

Encuentro: inicio hacia una comunicación democrática

por **Cecilia Beatriz Díaz**

Resumen

La señal de televisión *Encuentro* empezó a transmitir el 5 de marzo de 2007, a través de las cableoperadoras privadas, pero bajo la dirección del Ministerio de Educación de la Nación constituyó uno de los cimientos para llevar al debate público la democratización de la comunicación, que se concretaría más tarde en el diseño y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Desde su puesta en el aire, *Encuentro* puso en evidencia que existía otra comunicación posible, más allá de la explotación comercial del espectro radioeléctrico: contenidos educativos, federales y de gestión pública en la pantalla chica. Para eso se fomentaron las coproducciones con las universidades públicas y escuelas de periodismo de todo el país.

Asimismo, la programación planteó, desde su inicio, una concepción de la educación que excede el rango etario de la formación formal e integra la capacitación en oficios y la cultura popular. De ese modo, *Encuentro* fue una etapa del proceso gradual por la democratización de la comunicación en la Argentina. Una demanda que fue sostenida por la academia y organizaciones sociales desde el retorno de la democracia, pero que no lograron acaparar la atención pública. Por un lado, este pedido no constituía una inquietud electoral ni cotidiana para la mayoría de los ciudadanos, acuciados por problemáticas más urgentes. Por el otro, toda reforma tendiente a regular a los conglomerados mediáticos fue desarticulada por ese actor, a través de la construcción de agenda, no sólo con la exclusión del tema, sino a través de otros mecanismos que modelan la opinión pública.

Cecilia Beatriz Díaz
cebediaz@gmail.com

Graduada de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM), Argentina. Doctoranda en Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Docente de los Cursos de Ingreso, UNLaM, Universidad Nacional de Moreno y Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina.

Artículo:
Recibido: 9/10/2012
Aceptado: 04/09/2013

Este artículo se propone analizar las características del cambio del paradigma del rol del Estado en la comunicación, a partir de la puesta al aire de *Encuentro* como un paso inicial hacia la democratización del espectro radioeléctrico y la apertura del debate sobre el poder mediático, en el terreno de las agendas en pugna.

Palabras clave

Política de la comunicación – medios estatales – Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Abstract

The TV signal began transmitting Encuentro March 5, 2007, through private cable operators. But under the leadership of the Ministry of National Education established a foundation to lead the public debate of the democratization of communication, which would materialize later in the design and enactment of the Law on Audiovisual Communication Services.

Since its start in the air, Encuentro revealed that there was another possible communication beyond the commercial exploitation of radio spectrum: educational content and federal governance on the small screen. There was also collaboration on co-productions that were promoted with public universities and journalism schools across the country. Also, the proposed program, since its inception, a conception of education that exceeds the age range of formal training and integrates skills training and popular culture.

Thus, "Encuentro" was a gradual process step for the democratization of communication in Argentina. A lawsuit that was held by the academy and social organizations since the return of democracy, but failed to grab public attention. On one hand, this request was not an everyday concern for electoral or most citizens, beset by more pressing issues.

On the other, any reform designed to regulate the media conglomerates was dismantled by the actor, through book building, not only with the exclusion of the subject, but through other mechanisms that shape public opinion. This paper analyzes the characteristics of the paradigm shift the state's role in communication from the airing of "Encuentro" as an initial step towards the democratization of the airwaves and the opening of the debate on media power in the field of competing agendas.

Keywords

Communication policy – public media – Law on Audiovisual Communication Services

Desde la teoría de la *Agenda Setting* han proliferado los estudios focalizados en investigar la influencia de los medios de comunicación por sobre otros actores sociales y políticos (McCombs, 2006). Pero, ¿qué ocurre cuando el tema de agenda es una reforma en materia comunicacional que afecta a los intereses de los medios? ¿Cómo una reforma como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) construye aceptación pública con un discurso tan influyente como el *massmediático*?

En el ejercicio democrático argentino se sucedieron diversas políticas de comunicación, es decir, "acciones y omisiones de las instancias estatales de todo tipo que, de acuerdo a las concepciones y legitimaciones de cada sociedad y cada tiempo histórico, determinan u orientan los destinos de la creación, la producción, difusión y consumo de los productos culturales y comunicativos" (Bustamante, 2003: 34).

Cuando se suceden medidas activas en políticas de comunicación se ejerce el rol del Estado como una responsabilidad que actúa como garante y estimulador del ejercicio de la libertad de expresión y, al mismo tiempo, controla que no se cercene tal derecho, es decir, es coordinador de acciones donde la comunicación

es entendida como servicio público y la información como bien social (Graziano, 1986). Por lo tanto, la intervención pública en la definición de políticas de comunicación es necesaria para garantizar una mayor democratización de los sistemas de medios (Mastrini y Mestman, 1996). En ese sentido, la legitimación de regulación aseguraría “el acceso, la diversidad de opinión –pluralismo– y una verdadera independencia frente a los intereses creados” (McQuail, 1992).

Sin dudas, instalar en el debate público la demanda y la acción para democratizar el sistema mediático requiere de un proceso complejo en medio de un escenario adverso. La hipótesis que sostiene el presente trabajo es que, para situar en la agenda los temas de los ámbitos académicos y de las organizaciones sociales, fue determinante la iniciativa del Estado para desarrollar reformas parciales en materia comunicacional. En ese sentido, canal *Encuentro* significó el inicio de la ruptura del paradigma neoliberal de la comunicación.

Canal *Encuentro*

La primera señal de televisión pública íntegramente educativa surgió como una iniciativa política en mayo de 2005, a través del Decreto N° 533/05. Desde su inicio, Canal *Encuentro* dependió del Ministerio de Educación de la República Argentina, en el marco de Educ.ar Sociedad del Estado. En diciembre de 2006 fue reconocido por la Ley de Educación Nacional N° 26.206 y comenzó su transmisión el 5 de marzo de 2007.

Desde entonces se integró al Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) con la particularidad de no contener publicidad comercial. Hasta abril de 2010 el canal sólo

era televisado por cableoperadores privados; cuando se implementó otra política de comunicación como la Televisión Digital Abierta (TDA), *Encuentro* fue uno de los primeros canales en usar el espectro digitalizado.

Según el primer director del canal, el cineasta Tristán Bauer, el proyecto propuso “un modelo de televisión pública, un modelo de televisión educativa y un modelo de televisión cultural” (Ventura, 2007). De este modo, el desafío fue la integración de una programación de calidad y atractiva, más allá de la escuela, es decir dirigida hacia el público en general (López, 2011). Para tal fin, se puede observar hasta el día de hoy la coexistencia de diversos formatos y contenidos.

Durante el primer año de emisión, la programación del canal se nutrió de un 60 por ciento de material adquirido a la *BBC*, a *TVE (Televisión Española)*, a *Radio Canadá*, a emisoras latinoamericanas y al *Public Broadcasting System* de los Estados Unidos y sólo el resto fue destinado a la producción propia (Marín, 2007).

En una segunda etapa, *Encuentro* se asocia con productoras como El Oso, La brújula, El perro en la Luna y Mulate films, en búsqueda de narrativas diferentes a las de PolKa, Ideas del Sur y Cuatro Cabezas (López, 2011). Esta decisión conlleva el espíritu de la desconcentración en la producción de contenidos televisivos y, a su vez, la inclusión de las universidades como emisores masivos.

En cuanto a géneros televisivos, la señal se diversificó para cumplir con otro objetivo que es la comunicación de la ciencia. Como un ejercicio de transposición didáctica, *Encuentro* se vale de documentales, informativos, teleclases y ficciones, donde no sólo transmite conocimientos sino también valores. Tal es el caso

de los micros de “Latitud Ciencia”, donde científicos de todo el país explican su área de trabajo y objeto de estudio, “conceptualmente, en menos de tres minutos, se hace foco sobre el federalismo de la práctica científica en contextos periféricos como el argentino desde una comunicación pública de la ciencia local” (López, 2011).

Por eso, la aparición de *Encuentro* constituye “un momento bisagra en lo relativo a TV pública en este país” (Monje, 2009) porque no relegó calidad en contenidos, técnica, ni narrativa. Sin embargo, no es sólo una señal sino “un proyecto educativo multiplataforma que replica los contenidos en su web permitiendo descargar las temporadas ya emitidas y propone un espacio docente con recursos complementarios a los videos para el trabajo en clase” (López, 2011).

La medida de creación y puesta en el aire de *Encuentro* se integra con otras iniciativas públicas que actúan en complementariedad.¹ Respecto del SNMP, Tristán Bauer distinguía los alcances de las pantallas del Estado: “Canal 7 tiene el objetivo de informar, del ‘divertimiento’ y también tiene un objetivo cultural, mientras que nuestra señal tiende a ser sólo educativa y cultural” (Ventura, 2007).

Por otra parte, este canal público no es una originalidad sino producto de un cambio de época en la región. Para Bauer, “forma parte de un conjunto de señales de características similares que están surgiendo en varios países del continente: Venezuela, Colombia, México, Chile y Brasil, fundamentalmente. Es una apuesta muy fuerte por recuperar la riqueza del lenguaje audiovisual como herramienta al servicio de la función educativa y cultural que puede tener la televisión” (Marín, 2007).

En efecto, *Encuentro* constituye una ruptura con el rol neoliberal en la comunicación instalado en la región, ya que el Estado se vuelve productor de contenidos públicos, federales y complementarios al sistema educativo-científico. Para entender dicho cambio, es necesario caracterizar el poder mediático y su influencia para instalar agenda gubernamental y social.

La agenda de la *mediocracia*

El neoliberalismo en Latinoamérica se correspondió, históricamente, con la centralidad de los medios de comunicación como vectores entre el poder político y una sociedad civil cada vez más numerosa y atomizada. Esto fue caracterizado por democracias representativas ya no basadas en intereses clasistas, sino en imágenes mediáticas. Es decir, primaron los medios de comunicación y la personalización de los dirigentes, en detrimento de los partidos políticos como espacios de lucha y debate (Abal Medina, 2004: 94).

En este proceso, la televisión fue el principal *media*, porque instauró una revolución multimedial. Se transformó al *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, en un *homo videns* para el cual la palabra fue destronada por la imagen (Sartori, 1998). La videopolítica se volvió eje de las esferas políticas y sociales.

En este sentido, se conceptualizó a este sistema político como *mediocracia*. Para Meyer, se trata de “la colonización de la política por los medios” (Meyer, 2002: 35), como signo del dominio mediático. Sin embargo, en este trabajo se opta por la acepción de Exeni en la que se entiende “*mediocracia* no como gobierno de los *mass media*, sino como gobierno

cercado por la mediatización [...] de alta intensidad porque habita-altera, sin tregua, la agenda nuestra de cada día” (2010: 5).

“Se puede llamar propiamente formación de la agenda al proceso mediante el cual las demandas de varios grupos de la población se transformen en asuntos que compiten por alcanzar la atención seria de las autoridades públicas”, explican Cobb, Ross y Ross (1976: 126). Para eso, cada sector de la sociedad civil debe persuadir al resto y, fundamentalmente, a los gobiernos sobre la relevancia y prioridad de su demanda, para que alcancen un lugar en la agenda pública. “Los problemas de la política son entonces, construcciones sociales que plasman ciertas concepciones particulares de la realidad” (Cobb y Elder, 1984: 115) y más allá de sus trayectos como temas públicos, un factor preponderante son sus definiciones ya que “no sólo estructuran y encuadran las elecciones posteriores de la política, sino que también sirven para afirmar una concepción particular de la realidad”.

Constantemente, en los sistemas democráticos contemporáneos entran en pugna las agendas gubernamentales, mediáticas y sectoriales para conformarse en una única agenda pública. En efecto, “por agenda de gobierno suele entenderse el conjunto de problemas, demandas, cuestiones, asuntos, que los gobernantes han seleccionado y ordenado como objetos sobre los que han decidido que deben actuar o han considerado que tienen que actuar” (Aguilar Villanueva, 1993).

Por su parte, la agenda mediática posee un gran valor para el resto de los actores por su capacidad de difusión y anclaje en el público

masivo. Incluso, esto se traduce en los innumerables estudios basados en la teoría de la agenda *setting* y su influencia en las percepciones de las audiencias en homologar la jerarquización temática que construyen los medios con la pública (McCombs, 2006).

En la *mediocracia*, “los medios de comunicación seleccionan/ construyen un conjunto de hechos o temas para otorgarles tratamiento noticioso-informativo-de opinión y, en esa dinámica, establecen un criterio de importancia de los asuntos considerados como públicos, los cuales tienden a influir tanto en el sistema político como en el llamado ‘clima de opinión pública’. Así pues, la primera tarea de la fijación de agenda, la más evidente, consiste en el proceso de selección/ construcción temática mediante el cual se incluyen tanto como se excluyen un conjunto de asuntos para su tratamiento informativo” (Exeni, 2010: 25).

La democratización de la comunicación argentina en la agenda marginada

“La lucha [por los derechos a la comunicación e información] sigue siendo política, se basa en una disputa en torno a recursos económicos y simbólicos, y es cada vez más necesario volver a plantear la necesidad de democratizar los recursos comunicacionales de la sociedad”, exhortaron los comunicólogos argentinos Guillermo Mastrini y Diego de Charras (2005), cuando las reformas tendientes a pluralizar los medios de comunicación en Latinoamérica se percibían improbables. Sin duda, el diagnóstico fue compartido por la comunidad académica y por las organizaciones sociales

representativas de intereses minoritarios, que fueron excluidos de la propiedad de licencias y la producción de contenidos por la legislación heredada de la última dictadura militar y reformada en la década de los noventa, en privilegio de la concentración económica.

La demanda de estos sectores cobra fuerza con la recuperación democrática en 1983, donde no sólo se exige la propiedad de licencia sino la distribución de lo simbólico. Desde el ámbito académico se pugnaba por la democratización del conocimiento universitario: “La reapropiación social de la ciencia se articula alrededor del abordaje de problemáticas socialmente relevantes, de manera de garantizar el acceso al conocimiento necesario y suficiente para que los ciudadanos y ciudadanas puedan tomar decisiones autónomas respecto de estas temáticas” (Gugliotta y Spiegel, 2010). Ese mecanismo en los medios de comunicación implica “una decisión política que demanda enfrentar distintos tipos de desafíos”.

Más allá de las alternancias de gobierno de distinto signo político, la propiedad de los medios tradicionales viró hacia “conglomerados pluri-industriales de la comunicación, producto de la inyección que el capital extranjero y la convergencia tecnológica impregnaron al sector” (Blanco y Germano, 2004: 13). Un escenario que se replicó y profundizó hasta el inicio del siglo XXI, en los países de la región, con las denominadas industrias infocomunicacionales (diarios, radio, televisión, cable, telefonía móvil, discografía, editoriales y acceso a Internet), cuyas cuotas de mercado de audiencia y publicidad fueron monopolizadas por empresas multinacionales (Becerra y Mastrini, 2009).

La comunicación comercial, entonces, se consolidó en detrimento

de los valores comunitarios, informativos y ciudadanos, de tal forma que la demanda de la academia y de las organizaciones sociales no logró ubicarse como agenda pública, ni siquiera gubernamental durante ese período. “En la Argentina, en el mejor y en el peor momento político-institucional, el poder se ocupó de pactar con la industria mediática revelando la importancia de este sector para la construcción de consenso y hegemonía” (Blanco y Germano, 2004). Por eso, de las relaciones entre los actores políticos y los medios de comunicación² surgen “las políticas públicas de comunicación, [...] desde la omisión (no definirla explícitamente o apoyar procesos de desregulación son acciones que tienen consecuencias) o de definiciones específicas con diversos niveles de articulación” (Koschützke y Gerber, 2011: 92).

Sin embargo, la demanda de este sector no logró calar en la preocupación de los pueblos latinoamericanos, ya que no constituía una inquietud electoral ni cotidiana para la mayoría de los ciudadanos, acuciados por problemáticas sociales más urgentes. Además, toda reforma tendiente a regular a los monopolios mediáticos fue desarticulado por ese actor, a través de la construcción de agenda, no sólo con la exclusión del tema, sino a través de otros mecanismos que modelan a la opinión pública. En este sentido, existen “el *framing* o enfoque marco respecto a la interpretación del contenido de los asuntos considerados relevantes y, luego, una suerte de “preparación del público” (*priming*) a fin de conceder ciertos atributos a los asuntos incluidos en la agenda” (Exeni, 2010: 26).

De este modo, cada iniciativa de regulación y/o intervención activa del Estado en el mapa de la comunicación fue relegada a un espa-

cio marginal y amenazante para la agenda pública. En un panorama global, “al haberse convertido la comunicación (extendida a la informática, la electrónica y la telefonía) en la industria pesada de nuestro tiempo, estos grandes grupos pretenden ampliar su dimensión a través de incesantes adquisiciones y presionan a los gobiernos para que anulen las leyes que limitan las concentraciones o impiden la constitución de monopolios o duopolios” (Ramonet, 2003).

La Ley de Medios en las agendas

A pesar de la multiplicidad de proyectos legislativos sin tratamiento a lo largo del período democrático, la iniciativa de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) intentó compilar las demandas que tenían como principal objetivo la pluralidad de voces y contenidos. La discusión estuvo enmarcada por la revolución tecnológica y el impacto de la globalización en la comunicación.

El punto de origen de la LSCA es el documento titulado “21 puntos básicos por el derecho a la Comunicación”, elaborado por la Coalición por una Radiodifusión Democrática Argentina, que reunió desde instituciones nacionales e internacionales a representantes del ámbito académico, trabajadores del periodismo y de la comunicación, hasta figuras de diversas fuerzas políticas. El acuerdo preveía la concepción de una nueva legislación que sustituya el decreto-ley de la última dictadura militar y que garantice “el pluralismo informativo y cultural” (Coalición por una Radiodifusión Democrática-Argentina, 2004).

Este acuerdo implicó la concepción de la UNESCO del Informe Mc Bride, en donde “las políticas nacionales de la comunicación no im-

plican necesariamente una planeación rígida, centralizada; pueden ser simplemente un marco flexible para la coordinación de actividades” (Mc Bride y otros, 1987: 170).

Asimismo, la reforma promueve el sentido de participación de las audiencias para favorecer el intercambio. En correspondencia, para la discusión del texto de la ley se organizaron, desde la intervención del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), foros de debate en universidades nacionales, con la participación de estudiantes, científicos sociales, profesionales de la comunicación y el periodismo, y trabajadores de medios alternativos/ comunitarios de todo el país.

Sin embargo, estos encuentros no obtuvieron la cobertura periodística por la construcción de la agenda mediática. En este punto, el desafío de quienes demandaban la democratización del espectro radioeléctrico y su impulso (la iniciativa gubernamental) era lograr el consenso social sobre la necesidad de debatir una reforma de estructuras de los medios de comunicación. En simultáneo, el público masivo recibía un contra-discurso constante y homogéneo, advirtiendo sobre los “peligros” del control sobre la prensa.

La definición, como prioridad de la agenda pública, de la sanción de una nueva ley que regule los servicios de comunicación audiovisual, dependió de otras iniciativas gubernamentales graduales y previas en políticas de Estado sobre la comunicación. En efecto, “el poder se ejerce fundamentalmente construyendo significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes multimedia globales, locales de comunicación de masas, inclui-

da la autocomunicación de masas” (Castells, 2010: 535). Y en ese proceso, *Encuentro* es la primera medida tendiente a plasmar los valores de la democratización del espectro radioeléctrico argentino.

Conclusiones

La puesta en el aire de *Encuentro* concretó las demandas por contenidos educativos, culturales, federales emitidos por un canal público sin cortes comerciales y de calidad. Para tal fin, construyó lazos de coproducción con señales públicas internacionales, productoras independientes y universidades que lo proveen de un lenguaje televisivo atractivo y de temáticas científicas, respectivamente.

Asimismo, la creación de este canal educativo le brinda al Estado la función de productor de contenidos, lo que constituye una ruptura del rol asignado por el neoliberalismo al sector público, limitado a garantizar un marco jurídico flexible al mercado. Incluso, el proyecto educativo en el que se enmarca *Encuentro* erige un modelo de comunicación multimedia que se completa en el intercambio áulico. Es decir, resuelve la dicotomía de comunicación mediada/ comunicación humana con la convergencia de pantallas integradas al proceso enseñanza-aprendizaje.

Sin embargo, la señal *Encuentro* supone nuevos desafíos. Uno de ellos es garantizar su permanencia como medio público y no gubernamental y establecer los mecanismos que aseguren la calidad en los contenidos y sus narrativas.

Más allá de estos aspectos, la instalación en la grilla de canal *Encuentro* mostró que otra comunicación es posible frente a la hegemonía co-

mercial. Por eso, fue un cimiento en la construcción de sentido para llevar la democratización del espectro radioeléctrico al debate público.

Notas

1 Hay quienes sostienen que la búsqueda de pluralidad de voces en la cultura constituye una línea de políticas de Estado que suma a *Encuentro* al financiamiento de películas nacionales del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) (récord en cantidad y en diversidad), como la muestra “Mujeres: 1810-2010”, inaugurada en la Casa Nacional del Bicentenario, que celebraba como figuras centrales a Juana Manso, a Alicia Moreau de Justo o a María Luisa Bemberg; o la reciente participación de Gianni Vattimo y Toni Negri en el ciclo de filosofía y política “Debates y Combates” (Coscia, 2012).

2 En las obras ya citadas, estas relaciones son caracterizadas de “matrimonio por convivencia y conveniencia”, complicidad o sometimiento del poder mediático sobre el político.

Bibliografía

ABAL MEDINA, Juan Manuel. (2004). *La Muerte y la resurrección de la representación política*, Buenos Aires Fondo de Cultura Económica.

AGUILAR VILLANUEVA, Luis (1993). "Estudio Introductorio", en *Problemas públicos y agenda de gobierno*, México DF, Porrúa.

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

BLANCO, Daniela y GERMANO, Carlos (2004). *20 años de Medios y Democracia en la Argentina*, Buenos Aires, Fundación Konrad Adenauer Stiftung.

BUSTAMANTE, Enrique (coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema de comunicación mundial: Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa.

CASTELLS, Manuel (2010). *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza.

Coalición por una Radiodifusión Democrática-Argentina. (2004). *Hacia una nueva ley de radiodifusión. 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación*. Disponible en: <http://www.mateamargo.org/mate/ffiles/21puntos.pdf> [Consulta: 10 de diciembre de 2010].

COBB, Rogery ELDER, Charles (1984). "Agenda-Building and the politics of aging", en *Policy Sciences Journal*, Vol. 13, Nº 1, Chris Weible, Escuela de Asuntos Públicos de la Universidad de Colorado en Denver, pp. 115-129.

COBB, Roger; ROSS, Mark Howard y ROSS, Jennie-Keith (1976). "Agenda building as a comparative political process", en *American Political Science Review (APSA)*, Washington DC, pp. 126-138.

COSCIA, Jorge (2012). "Trabajar por la pluralidad de voces", en diario *La Nación*, 24 de enero, Buenos Aires.

CRETZAZ, José (2011). "Una ley en señal de ajuste", en diario *La Nación*, 4 de septiembre, Buenos Aires.

CANAL ENCUENTRO (2007). Recuperado el 23 de junio de 2012, en www.encuentro.gov.ar

EXENI, José Luis (2010). *Mediocracia de alta intensidad Bolivia: medios de comunicación y democracia en contextos de cambio*, La Paz, Bolivia, Instituto Internacional para la

Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA).

GRAZIANO, Margarita (1986). *Política o ley: debate sobre el debate*, Espacios, Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

GUGLIOTTA, Jorge y SPIEGEL, Alejandro (2010). *La Universidad Pública y la decisión de democratizar conocimientos: desafíos de la producción de contenidos para la televisión educativa*, Buenos Aires, Gabinete de Comunicación y Educación.

KOSCHÜTZKE, Alberto y GERBER, Elisabet (2011). *Progresismo y Comunicación: manos a la obra*, Buenos Aires, Fundación Friedrich Ebert.

LÓPEZ, Vanina Soledad (2011). "Ciencia en Encuentro, Narrativas para la TV Digital", en *Question*, Vol. 1, Nº 29, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

MANIN, Bernand (1992). "Metamorfosis de la representación", en *¿Qué queda de la representación política?*, Buenos Aires, Nueva Sociedad.

MARÍN, Ricardo (2007). "TV con valor agregado y sin golpes bajos", en diario *La Nación*, 10 de julio, Buenos Aires.

MASTRINI, Guillermo y MESTMAN, Mariano (1996). "¿Desregulación o re regulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota", en *Cuadernos de información y comunicación CIC*, Madrid, 81-88.

----- y DE CHARRAS, Diego (2005). "20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI", en *Anuario Ininco*, Vol.17, Nº 1, junio, Caracas.

MC BRIDE, Sean y otros (1987). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, México DF, Fondo de Cultura Económica.

MCCOMBS, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Barcelona, Paidós Ibérica.

MCQUAIL, Denis (1992). *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires, Amorrortu.

MEYER, Thomas (2002). "Mediocracia: ¿Rumbo a una democracia diferente?", en PRIESS, Frank. *Relación entre política y medios: propuestas alemanas en una perspectiva comparada*, Buenos Aires, Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Temas Grupo Editorial.

MONJE, Daniela (2009). "La imposible región. Propuesta para el análisis comparativo de las políticas de radiodifusión diseñadas para los sectores privado comercial, social, comunitario y público, entre los socios fundadores de la unión regional MERCOSUR", en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, EPTIC, vol. XI, Nº 2, Brasil, mayo-agosto.

NOVELLI, Ciro y PINCOLINI, Cecilia (2008). "TV de proximidad y alfabetización audiovisual, en *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, Nº 31, V. XVI, ISSN 1134-3478, España.

RAMONET, Ignacio (2001). *¿Cómo nos venden la moto?*, Barcelona, Icaria.

----- (2003). "El Quinto poder", en *Le Monde Diplomatique*, edición española, octubre.

RODRIGUEZ MIRANDA, Carla (2011). "TDT, Una promesa de entrada a la Sociedad de la Información. Caso Argentina", en *Razón y Palabra*, núm. 76, Buenos Aires, mayo-julio.

SARTORI, Giovanni (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.

VENTURA, Any (2007). "Tristán Bauer: la TV también puede despertar conciencias", diario *La Nación*, 24 de octubre, Buenos Aires.