

Instituto de Investigaciones Gino Germani
VI Jornadas de Jóvenes Investigadores
10, 11 y 12 de noviembre de 2011

Alejandro Linares
Facultad de Ciencias Sociales UBA
linaresale@hotmail.com
Eje problemático: Estado. Instituciones. Actores

Medios de comunicación del Estado nacional: la esfera pública en disputa

Ley de Medios: Estado y Medios Públicos

El debate parlamentario y social que finalizó con la sanción en 2009 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -Ley 26.522- puede enmarcarse en la tendencia que se extiende más allá de las comunicaciones y del Estado argentino, y que puede sintetizarse como “el ‘resurgimiento’ del papel activo de los estados”, o “el cierre de la etapa neoliberal del capitalismo abierto de libre mercado, con acotado control estatal” (Thwaites Rey, 2010), o como pos-neoliberalismo, según señalan algunos autores (Sader, 2010; García Delgado, 2009), en tanto “etapa en construcción” (Boron, 2003). Ubicado en el terreno de las comunicaciones, este debate abordó el rol que puede asumir el Estado en la formulación de políticas públicas de comunicación.

Lo que se propone en este trabajo es un abordaje posible para analizar la gestión y la participación ciudadana en los medios de comunicación del Estado nacional para alcanzar un servicio público de radiodifusión. Esto es, reconocer en un proceso específico las disputas políticas y posicionamientos de actores sociales en el marco de la formulación de políticas públicas de comunicación. La investigación propuesta atraviesa, entonces, un espacio problemático, eje de disputas políticas en desarrollo, dado que “el Estado es un espacio de disputa entre los intereses públicos y los intereses mercantiles”, y allí se teje un “polarización fuerte: no entre lo privado y lo estatal, sino entre la esfera pública y la esfera mercantil”, donde “democratizar es desmercantilizar: sacar de la esfera del mercado y pasar a la esfera del derecho, a la esfera pública” (Sader, 2008). Es la dimensión problemática del Estado como formador de políticas públicas de comunicación la que propone abordar en forma específica el trabajo, puesto que “la discusión del servicio público es de suma actualidad, dado que varios países en

la región están revisando el concepto, en el marco de una redefinición de las políticas del Estado en el sector” (Mastrini, 2009).

Durante el debate que rodeó a la sanción de la Ley de Medios –que se extiende hasta la actualidad- ha sido objeto de discusión el modo en que los sucesivos gobiernos democráticos han gestionado los medios de comunicación del Estado nacional. Una crítica constante ha señalado la “lamentable tradición de hacer de los medios públicos instrumentos del gobierno de turno” (García Leiva, 2005; Mastrini, 2009). Con estos cuestionamientos de fondo, la norma aprobada dispuso la creación de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA) para administrar los medios del Estado nacional¹. Aquí la novedad es la creación –mediante una ley- de una sociedad del Estado a cargo de la gestión y la administración de los medios públicos nacionales, con objetivos, obligaciones, pautas claras de financiamiento, con la conformación plural del directorio de la sociedad² y con un Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos. Si bien RTA tiene como antecedente inmediato al Sistema Nacional de Medios Públicos³ (SNMP), este dependía directamente del Poder Ejecutivo, no contaba con “instancia alguna, plural, colegiada e independiente que lo controle”, no daba cabida “a la participación de la sociedad en general”, ni “preveía instancias de planificación” (García Leiva, 2005). Además de los cuestionamientos a su creación por decreto, se ha advertido que no hacía “ninguna referencia categórica en cuanto a los deberes y responsabilidades que diferenciarían al SNMP de cualquier otro grupo de medios privado” (Míndez, 2001). Por otra parte, esta entidad no contaba con manuales de procedimiento administrativo para sus medios (Míndez, 2001), tampoco con solvencia ni autonomía para abordar problemas macro-estructurales que demandan inversiones importantes (Marino, 2005; Baladrón y Restovich, 2005; Mastrini y Marino, 2008), carecía de “normas para las contrataciones” y mantenía la “ausencia de un estatuto específico para la regulación de los medios públicos” (Califano, 2007). Se puede agregar que el SNMP fue creado en 2001 luego del veto a la llamada Ley RTA⁴, que “pretendía crear una sociedad estatal no gubernamental, controlada por el Congreso, a cargo de la administración de ATC, Radio Nacional, el SOR y la RAE” y con un “Comité de Evaluación con representantes de diversos orígenes” (García Leiva, 2005). Esta ley vetada fue “la primera dedicada específicamente a las estaciones de radio y

¹ Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. Art. 119.

² La norma indica que el directorio debe contar con representación del Poder Ejecutivo, Legislativo y grupos sociales interesados, un reglamento de funcionamiento, plan de gastos y recursos, y publicidad obligatoria de sus actos.

³ Creado por el Gobierno de Fernando De la Rúa en enero de 2001, mediante el Decreto 94/01.

⁴ Ley sancionada por ambas cámaras del Congreso Nacional por unanimidad en noviembre de 1999. Fue vetada posteriormente por el Gobierno nacional de Fernando De la Rúa, “el 31 de diciembre del mismo año, invocando razones de técnica legislativa, inconveniencia de acumulación de funciones en una Comisión Parlamentaria y carencia de recursos fiscales” (Rossi, 2000).

televisión administradas por el Estado” (Mindez, 2001). Con este escenario, la aparición de RTA abrió posibilidades ciertas, avaladas por la Ley 26.522, de recrear mejores instancias de participación y control en los medios del Estado nacional.

De los elementos enumerados se desprende que el corte que produce el proceso de discusión, redacción, aprobación, reglamentación y aplicación de la Ley 26.522 en la modalidad de gestión de los medios del Estado nacional abre un campo de investigación interesante a fin de relevar similitudes y diferencias en los distintos momentos, durante el periodo de gobierno 2007-2011, marcados por la puesta en acción de la norma. Es así que resulta pertinente problematizar la modalidad de concreción de aquella enunciación de metas que significa una legislación (Graziano, 1986), bajo la consideración que “la intervención del Estado (...) debe estar fundada en determinadas orientaciones y contenidos políticos y culturales para que sea democratizadora”, entendiendo aquí por intervención democratizadora a la “práctica que amplía las posibilidades de participación popular (...) en la toma de decisiones sobre las políticas mas globales” (Mastrini y Mestman, 1996). A estos señalamientos debe agregarse la validez de la indagación en este espacio dado que “la confrontación de poderosos actores nacionales y transnacionales, así como las demandas societales referidas a medios masivos e industrias culturales, convierte a éstos en una zona de fuerte competitividad y conflictividad entre intereses públicos y privados” (García Canclini, 2001).

Medios Públicos: el análisis del(los) modelo(s)

La investigación proyectada propone investigar la gestión de los medios de comunicación del Estado nacional durante el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011).

El *objetivo general* de este trabajo es definir el modelo (o los modelos) de gestión de los medios de comunicación del Estado nacional durante el mandato presidencial de Cristina Fernández de Kirchner. La reconstrucción de este proceso busca reconocer la concepción de servicio público de radiodifusión que subyace en la gestión de dichos medios durante el periodo señalado, a fin de evaluar sus dimensiones democratizadoras, a través de la aplicación analítica de los conceptos de acceso y participación, y a través del análisis de sus dinámicas de funcionamiento y las disputas de poder en torno a la

toma de decisiones en el marco de la puesta en práctica de una política pública de comunicación.

La reconstrucción del modelo (o modelos) de gestión señalado resultará de la concreción de los siguientes *objetivos específicos*:

- a) describir los niveles de acceso y participación ciudadana en los medios de comunicación del Estado nacional en el periodo indicado, en la normativa y en la práctica.
- b) describir las disputas de poder en torno al funcionamiento y la toma de decisiones en la gestión de los medios de comunicación señalados durante el recorte temporal indicado.
- c) identificar continuidades y/o rupturas en cada descripción señalada (a y b), a partir de comparar distintos momentos del periodo analizado, marcados por la sanción de la Ley 26.522.

El trabajo propuesto apunta a contribuir al estudio de las políticas públicas de comunicación durante el periodo de Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, a fin de enriquecer el debate sobre la democratización de las comunicaciones⁵ en Argentina.

El trabajo se preguntará cómo el SNMP y RTA asumieron desde la gestión de los medios del Estado nacional -de modo diferenciado (o no)- el mandato de brindar un servicio público de radiodifusión en el periodo señalado. Se entiende con esto que los referentes empíricos de la investigación serán el SNMP y RTA, según el momento analítico. Son las dos entidades que durante el periodo de investigación toman a su cargo la administración de los medios de comunicación del Estado nacional que considerará el trabajo propuesto: Canal 7 y Radio Nacional.

En el mismo camino, la hipótesis que guiará la investigación señala que el pasaje del SNMP a RTA (vía aplicación de la Ley 26.522) significó en la práctica el pasaje a un nuevo y distinto modelo de gestión de los medios del Estado nacional.

⁵ Se retoma aquí la definición de democratización de las comunicaciones como "el proceso mediante el cual 1) el individuo pasa a ser un elemento activo y no un simple objeto de la comunicación; 2) aumenta constantemente la variedad de los mensajes intercambiados; 3) aumenta también el grado y la calidad de la representación social en la comunicación". (Mac Bride, 1987)

Marco teórico: acceso y participación en un servicio público de radiodifusión

La investigación propone partir de conceptos operativos como acceso y participación para evaluar las líneas de acción democratizadoras (o no) en la gestión de medios del Estado nacional, pero recuperará la noción de Estado en tanto entidad compleja, contradictoria y diferenciada (Oszlak y O'Donnell, 1984). De este modo, plantea incorporar el carácter conflictual del proceso -que involucra a distintos actores políticos, económicos y sociales en la disputa por la toma de decisiones- que hace a la gestión de los medios del Estado nacional en tanto aplicación de una política pública de comunicación. Se considera aquí como política pública de comunicación al “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). Además, se recupera aquella advertencia que dice que “no puede haber políticas culturales sin políticas de comunicación” (Becerra y Mastrini, 2006). Se entiende por Estado al “conjunto de instituciones y relaciones sociales (casi todas ellas sancionadas y respaldadas por el sistema legal de ese estado⁶) que normalmente penetran y controlan la población y el territorio que ese conjunto delimita geográficamente. Esas instituciones tienen como último recurso, para implementar las decisiones que toman, la supremacía que normalmente ejercen sobre el control de los medios de coerción en dicho territorio” (O'Donnell, 2004).

El análisis propone retomar el concepto de acceso en sus dos niveles, “el de la elección del material y el de la retroacción”, y el concepto de participación en sus tres niveles: “la intervención de la población en la producción de los mensajes; la intervención en la toma de decisiones; y la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación masiva” (Rossi, 2000). Estos conceptos “resultan referencias actuales que

⁶ Hay un estado democrático de derecho cuando “existe un sistema legal que es, en esencia, democrático en tres sentidos. Uno, defiende las libertades políticas y las garantías de la democracia política. Dos, defiende los derechos civiles de todo el conjunto de la población. Y tres, establece redes de responsabilidad y rendición de cuentas que comportan que todos los agentes, privados y públicos, incluyendo los cargos más altos del régimen, estén sujetos a controles apropiados y legalmente establecidos sobre la legalidad de sus actos” (O'Donnell, 2001)

condensan tensiones sociales no resueltas en el campo de las políticas de comunicación y de la regulación estatal en sus distintos niveles de gobierno” (Rossi, 2006). Por otra parte, la revisión de la gestión de los medios se abordará desde las conceptualizaciones de Antonio Pasquali sobre el servicio público de radiodifusión, entendido como garante de una mayor libertad de expresión, pluralismo y democratización en el área (1991 y 1995). Tanto Tremblay (1988) como Mastrini han señalado la dificultad de hallar una definición única y precisa de servicio público⁷, y 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 distintos contextos sociales, económicos, políticos y tecnológicos (Mastrini, 1995), al punto que en ese continente “desde la década del 80 se asiste a una crisis del modelo de radiodifusión pública” (Mastrini, 2009). Por este motivo, las definiciones guías de Pasquali servirán como fondo problemático en la reconstrucción de un modelo de gestión de los medios públicos. En forma complementaria, el abordaje analítico de las disputas de poder por la toma de decisiones recuperará las propuestas metodológicas aportadas por Oszlak y O’Donnell para el análisis de políticas públicas, por considerar que el estudio de estas “permite una visión del Estado 'en acción'; desagregado y descongelado como estructura global y 'puesto' en un proceso social en el que se entrecruza complejamente con otras fuerzas sociales” (1984). Se entiende aquí por política pública al “conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores de la sociedad civil” (Oszlak y O’Donnell, 1984).

Esta propuesta se inserta en la tradición de estudios de economía política de la comunicación y la cultura, entendida como perspectiva que “integra el estudio de las relaciones de poder expresadas en el sistema de producción económica y en el nivel cultural”, cuya base analítica la constituye el rol de los medios en el proceso de acumulación de capital (Herscovici, Bolaño, Mastrini, 1999). Desde esta perspectiva, se recupera la doble valoración de las industrias culturales⁸ –área dominante de la cultura

⁷ “De las distintas definiciones del servicio público se puede extraer la síntesis siguiente: 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” (Tremblay, 1988).

⁸ Se considera industrias culturales al “conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo

actual- en tanto “unen a su importancia económica un impacto ideológico-cultural incuestionable” (Zallo, 1992); o dicho de otro modo, “las industrias culturales son recursos igualmente estratégicos para el enriquecimiento de las naciones, la comunicación y participación de sus ciudadanos y consumidores” (García Cancellini, 2001). Este enfoque explica el valor de las indagaciones sobre el acceso, la participación y las disputas de poder en torno a las decisiones puesto que “la competencia y la eficiencia no pueden constituir los conceptos principales que definan las políticas culturales. Lo principal es la preservación del pluralismo y la diversidad y para ello hay que observar tanto la lógica política como la económica inherente al desarrollo de los bienes y servicios de la información, la comunicación y la cultura” (Becerra y Mastrini, 2009).

El trabajo propuesto reconoce aportes precedentes en el análisis de la gestión de los medios del Estado nacional. En relación a Canal 7, el trabajo más extenso es de Mindez (2001), sobre la administración del canal en distintos momentos históricos, su vinculación con el Estado, y el análisis de su producción desde la perspectiva de servicio público. Otro aporte es de Marino y Cueva (2003), en relación a las características del servicio, su identidad como canal y su imagen corporativa. Por otra parte, una revisión del modelo de gestión del SNMP, a poco de su nacimiento, es realizada por García Leiva (2005). A esto puede sumarse el diagnóstico sobre la situación económica y administrativa de la misma sociedad, luego de 4 años de trayectoria, realizado por Baladrón y Restovich (2005). También se reconoce la síntesis sobre la administración de los medios públicos nacionales, durante el gobierno de Néstor Kirchner, realizada por Califano (2007) y por Mastrini y Marino (2008).

El Estado en acción: análisis de un proceso

Se propone el análisis de un proceso, durante el periodo señalado, a partir del estudio del Estado “en acción”. En este sentido, será prioritario hallar “la cuestión”⁹ que servirá de guía a nuestra investigación y alrededor de la cual distintos actores –que se deberá identificar y caracterizar- toman posiciones, y en su interacción dan forma al proceso

creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo, 1988: 26).

⁹ Entendida como asuntos, necesidades o demandas “socialmente problematizados” (Oszlak y O'Donnell, 1984).

que será descripto (Oszlak y O'Donnell, 1984). Este camino metodológico es propuesto para abordar un proceso específico como es la gestión de los medios del Estado nacional. Por eso será preciso tener presente que “lo que ocurre al interior del Estado es en parte ejecución de la política, en parte factor causal para la adopción de nuevas políticas y en parte generación de estructuras burocráticas especializadas (...) con capacidad de redefinir la política inicial” (Oszlak y O'Donnell, 1984).

Otro capítulo analítico, complementario al anterior, implicará buscar y reconocer instancias, decisiones, hechos, resoluciones (momentos del proceso analítico construido), datos estadísticos e información pública que permitan dar contenido a los conceptos operativos de acceso y participación, en tanto indicadores de democratización en la gestión de los medios señalados. Además, debe considerarse en la planificación de la investigación que “para efectuar el análisis crítico de la situación del acceso y de la participación en un entorno comunicacional, es menester haber efectuado previamente un relevamiento del mapa audiovisual y de telecomunicaciones, analizar su relación con el sistema político imperante y las formas de organización social que se manifiestan en el contexto nacional y supra-nacional” (Rossi, 2006). En este sentido, el abordaje propuesto sobre el SNMP y RTA constituirá un análisis específico dentro de un contexto fundamental marcado por el proceso de discusión, redacción, aprobación, reglamentación y aplicación general de la Ley 26.522, con el que tendrá vinculaciones necesarias y permanentes. Del mismo modo, esta investigación deberá poner en relación problemática todas aquellas situaciones o hechos que marquen movimientos en la cartografía mediática y en las políticas públicas en el área¹⁰.

Estas dos dimensiones del análisis deberán actuar interconectadas para arrojar conclusiones, posibles de ser confrontadas críticamente con las conceptualizaciones teóricas de referencia –de Pasquali- sobre el servicio público de radiodifusión. Una vez alcanzadas las conclusiones será preciso marcar dos momentos temporales del proceso analizado -divididos por la aplicación de la Ley 26.522- para reconocer continuidades y/o rupturas, y así dar respuesta a la hipótesis planteada.

¹⁰ Como ejemplos pueden señalarse los lanzamientos de los canales Paka Paka e INCAA TV, así como la creación, por decreto, de la Secretaría de Comunicación Pública, y el desarrollo de la Televisión Digital Terrestre (TDT).

A estos dos abordajes centrales se agregará, en forma lateral, la elaboración por año, durante el periodo analizado, de un “perfil cromático de la programación” de Canal 7 y Radio Nacional, según la propuesta metodológica de Diego Portales Cifuentes (2001). Se buscará con esto definir el perfil de los programas emitidos en los medios públicos considerados por este trabajo, a partir de una doble determinación, como el origen de la producción¹¹ y la clasificación por géneros¹². Esto tendrá la finalidad analítica de aportar referencias en la grilla de programas que puedan ser útiles para reconocer consecuencias visibles, “en el aire” de estos medios, de las dinámicas de acceso, participación, gestión y toma de decisiones que esta investigación propone poner en foco.

Las unidades de análisis serán resoluciones oficiales, leyes, decretos, resoluciones, planes, programas, memorias, proyectos, papers internos, información estadística, comunicados, artículos periodísticos, inventarios, bases de datos, manuales de procedimiento, expedientes. Esto será complementado con concurrencia a reuniones públicas y el reconocimiento de las instalaciones físicas de los medios del Estado nacional. Sobre esta base será fundamental realizar entrevistas con actores involucrados en el proceso. Además, para los análisis de la programación se abordarán las emisiones tanto de Canal 7 como de Radio Nacional, según el recorte analítico señalado.

Análisis para la democratización

La originalidad y valor de la investigación propuesta está marcada por el periodo analizado –por su proximidad temporal y relevancia política¹³–; por la posibilidad de reconocer consecuencias de una legislación en la gestión de los medios públicos; y por el abordaje complementario a partir de conceptualizaciones como acceso, participación, servicio público de radiodifusión y políticas públicas.

¹¹ Refiere al país de origen, el tipo de empresa que produce, su vinculación contractual con el medio, y al modo centralizado o descentralizado de producción.

¹² Portales Cifuentes propone reconocer a los géneros a partir de considerar “los programas en sí mismos, y no por sus relaciones con la sociedad. Esto significa privilegiar su naturaleza y estructura; su contenido y forma; o como dice el autor español Jaime Barroso, su semántica y su sintáctica” (Cifuentes, 2001).

¹³ Fue durante el mandato de Cristina Fernández de Kirchner que se extendió el debate (y su posterior sanción) por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Por un lado, se ha advertido que “el servicio público no siempre ha sido visto como una de las instancias donde la sociedad civil debe reclamar la posibilidad de participar” (Mastrini, 2009), y por otro lado, se ha remarcado que “una de las claves de la configuración de democracias modernas es la garantía al acceso y a la participación ciudadana en la puesta en circulación social de los mensajes, lo que define que la sociedad puede acceder a una variada gama de productos culturales y opiniones diversas” (Becerra y Mastrini, 2006).

El abordaje necesario planteado por este trabajo retoma el señalamiento sobre “la importancia de contar con una activa participación de la sociedad civil en la tarea de legitimar los servicios públicos y en dotarlos de la arquitectura institucional que los transforme en representantes de las inquietudes y necesidades del conjunto de la población, con independencia política de los gobiernos e independencia económica del mercado” (Mastrini, 2009). Además, revisar la situación de los medios públicos busca contribuir a su democratización efectiva, a partir de brindar aportes analíticos útiles para mejorar su funcionamiento. Se parte del convencimiento que “la radiodifusión pública constituye uno de los intentos más serios por llevar adelante una redistribución igualitaria de los intercambios simbólicos” (Garnham, 1990).

La pretensión de aportar al estudio de las políticas públicas de comunicación, como plantea realizar este trabajo, reafirma que “investigar políticas estatales puede contribuir a conocer transformaciones del Estado y las nuevas modalidades que asumen sus vinculaciones con la sociedad civil” (Oszlak y O'Donnell, 1984). Y de modo más amplio, proponer ese abordaje apunta también a comenzar a responder una pequeña parte de la pregunta: “¿Qué Estado en América Latina? Después de la globalización neoliberal”, no sin advertir que “ni el Estado nacional perdió su importante papel en la constitución de estructuras de dominación a diversas escalas territoriales durante el auge neoliberal, ni parece verosímil que ahora recobre sin más las capacidades perdidas” (Thwaites Rey, 2010).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, Perry:** Neoliberalismo: un balance provisorio. En *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Emir Sader y Pablo Gentili (comp.). Ed. CLACSO, Buenos Aires, Argentina. 2003.
- Baladron, M. y Restovich, M. (2005):** Medios Públicos: un largo camino. Resumen Digital de Noticias PNC.
- Baranchuk Mariana (2010):** Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones). En *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Edita: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual; febrero 2010.
- Becerra, Martín (2009):** Estado y mercado el día después. Diario *Página 12*.
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2006):** *Periodistas y Magnates*. Instituto Prensa y Sociedad. Editorial Prometeo. Buenos Aires.
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo:** *La Sociedad de la Información en la Argentina: una mirada desde la economía política*. Estudios de Sociología, Araraquara, 17, 97-113, 2004.
- Blumler, Jay:** Televisión e interés público. Bosch, Barcelona, 1993.
- Boron, Atilio:** La sociedad civil después del diluvio neoliberal. En *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Emir Sader y Pablo Gentili (comps.). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina. 2003.
- Boron, Atilio (2003):** El pos-neoliberalismo: un proyecto en construcción. En *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Emir Sader (comp.) y Pablo Gentili (comp.). CLACSO, Buenos Aires, Argentina. 2003.
- Califano, Bernadette (2007).** Medios y Políticas de Comunicación en Argentina bajo el Gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007). Tesina de Licenciatura. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Centro de documentación del SInCA.
- Cueva, F. y Marino, S. (2003):** Atributos Tan Contradictorios: Identidad, Imagen y Servicio Público. El caso de Canal 7. Tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, mimeo.
- Fuenzalida, Valerio:** *La Televisión pública en América Latina. Reforma o privatización*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile. 2000.
- García Canclini, Néstor (2001):** Por qué legislar sobre industrias culturales. Revista *Nueva Sociedad*. N° 175.
- García Delgado, Daniel y Chojo Ortíz Ignacio (2009):** Hacia un nuevo modelo de desarrollo. Transformación y reproducción en el posneoliberalismo. En *El desarrollo en un contexto posneoliberal. Hacia una sociedad para todos*. Ediciones CICCUS-Flacso Argentina, Buenos Aires.
- 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 *Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*.
- Garnham, Nicholas (1990):** Public service versus the market, en *Capitalism and communication*. Global culture and the economics of information". Londres, Sage.
- Gómez, G. y Loreti, D.:** *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y Caribe. Programa de Legislaciones y derecho a la comunicación. Buenos Aires. 2010.
- Graziano, Margarita (1986):** Política o ley: debate sobre el debate; en Revista *Espacios*, Fac. de Filosofía y Letras U.B.A.
- Herscovici, A., Bolaño, C. Mastrini, G. (1999):** Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. En *Globalización y monopolios en la comunicación América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*. Editorial Biblos. Buenos Aires.
- Loreti, Damián:** América Latina y la libertad de expresión, Ed. Norma, Bogotá. 2005.
- Mac Bride, Sean. y otros (1987):** *Un solo mundo, voces múltiples*, Fondo de Cultura Económica, México. 1987.
- Marino, Santiago (2005):** A mitad de camino: ¿Políticas? de comunicación en la Argentina Kirchnerista". Ponencia, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Marino, Santiago:** Políticas públicas: análisis, herramienta y aplicación. Ponencia. UNC. 2010
- Mastrini, G. y Mestman, M.:** ¿Desregulación o rerregulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. Ponencia, Buenos Aires. 1996
- Mastrini, Guillermo:** (ed.): *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- Mastrini, Guillermo (1995):** Servicio público en Europa, dinámica de un concepto; en Revista *Causas y Azares* N° 3, primavera.

- Mastrini, Guillermo (2009):** Medios públicos y derecho a la comunicación, en prensa, Buenos Aires. Material de la Cátedra Políticas y Planificación de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA.
- Mastrini, Guillermo y Marino, Santiago (2008):** Al final del período. Los límites del progresismo. Políticas de Comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner. Material de la Cátedra Políticas y Planificación de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA.
- Mindez, Leonardo (2001):** *Canal 7. Medio Siglo Perdido*. La Crujía.
- Monje, Daniela (2006):** Apuntes para el estudio de Políticas de Radio y TV frente a procesos de integración regional. Caso MERCOSUR. *UNIrevista*. Vol. 1, n° 3.
- Monje, Daniela:** Nuevas políticas del audiovisual en la región MERCOSUR: actores, estructuras de propiedad y entornos jurídicos. Ponencia. 8° ENACOM. FADECCOS. San Salvador de Jujuy. 2010.
- Oszlak, O y O'Donnell, G. (1984):** Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. En Flores (comp.) *Administración pública, Perspectivas críticas*, ICAP, Bs. As.
- Pasquali, Antonio (1991):** ¿Qué es una radiodifusión de servicio público?, en *El Orden Reina*, Monte Avila Ed.
- Pasquali, Antonio (1995):** “Reinventar los servicios públicos”, en *Revista Nueva Sociedad* N° 140, Caracas.
- Portales Cifuentes, Diego (2001):** Empresa: la televisión pública en América Latina: crisis y oportunidades. En *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. CAB. FES. Bogotá.
- Rincón, Omar (editor):** *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá, Colombia. 2010.
- Rincón, Omar (comp.):** *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. CAB. FES. Bogotá. 2001.
- Rossi, Diego (2000):** Precisiones sobre el acceso y la participación en la comunicación masiva; CECSO, UBA.
- Rossi, Diego (2000):** Políticas sobre medios audiovisuales: restricciones a la democratización. Ponencia. Jornadas Nacionales de Investigación en Comunicación, *Perspectivas críticas e investigación*, UNER.
- Rossi, Diego:** Servicio Público en Canadá. Vigencia de un reservorio de calidad. En *PNC Boletín Digital de Políticas de Comunicación*. Facultad de Ciencias Sociales. Año 2. Volumen 7. 2004.
- Rossi, Diego (2006):** Acceso y Participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política. Condicionamientos de los conglomerados. Material de la Cátedra Políticas y Planificación de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA.
- Sader, Emir (2010):** Los gobiernos progresistas en la región: escenarios futuros. Conversación entre Horacio González, Juan Carlos Marín, Emir Sader, Maristella Svampa y Luis Tapia. *Argumentos*. Revista de crítica social, 12.
- Sader, Emir (2008):** América latina, entre el posneoliberalismo y el futuro. En *Posneoliberalismo en América Latina*. CLACSO, CTA Ediciones.
- Thwaites Rey, Mabel (2010):** Después de la globalización neoliberal ¿Qué Estado en América latina? en *Observatorio Social de América Latina*, Clacso, Buenos Aires, Año XI, N° 27.
- Tremblay, Gaëtan (1988):** La noción de servicio público, en *Revista Telos*, N° 14 Junio-Agosto, Fundesco, Madrid.
- Zallo, Ramón (1992):** *El mercado de la cultura*, Ed. Gakoa, San Sebastián, España.
- Zallo, Ramón (1988):** *Economía de la Comunicación y la Cultura*. Ediciones Akal. España.
- Ley 26.522. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
 - <http://www.rta-se.com.ar>
 - Decreto N° 94/01. Sistema Nacional de Medios Públicos.