticas de comunicación.

Pero, además, tenían que ver con lo que María Immacolata Vassallo y Raúl Fuentes han llamado, para el caso latinoamericano, “pobreza” de la reflexión sobre el contexto institucional de la producción científica en el campo de la comunicación. Al prologar un libro en el que incluyeron algunas de las ponencias presentadas en el grupo sobre ‘Teorías y metodologías de la investigación en comunicación’, en el *v Congreso de ALAIC*, celebrado en Chile en el 2000, lo que estos colegas identifican como “pobreza” es: “la ausencia de reflexión acerca de los mecanismos y procesos institucionales dentro de los proyectos de investigación” (Vassallo de Lopes y Fuentes Navarro, 2001, p. 9). Mecanismos y procesos que van desde la elección de los objetos de estudio, hasta las modalidades de evaluación y legitimación de temáticas e investigadores, pasando por la inserción de la investigación en la formación de profesionales del campo.

Una ausencia que era visible en múltiples encuentros, jornadas y congresos nacionales

realizados en nuestro país, en la mayoría de los cuales la variedad temática que se proponía como garantía de pluralidad se convertía en recurso para la dispersión y, consecuentemente, en dispositivo que impedía la jerarquización de problemas que demandarían la labor investigativa para contribuir a su debate y al diseño y desarrollo de estrategias de intervención.

Sin embargo, y casi contradictoriamente, en esos mismos ámbitos académicos se expresaban, en muchas ocasiones dislocadamente —quiero decir, por fuera del ritual prescrito para presentar y comentar ponencias—, las voluntades de investigadores, docentes y estudiantes de las carreras de comunicación para producir escenarios y condiciones favorables a la democratización de la comunicación. Una voluntad política que se explicitaba preferentemente en dos sentidos: uno, en relación con el trabajo vinculado al fortalecimiento de organizaciones y movimientos sociales que habían irrumpido con fuerza ciudadana tras la crisis económica, política e institucional de fines de 2001. Otro, en relación con iniciativas tendientes a reclamar la derogación de la ley de radiodifusión que regía desde épocas dictatoriales y su sustitución por una normativa basada en principios democráticos⁴.

Podría hablarse de disociación, de agendas paralelas. Creo que son razones posibles de explorar; sin embargo, me interesa más pensar aquellas preocupaciones en el marco de “la lejanía que va tomando la academia de aquello que nos pasa pero cuya complejidad nos asusta o nos despista” (Martín-Barbero, 2009, p. 5), pensando la academia no necesaria o solamente a quienes la integran —que al menos en el caso de las carreras de comunicación argentinas han dado y dan muestras de compromiso efectivo con los problemas de nuestro tiempo—, sino en términos de institucionalidad científica. Es decir, en términos del modo en que la institución es permeable a esos problemas y alienta su abordaje más allá de las inquietudes personales.

Pensar esa complejidad constituía entonces, y lo sigue siendo, el desafío. Porque esa complejidad implicaba, e implica, hacernos cargo de las

dimensiones históricas del pensar. O, para decirlo con palabras de Renato Ortiz, hacernos cargo de que: “el presente, en cuanto historia, desafía al pensamiento” (Ortiz, 2004, p. 22) y conferirle a esa sintética y casi elemental afirmación, toda la potencia que tiene en relación con la historicidad de las ciencias sociales y una de sus ineludibles consecuencias: “las categorías de interpretación de lo real no pueden constituirse en leyes genéricas cuya validez sería atemporal” (Ortiz, 2004, p. 21).

La **marca** de los tiempos

Asumir la historicidad de nuestro pensar la comunicación nos llevaba a interrogar qué permitían pensar ciertas categorías y qué quedaba fuera. O mejor, qué se dejaba fuera cuando no se las anclaba en el terreno que pretendían iluminar y se operaba desde ellas como si fuesen más que dispositivos para aprehender la complejidad de lo real, hipótesis cuya validez debía comprobarse, en unas investigaciones que terminaban siendo juegos de espejos, porque se limitaban a mostrar las imágenes esperadas.

Durante la década de los años noventa del pasado siglo, en Argentina se había podido reflexionar académicamente —y yo misma lo hice en varias ocasiones— acerca de la creciente construcción técnica de la democracia en nuestro país y de cómo la política se impregnaba de las reglas del espectáculo; habíamos podido reflexionar acerca

.....

4. Una de las muestras más evidentes se dicha situación se planteó en 2005, cuando tras la firma del Decreto 527/05, por parte del entonces presidente de la nación, Néstor Kirchner, decreto que suspendió “por el plazo de 10 años los términos que estuvieren transcurriendo de las licencias de servicios de radiodifusión o sus prórrogas previstos en el artículo 41 de la Ley N° 22.285 y sus modificatorias”, las carreras de comunicación nucleadas en Fadeccos debatieron y apoyaron un pronunciamiento que había sido aprobado antes por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires en contra de dicha disposición que favorecía a los medios audiovisuales monopólicos. El pronunciamiento tuvo lugar en el encuentro anual de la federación que se año se realizó en la Universidad Nacional de Río Cuarto.

de la “ferialización” y privatización del espacio público, contribuyendo a crecientes procesos de individualización y fragmentación social.

Esas reflexiones fueron posibles porque la matriz técnica dominante —esa matriz que constituye el núcleo duro de la idea de mediatización— empataba con la crisis de representación que experimentó nuestra sociedad a partir del achicamiento del Estado, de la disolución de referentes partidarios y organizativos de la mano del pensamiento neoliberal y sus devastadores efectos sobre el trabajo y las mínimas condiciones de vida para grandes sectores de población. Pero, también, porque desde la misma matriz tecnológica y su materialización económica los canales y medios de comunicación se fueron concentrando cada vez en menos manos, habilitados por la desregulación y las normas pro monopólicas dictadas por el poder político.

Fueron los años en que se gestaron en Argentina —aun cuando no se llevaran a cabo— proyectos de municipios digitales encaminados a asegurar la gobernabilidad institucional, transmutando la política —como práctica de construcción conflictiva de poder— en gestión. Fueron los años en que la democracia se asimilaba a consenso y el consenso a unanimidad; la misma que se acrecentaba mediante agendas informativas únicas, regimentadas desde el mercado.

A fines de la década, en 1998, en una intervención en la conferencia sobre “El derecho de la información en el marco de la reforma del Estado en México”, uno de los más lúcidos investigadores argentinos, Sergio Caletti, planteaba que, a su entender, las transformaciones del espacio público de nuestras sociedades no era producto de la tele-

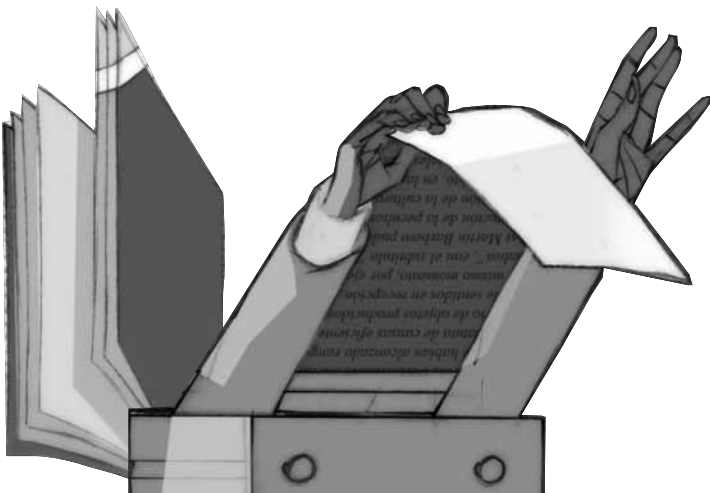
visión, aunque ese medio cooperase eficazmente para ello. “Más bien —decía—, me inclino a pensar que el espacio público se ferializa cada vez que amplios sectores de la sociedad, en este caso de una sociedad cuasi continental o planetaria, supone que ningún horizonte es demasiado verosímil, que ninguna discusión sobre lo común, que ninguna participación personal habrá de cambiar significativamente el estado de las cosas”. Y finalizaba diciendo que antes que atribuir linealmente esas transformaciones a los medios y a las tecnologías: “convendría concebirlas como un problema de los propios procesos democráticos, como un problema político de la representación de la sociedad civil”⁵.

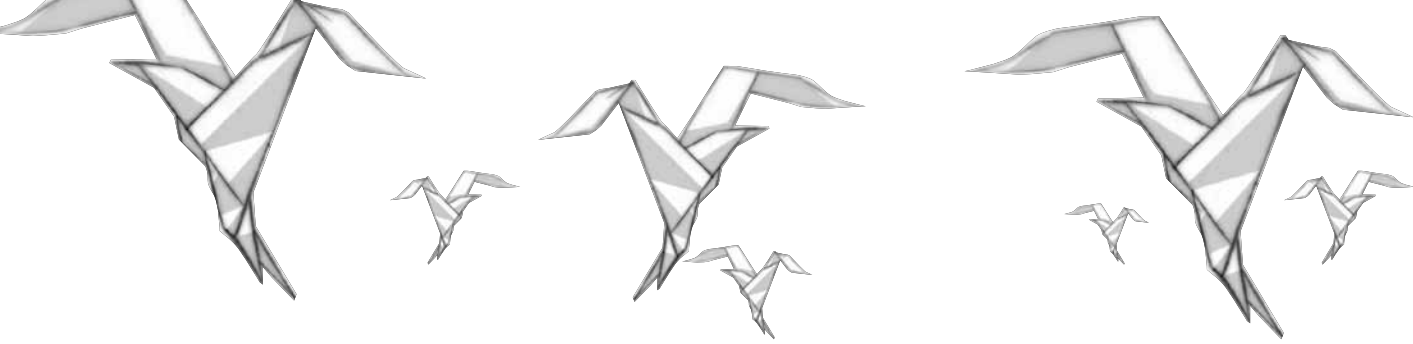
Analistas sociales y políticos argentinos coinciden al afirmar que los acontecimientos sociales de diciembre de 2001, que motivaron la renuncia del entonces presidente, no sólo fueron la respuesta a una profunda crisis económica, sino que pusieron de manifiesto la crisis de las instituciones que moldean el orden democrático existente. Fueron acontecimientos en los que quedó al desnudo el quiebre entre representantes y representados, y en los cuales el carácter horizontal y asambleario de la acción social alcanzó dimensiones significativas. Sin entrar en un análisis detallado de aquella coyuntura, quiero indicar que más allá de la *inorganicidad*, de la espontaneidad y aun de lo efímero de muchas de esas acciones, pusieron en escena voces y cuerpos que reclamaban presencia directa en las decisiones acerca del orden económico y político, al rediseñar un espacio público fuertemente mediatizado.

Para quienes antes de esa crisis habían adoptado las nociones propuestas por Bernard Manin

.....

5. La cita corresponde a la versión estenográfica de su exposición oral en la conferencia internacional “El derecho de la información en el marco de la reforma del Estado en México”, realizada en mayo de 1998 bajo los auspicios de la Comisión de RTC de la Cámara de Diputados, la Universidad Iberoamericana, la Universidad Autónoma Metropolitana, la Fundación Konrad Adenauer y la UNESCO, y se reproduce en Sala de Prensa, con autorización del presidente de la Comisión de RTC, diputado Javier Corral Jurado.





y hablaban de la democracia argentina como una “democracia de audiencia” (Manin, 1993), reconociendo en los medios masivos, especialmente en la televisión, el “espacio privilegiado donde se elabora la actualidad política y se hilvana el sentido público”, resultó evidente la necesidad de repensar dicha categoría. Los acontecimientos de aquellos días de crisis y las movilizaciones de diferente índole que le sucedieron, incluso luego de las elecciones presidenciales de 2003, a partir de las cuales el país fue recuperando ciertos cauces de institucionalidad, llevaron a restringir en parte esa visión.

La ciudadanía —comenzaron a plantear— “no puede ser entendida como mera ‘audiencia’ ya que a través de sus manifestaciones comenzó a cumplir una función de ‘intervención reguladora’”, es decir, comenzó a plantear en el espacio público una renovación constante de la legitimidad de los lazos representativos (Annunziata, Mauro y Slipak, 2006, p. 148). Alguien diría, en el mismo sentido, que los medios estaban menos solos en la escena común.

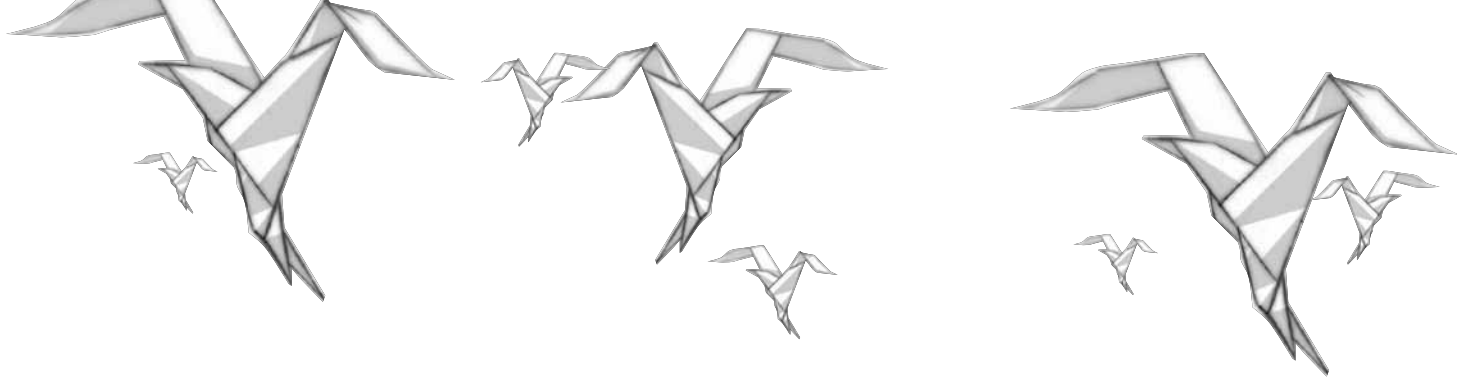
Fue esa situación la que nos llevó justamente, durante la campaña electoral de 2003, a realizar una investigación acerca del papel que cumplía la información proporcionada por los medios masivos en la toma de decisiones políticas de la ciudadanía. Éramos conscientes de que el voto a favor de uno u otro candidato no dependería de la información recibida a partir de los medios masivos, ya que en esa decisión se ponen en juego múltiples dimensiones, como las pertenencias y adhesiones partidarias, las experiencias ciudadanas, la memoria de procesos políticos más o menos recientes con sus consecuencias en el plano económico-social, los vínculos e influencias de carácter interpersonal. Sin embargo, si la información es asumida como datos que “ponen en forma” el conocimiento; como datos a partir de los cuales se pueden comprender y comparar propuestas, proyectos y candidatos; como datos que permiten reconocer la realidad en que se vive, distanciándose de la experiencia

inmediata y situándola en marcos mayores para evaluar desde allí las propuestas políticas, ella adquiere una importancia sustantiva (“Demandas informativas ciudadanas frente a la coyuntura electoral”, 2003).

En una coyuntura político-cultural como la que vivíamos por entonces, en la cual las instituciones tradicionalmente proveedoras de principios de identificación —las organizaciones sociales de carácter reivindicativo y las organizaciones políticas— mostraban una pérdida de jerarquía y capacidad de representación y conducción, advertíamos que la información que ellas brindaban también había ido disminuyendo y empobreciéndose, perdiendo así su carácter referencial para grandes conjuntos de población.

Postulábamos, entonces, que en ese marco los medios masivos —especialmente la televisión y la radio, por su enorme penetración— eran canales privilegiados para la difusión de datos acerca de la realidad y de datos en torno a las propuestas y candidatos en pugna y los dispositivos centrales en la elaboración de la agenda que estaba en juego en aquellas elecciones; es decir, en la institución de los temas que debían debatirse y los hablantes legitimados o deslegitimados para ese debate.

Por eso, la investigación desarrollada no sólo buscaba comprender el modo en que un sector de la ciudadanía cordobesa vinculaba la información con la toma de decisiones electorales, sino que buscaba conocer qué demandas informativas, satisfechas o insatisfechas, tenían sectores sociales organizados. Porque, de algún modo, buscábamos hacer aflorar lo que a manera de hipótesis también leíamos en muchas de esas acciones colectivas que irrumpían en el espacio público con nuevas demandas y modalidades organizativas: un cuestionamiento, aunque débil, de la legitimidad que la posesión y gestión de un medio masivo concedía a escasos sectores —propietarios de medios y periodistas—, para ser los únicos “comunicadores” de la sociedad.



Sin pretender extenderme en los resultados de aquel estudio, quiero destacar algunos aspectos que permitieron avanzar en nuestras reflexiones. En primer lugar, constatamos ambigüedades respecto al papel que se atribuía a la información en la toma de decisiones electorales. Por un lado, la información acerca de propuestas y candidatos no parecía ser un aspecto sustancial para decidir el voto, pero, al mismo tiempo, se afirmaba que no se tenía información suficiente al respecto. La información que fundamentalmente se obtenía a través de los medios masivos era calificada como insustancial, fragmentaria; se criticaba a los medios masivos la falta de profundidad en el tratamiento de los temas, la condescendencia con los candidatos, la manipulación de la opinión pública por medio de la difusión de resultados de encuestas electorales, el ocultamiento de datos acerca de la realidad y de los candidatos. Al mismo tiempo, se reconocía que esos medios silenciaban experiencias organizativas y reivindicativas de carácter alternativo, al tergiversar casos, situaciones, luchas, y desinformar a la población.

En segundo lugar, constatamos que la falta de confianza en la palabra de los candidatos se extendía a los propios medios y periodistas, en especial a los medios más concentrados. Las demandas respecto a otro modo de hacer política iban de la mano con demandas a los medios para que modificasen su papel, para que pudieran mediar entre ellos y el poder, al acercarlos padecimientos y necesidades, pero, fundamentalmente, para poder expresarse en igualdad de condiciones con los actores hegemónicos, como lo planteaba una integrante de un grupo de vecinos, cuando decía: “si nosotros tuviéramos la oportunidad de difundir las cosas que hacemos de manera sistemática y general, más gente se daría cuenta que es posible hacer otra cosa... que lo que hay que hacer es participar, que vivir en democracia no es únicamente ir a votar una vez cada año” (Mata *et al.*, 2003).

Aquella primera investigación que mostraba la insatisfacción ciudadana con una situación comunicativa desigual y excluyente desencadenó otras búsquedas, guiadas por la constatación de una suerte de paradoja: mientras en el país se multiplicaban las luchas por derechos y se ensayaban acciones colectivas y formas de organización que buscaban nuevos modos de representación y participación en la definición del orden social, el derecho a la comunicación —el derecho a la libre expresión y el derecho a la información— no suscitaban ni organizaciones ni reivindicaciones específicas⁶.

Lo que en términos generales comprendimos en esas sucesivas investigaciones es que la condición de públicos, constitutiva de nuestra actual *socialidad*, en cuanto dato duro de la mediatización, cuyo carácter matricial asumimos, llevaba hasta cierto punto implícita una resignación de esos derechos, por la lejanía con que se experimenta el sistema mediático. La presencia cotidiana de los medios en la experiencia individual y colectiva no disimula las imposibilidades de acceder a ellos más que en calidad de consumidores; no impide reconocer la complicidad del sistema de medios hegemónicos con los poderes políticos y económicos, y, al mismo tiempo, conlleva una suerte de naturalización de la profesión periodística como legítima condición para intervenir en el espacio público, al informar y opinar.

Por otro lado, pudimos constatar la fuerza de las agendas mediáticas: en su condición de ciudadanos, el público de los medios no les demandaba datos y explicaciones para fortalecer sus posibilidades de participar en debates y

.....

6. Se trata de diversos estudios sobre la problemática “públicos y ciudadanía comunicativa en la sociedad mediatizada: convergencias y tensiones”, desarrollados en el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, con subsidios de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de dicha universidad.

decisiones; las demandas de ese tipo se formulaban al Estado —tanto a los gobiernos como al sistema educativo—, lo cual revela la fuerza con que desde los medios se había modelado una cierta idea de la información periodística. Pero también comprendimos que existían organizaciones que, conscientes de la matriz propia de las sociedades mediatizadas, reconocían el valor de la información compartida y de la presencia en ese espacio público, el cual, aun “ferializado” y “tecnologizado”, es:

La puesta en acto de, en cada caso, un específico régimen de visibilidad, el régimen que cada modelo de organización de la vida social y política propone para sí mismo, para verse y ser visto, el régimen bajo el cual la sociedad se concibe y reconoce en términos de lo que concibe y reconoce como el espacio y los asuntos que la hacen, y que la hacen *una* (común), imbricada en un patrimonio (simbólico) general. (Caletti, 2007, p. 219)

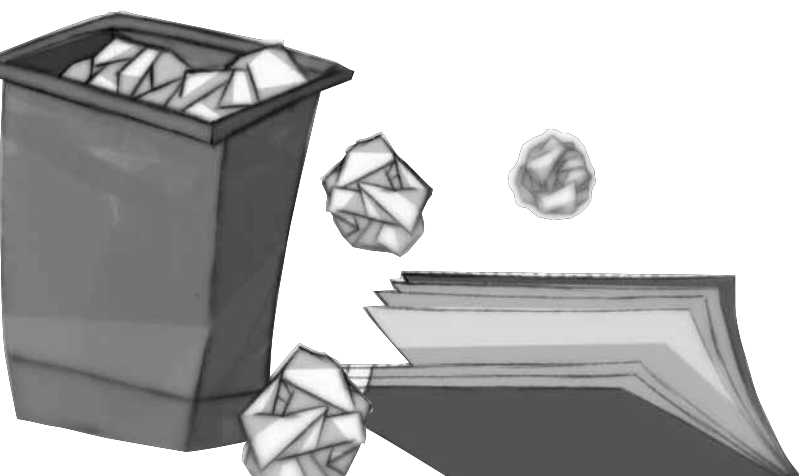
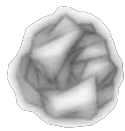
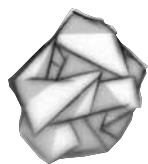
Mientras íbamos produciendo esos conocimientos, compartíamos con otras integrantes de la sociedad civil iniciativas en torno a los derechos a la comunicación. En 2004, los esfuerzos organizativos que veníamos realizando se materializaron en la ‘Coalición por una Radiodifusión Democrática’. Los “21 puntos” de la Coalición —una cifra que aludía a los 21 años de la recuperación del sistema democrático luego de la dictadura militar— representaban una plataforma de principios y propuestas para la democratización del sistema de medios audiovisuales, regidos en aquel momento por una ley de la dictadura que ningún gobierno había podido o decidido modificar, a pesar de que

desde 1987, cuando el entonces presidente Raúl Alfonsín encargara al Consejo de Consolidación de la Democracia la redacción de una *ley de radiodifusión*, se había presentado casi un centenar de proyectos en el Congreso de la nación.

La Coalición se definió como un espacio horizontal, integrado por distintos tipos de instituciones, organizaciones y personas que, a pesar de diferencias ideológicas y políticas, acordamos trabajar a partir de aquellos 21 puntos. Sindicatos, cooperativas, radios comunitarias, movimientos sociales, carreras universitarias de comunicación y organizaciones no gubernamentales planteábamos públicamente que la comunicación era un derecho humano fundamental, cuyo ejercicio requería el pluralismo informativo y cultural, y el desarrollo de medios públicos al servicio de los ciudadanos. Comenzó, así, un trabajo lento pero sostenido, con el fin de instalar esa reivindicación en ámbitos sociales y políticos que permitió la consolidación y crecimiento del espacio.

Sin embargo, mientras los movimientos y organizaciones de derechos humanos comenzaban a recuperar la confianza en la acción del Estado para el esclarecimiento de las causas por desaparición, muerte y encarcelamiento ilegal de personas durante la dictadura militar y el enjuiciamiento y condena de sus responsables (anulación de leyes de obediencia debida y punto final en agosto de 2003), mientras desde el poder ejecutivo se fortalecían las iniciativas para la recuperación de la memoria en relación con ese trágico periodo de la historia argentina, el derecho a la comunicación plural parecía lejos de afianzarse en el país, en tanto diversas medidas tomadas desde el poder ejecutivo nacional fomentaban mayores grados de concentración en el sistema de medios.

A partir de 2008, después de que el gobierno fuera asumido por la actual presidente, la situación comenzó a cambiar. Un prolongado conflicto entre el gobierno y el sector agropecuario, originado en marzo en la modificación de los impuestos que debían pagar los grandes productores de granos, puso al descubierto y en escena los conflictos irreconciliables entre diferentes modelos de país. Y



en esa escena los medios concentrados revelaron no sólo un claro posicionamiento a favor de los intereses capitalistas, sino que fueron, en buena medida, quienes delinearon la estrategia ofensiva contra el gobierno. En ese marco la presidenta convocó en abril a numerosos sectores, entre ellos a la ‘Coalición por una Radiodifusión Democrática’, para hacer expresa su voluntad de modificar la ley de la dictadura, pero explicitando ya entonces la decisión de trabajar en pos de la democratización de la comunicación y de la ampliación de derechos en ese terreno, decisión que, desde los medios concentrados y algunos sectores de la oposición política, comenzó a calificarse como autoritaria y antidemocrática.

Más de 700 intelectuales organizados en un espacio denominado ‘Carta Abierta’ se pronunciaron públicamente al respecto, en mayo: “En este nuevo escenario político resulta imprescindible tomar conciencia no sólo de la preponderancia que adquiere la dimensión comunicacional y periodística en su acción diaria, sino también de la importancia de librar, en sentido plenamente político en su amplitud, una batalla cultural al respecto”⁷. En esa declaración se señalaban las operaciones de distorsión de la realidad que producían los medios concentrados, la difusión de prejuicios y actitudes racistas, la desinformación que provocaba y, más grave aún, la gestación de un clima “destituyente”, al desacreditar la legitimidad del Estado para intervenir democráticamente en la articulación entre intereses sociales en conflicto.

No podría y no se trata acá de discutir la política nacional y las contradicciones que encierra, pero sí de indicar que vivimos hoy, colectivamente, un nuevo tiempo y un nuevo horizonte, que están marcados por el nuevo estatuto que adquirieron los derechos a la comunicación cuando comenzaron a ser colocados en el mismo terreno en que se desarrollan los conflictos de la redistribución de la riqueza.

A partir de entonces, ese conjunto de iniciativas de la sociedad civil, con mayores y menores diferencias y conflictos con el aparato estatal, se multiplicaron por medio de debates, seminarios, foros, mesas redondas; en barrios, sindicatos, uni-

versidades, municipios y legislaturas provinciales. En marzo de 2009, el poder ejecutivo presentó públicamente una propuesta de ‘Anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual’, precedida por una síntesis que indicaba cómo sus artículos contenían aquéllos originales “21 puntos” de la Coalición. La decisión del poder ejecutivo fue que esa propuesta se debatiera a lo largo y ancho del país antes de ser presentada como anteproyecto ante el Congreso de la nación.

Entre marzo y agosto de ese año se realizaron foros en distintas provincias del país; se recibieron aportes que fueron incluidos en el texto definitivo y se generó un significativo estado de movilización sobre el tema, que fue acompañado por un silencio informativo casi total por parte de los medios concentrados. Ellos sólo comenzaron a referirse al tema cuando el anteproyecto ingresó al Congreso; un espacio donde nuevamente recibió modificaciones que permitieron su sanción por una significativa mayoría.

A pesar de ese democrático procedimiento, la ley recibió, por parte de esos medios, el nombre de Ley κ, y fue asociada a una ley mordaza en contra de la libertad de expresión. No importó, por ejemplo, que a partir de esta nueva norma los pueblos originarios —inicialmente no contemplados en la propuesta como posibles propietarios de medios audiovisuales— hubiesen logrado su inclusión a partir de las propuestas que ellos mismos elaboraron y debatieron en foros y audiencias públicas. No importó, tampoco, que con la nueva ley se asegure un 30% del espacio radioeléctrico para las emisoras sin fines de lucro, a quienes no se les restringe la potencia o alcance, como pasa en muchos países donde lo comunitario es sinónimo de pequeño y limitado. No importó que los órganos de ejecución y control de la ley sean plurales, federales, integrados por representantes de los distintos poderes del Estado y de la sociedad civil. No importó porque el espíritu

.....

7. Véase en <http://www.cartaabierta.org.ar>.

antimonopólico de la ley cercena negocios y privilegios y es una apuesta —que habrá que construir en la práctica— de nueva escena democrática.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, aprobada por el Congreso y promulgada por el poder ejecutivo, ha estado suspendida durante varios meses, a raíz de denuncias de inconstitucionalidad que la Corte Suprema desestimó recientemente. Antes de que la Corte se expidiera esa situación fue respondida con una fuerte movilización social, política y cultural, en la que un nuevo actor se sumó a los sectores que intervinieron durante todos los años que reseñé. Ese nuevo actor es el público devenido ciudadano, es decir, interviniendo en el espacio público como sujeto de derecho a la comunicación y que encuentra un espacio de articulación en algunos medios masivos públicos y privados, y en redes sociales virtuales.

El *Facebook de 6-7-8*, un programa de “periodismo sobre los medios” que se emite desde hace algún tiempo por Canal 7, medio del Estado que en virtud de la actual ley integra los medios públicos, reúne hoy a unas 190.000 personas. Desde él se han convocado varias movilizaciones masivas en Buenos Aires que apoyan la ley de medios, y el fenómeno se ha extendido por muchos lugares del país. Lo interesante es que muchas de esas convocatorias se materializan con unas características bien diferentes a los tradicionales actos públicos partidarios o reivindicativos: la gente se junta en las plazas “para hablar”. En los encuentros no suelen haber palcos ni oradores. Cada quien lleva sus propios carteles y se improvisan intervenciones a través de volantes o de consignas. Se trata de estar juntos, de reconocerse, de poner en común.

Retomando un género ya conocido en la televisión argentina en exitosos programas contruidos sobre fragmentos más o menos grotescos, contradictorios o fallidos de otros programas de televisión, *6-7-8* se propone como espacio de debate de la información y opinión construidas en los medios concentrados en articulación con los sectores opuestos a la política gubernamental.

El programa muestra las contradicciones, fisuras y mentiras de los discursos que estigmatizan la política gubernamental y a sus ejecutores. Lo hace apelando a archivos recientes y de más larga data, y con la intervención directa de políticos, intelectuales y militantes sociales silenciados en otros medios e, incluso, descalificados con los epítetos de oficialistas, por su adhesión al proyecto que lleva adelante el poder ejecutivo nacional.

Esa mirada crítica hacia los medios masivos — reservada a los especialistas en comunicación— se ha expandido y obliga a mirar el pasado inmediato y más lejano, no como lugar de la nostalgia, sino en términos de memoria activa; es decir, como lectura desde el presente de un pasado que por diversas razones no se quiere o puede recordar. Mientras el modo hegemónico de operar de los medios masivos contribuye a “deshacer la historia”, porque el tiempo social se fragmenta en una secuencia de episodios autosuficientes y porque la velocidad con que circulan informaciones y símbolos aceleran la obsolescencia de las experiencias pasadas, instalando, como decía el chileno Norbert Lechner, una especie de presente autista (Lechner, 2004); mientras esos medios, cuando más, alientan una visión historicista mediante el recurso a las efemérides, lo que propone *6-7-8*, y es replicado desde diferentes medios, es la vinculación de los episodios actuales, con episodios que, desde el pasado, permiten entenderlos en su compleja dimensión⁸.

Zonas abiertas/zonas por transitar

El recorrido realizado hasta aquí permite reiterar formulaciones sabidas: en las sociedades mediatizadas la centralidad de medios y tecnologías de comunicación es innegable, pero ello no los convierte en determinantes de lo que ocurre ni

.....

8. Por estos días avanzan las reconstrucciones acerca de los acuerdos que existieron entre dos de los más importantes diarios nacionales y la dictadura militar para constituir Papel Prensa, la productora de papel para publicaciones periódicas; una industria monopólica que benefició a las grandes corporaciones de medios.

en causas eficientes o suficientes del ordenamiento social; es decir, de las ideas hegemónicas sobre ese orden ni de las prácticas sociales que se desarrollan para mantenerlo o transformarlo. De ahí la necesidad de revalorizar la historicidad de los procesos en que dichos medios se insertan y de los que forman parte al indagar “cuál es nuestra relación con lo real cuando las condiciones de simbolización cambian” —para usar una expresión de Marc Augé (1998, p. 21)—. Y las condiciones de simbolización no son sólo tecnológicas, sino económicas y políticas.

Cuando los medios hegemónicos están solos, cuando no existen poderes equivalentes que expresen intereses opuestos a ellos proponiéndolos como términos de conflicto, su influencia crece y parece hasta aniquilar toda forma de pensamiento crítico. Son esos momentos en que la ciudadanía —si la pensamos como comunidad que ejerce y demanda derechos— parece replegarse y dejar solo y desnudo a un público resignado, que acepta de todos modos las interpelaciones de esos medios, ya que negarse a consumirlos es quedar fuera de uno de los principales tipos de intercambios que constituyen la *socialidad* de nuestra época.

Pero cuando desde la sociedad civil y desde el Estado se produce un discurso creíble respecto a las posibilidades de transformar el orden social y el orden comunicativo, un discurso hecho de prácticas, de iniciativas, de propuestas que producen interpelaciones exitosas, los medios pierden en parte su capacidad de influencia.

Las actuales condiciones de simbolización no han eliminado las luchas por la hegemonía. Pero esas luchas tienen que incorporar la impronta de la mediatización social. Eso implica incorporar la potencialidad de los medios y tecnologías en la construcción de agendas, climas, realidades virtuales o ficciones que poco tienen que ver con la experiencia directa de muchos sectores. Pero también hay que incorporar la potencialidad de medios y tecnologías para producir en el espacio público reconocimientos e identificaciones colectivas, comunidades de sentido que permiten cuestionar poderes y discursos establecidos.

Esos reconocimientos, aunque parezcan casi banales, abren zonas que, como terreno de conocimiento, son zonas aún por recorrer. El nuevo escenario político comunicativo nacional nos interpela para poner en cuestión no sólo teorías y metodologías, sino, muy particularmente, nuestra capacidad para proceder de la manera que postulaba Raymond Williams, al señalar: “una sociología de la cultura adecuada debe articular los conceptos locales específicos con los conceptos generales”, por lo cual:

No puede evitar la aportación instructiva de los estudios empíricos y de las posiciones teóricas y cuasi-teóricas existentes. Pero debe estar en condiciones de reelaborar y reconsiderar todo el material y los conceptos heredados, y presentar sus propias contribuciones dentro de la interacción abierta entre la evidencia y la interpretación que es la verdadera condición de su adecuación. (Williams, 1981, p. 31)

En ese sentido, más que nunca, se hacen distinguibles los saberes necesarios de los que carecemos y aquellos que, por reiterativos, se vuelven saberes desechables. Y los que enunciaré no deberían asumirse como exhaustivos, pero sí como indicativos de los actuales desafíos que la investigación en comunicación en Argentina debería asumir.

Por un lado, deberíamos agudizar nuestras miradas en relación con la problemática de la



información. Ya nada nos dice constatar una y otra vez la lógica desinformadora, como se suele afirmar, de los discursos mediáticos: los silencios que producen, las agendas restringidas, la casuística que construyen y que impide la comprensión de las causalidades... Lo que necesitamos conocer, en un espacio-tiempo signado por la memoria que ya no requiere investigaciones académicas para evidenciar el papel desempeñado por los medios de comunicación en el diseño del orden dictatorial y los diseños económico-políticos neoliberales que modelaron nuestra sociedad, es el modo en que se están procesando esas informaciones acerca de los medios. No sólo el modo en que ellas se procesan “en recepción” por parte de las audiencias, sino de qué modo ingresan en las agendas alternativas, en las redes virtuales, en los espacios donde se produce el conocimiento compartido.

¿O acaso no es necesario investigar de qué modo ingresan en textos y propuestas pedagógicas del sistema educativo los discursos acerca de los medios masivos y las tecnologías de comunicación? Sin ese conocimiento, ¿cómo podríamos, por ejemplo, comprender la potencialidad de lo que hoy es memoria y denuncia, construida y sostenida desde voluntades políticas, para convertirse en adquisición experiencial que redefina la tensión entre públicos y ciudadanía?

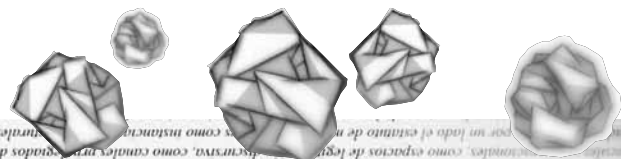
Por otro lado, desmontados los sistemas concentrados de medios, los circuitos y negocios de las industrias culturales, las articulaciones entre proveedores de tecnologías y diseñadores de políticas, sería necesario mirar lo que nos falta. ¿Cómo aportar —en el sentido que lo promueve la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual— a la democratización de la comunicación y su sentido federal, no centralizado, si apenas conocemos la situación de pobreza comunicacional que afecta a numerosas regiones del país? Y en ese sentido no basta construir mapas de medios —base empírica indudablemente necesaria para

cualquier estrategia de planificación—, sino que resulta necesario comenzar a relevar, reconocer y problematizar las necesidades comunicativas insatisfechas desde los lugares en que ellas se generan: las organizaciones sociales, los pueblos originarios, las zonas fronterizas, las instituciones educativas.

Es decir, cómo articular metodologías derivadas de la economía política de la comunicación y los estudios culturales para construir objetos que permitan entender de qué están hechos los deseos y la posibilidades de acceder a la escena pública desde medios y tecnologías de comunicación.

Del mismo modo, deberíamos poder identificar y comprender las nuevas demandas que no se realizan frente a los medios masivos porque han quedado fuera de las agendas mercantiles, pero que, sin embargo, se expresan en circuitos artísticos, musicales y de variadas formas de institucionalidad y *comunalidad*. ¿Cómo podrían generarse nuevos contenidos expresivos de esas realidades marginales o subterráneas si ellas no son reconocidas y si no son valorados su alcance y potencialidad convocante?

Son problemas como éstos; son esa índole de interrogantes los que, creo, podrían acercarnos a comprender cuál es la idea, el concepto hegemónico de comunicación en nuestra sociedad y también las ideas emergentes y residuales: las que se construyen desde las normativas y políticas de Estado, las que se producen desde una sociedad civil donde se gestan prácticas ciudadanas, que se buscan consolidar desde un mercado refractario a lógicas democratizadoras. En suma, las ideas de comunicación que operan en las prácticas y que las orientan. Ideas que desde el campo académico sólo podremos reconstruir y problematizar si nos hacemos cargo del papel estratégico que tiene la comunicación en la construcción del orden social, pero que, además, hoy irrumpe en nuestro país como tópico central en los propios medios que ya no pueden ocultarse como dimensión sustantiva de conflicto y dispositivos, también, para la construcción de alternativas.



Referencias

- Annunziata, R.; Mauro, S., y Slipak, D. (2006), “Blumberg y el vínculo representativo. Liderazgos de opinión en la democracia de audiencia”, en Cheresky, I. (comp), *Ciudadanía, sociedad civil y participación política*, Buenos Aires, Miño y Dávila.
- Augé, M. (1998), *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*, Barcelona, Gedisa.
- Caletti, S. (1998), Ocho notas para una reconsideración de las relaciones medios-democracia, disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art76.htm>. Recuperado: 4 de agosto de 2010.
- (2007), “Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura”, *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, núm. 123.
- “Demandas informativas ciudadanas frente a la coyuntura electoral” (2003), *Programa institucional de Formación, Investigación e Intervención Social ‘Información pública, comunicación y participación ciudadana’*, Córdoba, Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba.
- Lechner, N. (2002), *Los desafíos políticos del cambio cultural*, disponible en: <http://www.desarrollhumano.cl/pdf/2002/04.pdf>. Recuperado: Agosto 4 de 2010.
- Manin, B. (1993), “Metamorfosis de la representación”, en Do Santos, M. (coord.), *¿Qué queda de la representación política?*, Caracas, Nueva Sociedad.
- Martín-Barbero, J. (1987), *De los medios a las mediaciones, Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gilli.
- (coord.) (2009), “Entre saberes desechables y saberes indispensables. Agendas de país desde la comunicación”, núm. 9, FES-C3.
- Mastrini, G. (ed.) (2005), *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía.
- Mata et al. (2003), *Demandas ciudadanas ante la coyuntura electoral*, disponible en: <http://www.cordobanexo.com.ar/temas/may003/demandas-ciudadanas.htm>. Recuperado: 4 de agosto de 2010.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1987), *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, partes II y III, Madrid, Fundesco.
- Mata, M. C. (2006a), “La investigación en comunicación en la Argentina: deudas y desafíos”, en *Revista Argentina de Comunicación*, año 1, núm. 1, Fadeccos-Prometeo Libros.
- (2006b) “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”, en *Fronteiras, estudos midiáticos*, vol. 1, núm. VIII, Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS), pp. 5-15.
- Ortiz, R. (2004), *Taquigrafiando lo social*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Revista Argentina de Comunicación* (2006), “Entrevista a Guillermo Mastrini”, *Revista Argentina de Comunicación*, año 1, núm. 1, Fadeccos-Prometeo Libros.
- Sodré, M. (2001), “Eticidad y campo comunicación sobre la construcción del objeto”, en Vassallo de Lopes, M. I. y Fuentes Navarro, R. (comps.), *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, México, Iteso-Universidad Autónoma de Aguascalientes-Universidad de Colima-Universidad de Guadalajara.
- Vassallo de Lopes, M. I. y Fuentes Navarro, R. (2001), “Introducción”, en Vassallo de Lopes, M. I. y Fuentes Navarro, R. (comps.), *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, México, Iteso-Universidad Autónoma de Aguascalientes-Universidad de Colima-Universidad de Guadalajara.
- Williams, R. (1981), *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Barcelona, Paidós.

