

**Território, comunicação ascendente e os meios  
alternativos, populares e comunitários na Argentina**

**Territorio, comunicación ascendente y los medios  
alternativos, populares y comunitarios en Argentina**

**Territory, ascending communication and alternative  
popular and community media in Argentina**

**André Pasti**

Doutor em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP), Docente do Centro de Engenharia, Modelagem e Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do ABC (CECS/UFABC).

Contato: [andre.pasti@ufabc.edu.br](mailto:andre.pasti@ufabc.edu.br)

Submetido: 16.06.2020 - Aprovado: 11.05.2021



Creative Commons



Atribuição



NãoComercial



Compartilhalgal



## Resumo

A agenda da democratização da mídia participa das lutas sociais na Argentina desde a redemocratização, em 1983. Parte central dessas lutas são travadas pelos meios alternativos, populares e comunitários. As disputas pela aprovação e implementação da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual (LSCA) de 2009 acompanharam transformações nas condições para a comunicação contra-hegemônica baseada nos lugares, aqui entendida como comunicação ascendente. Este artigo busca analisar as ações para a comunicação comunitária no contexto da vigência da LSCA e a implementação de seus princípios. Partindo do diálogo da Geografia crítica com a Economia Política da Comunicação, pretende-se contribuir para as reflexões sobre a formulação e efetivação de políticas de comunicação a partir do território.

Palavras-chave: Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual; comunicação alternativa; Território; Comunicação ascendente; Argentina.

## Resumen

La agenda de la democratización de los medios de comunicación ha sido parte de las luchas sociales en Argentina desde la re-democratización, en 1983. Los medios de comunicación alternativos, populares y comunitarios fueron cruciales para estas luchas. Las disputas sobre la adopción e implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 (LSCA, n. 26.522) permitieron transformaciones en las condiciones para la comunicación contra-hegemónica basada en los lugares – la comunicación ascendente. El presente artículo tiene como objetivo analizar políticas e iniciativas para medios comunitarios en el contexto de la implementación de los principios de la LSCA. El trabajo, desde el diálogo entre la geografía crítica y la economía política de la comunicación, pretende contribuir para la formulación de políticas de comunicación basadas en el territorio.

Palabras clave: Ley de servicios de comunicación audiovisual; Comunicación alternativa; Territorio; Comunicación ascendente; Argentina.

## Abstract

The agenda of media democratization has been part of the social struggles in Argentina since the re-democratization, in 1983. The alternative, popular and community media were crucial to these struggles. Disputes over the adoption and implementation of the 2009 Audiovisual Communication Services Law (LSCA, n. 26.522) enabled transformations in the conditions for counter-hegemonic communication based on places, the ascending communication. This paper aims to analyze policies and initiatives for community media in the context of the implementation of the LSCA principles. It also intends to contribute to the formulation of communication policies based on the territory. The paper's perspective is based on Critical Geography and Political Economy of Communication.

Keywords: Audiovisual Communication Services Act; Alternative communication; Territory; Upward communication; Argentina.



## Introdução

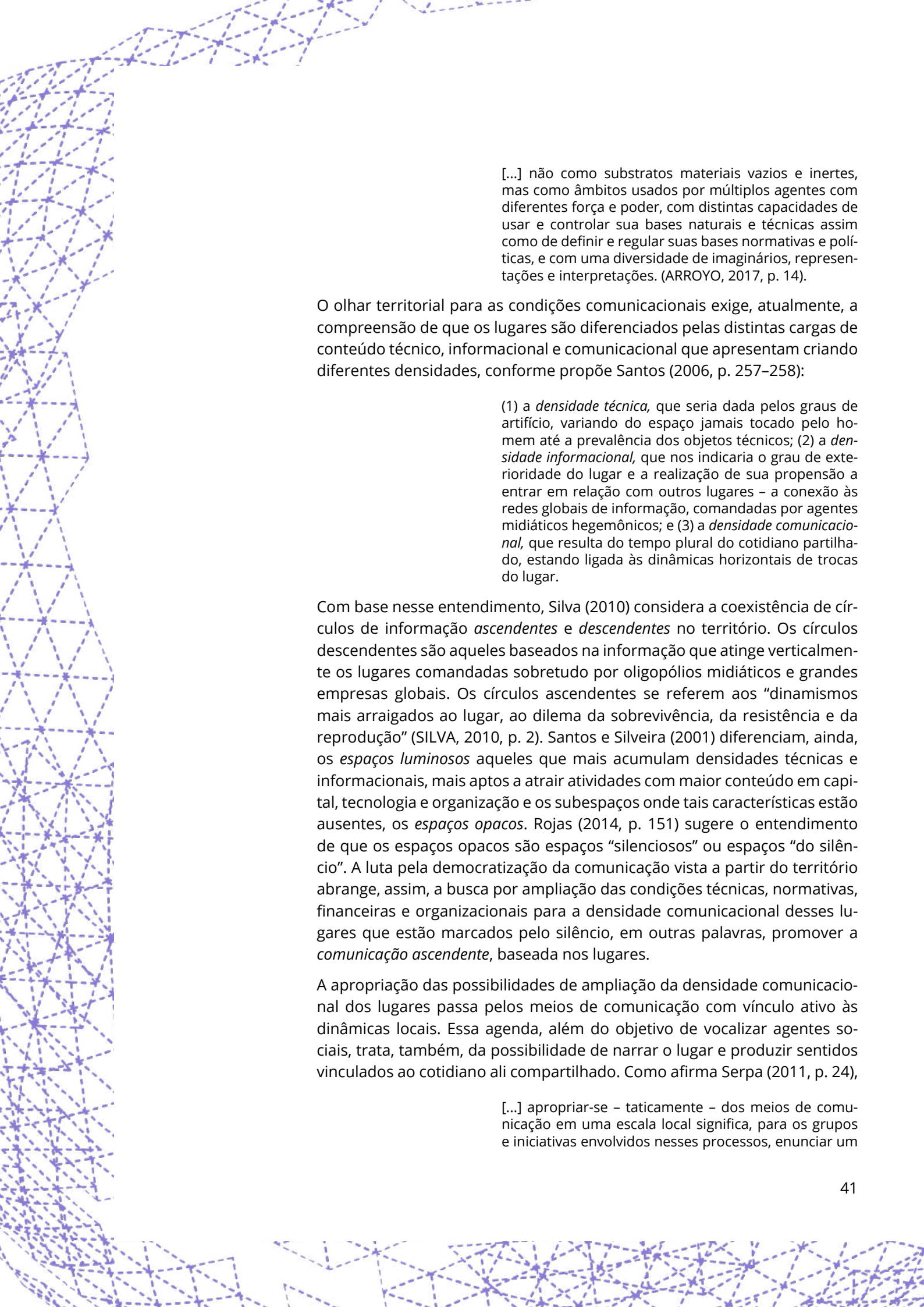
A organização do território é marcada pela disputa de projetos da sociedade, que “resultam do sistema de valores, tradições, atitudes culturais, sociais e políticas” (ISNARD, 1982, p. 37). Não havendo pluralidade e diversidade de ideias e sentidos em circulação no território, limita-se a possibilidade de criar, a partir dos lugares, projetos diferentes daqueles que atendem aos interesses dos agentes dominantes. Nesse sentido, as lutas sociais dos movimentos populares da América Latina desde o século passado abrangem o tema da ampliação das vozes existentes na mídia.

Na Argentina, o debate sobre os monopólios midiáticos e a necessidade de democratizar a comunicação foi gestado desde o fim da última ditadura, em 1983, e ganhou grande espaço no debate público em 2009, no contexto da discussão de uma nova Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual (LSCA), conhecida popularmente como *Ley de Medios*. O projeto de lei foi construído a partir de propostas promovidas por movimentos sociais e outros agentes da sociedade civil (SEGURA, 2011) e foi aprovado e sancionado no mesmo ano, durante governo de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). O tema virou o centro de disputas envolvendo grandes corporações midiáticas, movimentos sociais, meios comunitários e governos. Os meios de comunicação contra-hegemônicos, em particular, encontraram, nesse período, um conjunto de transformações em suas condições de organização, no reconhecimento pelo Estado e nas possibilidades de financiamento. O presente artigo pretende analisar essas transformações a partir de uma perspectiva geográfica, em diálogo interdisciplinar com a Economia Política da Comunicação.

## Um olhar territorial para a comunicação comunitária, alternativa e popular

Partimos do reconhecimento do papel ativo do território usado nas condições para a realização dos projetos de organização da comunicação nos lugares. Este texto analisa as políticas para a comunicação comunitária, alternativa e popular na Argentina a partir dessa perspectiva, não limitada ao texto previsto em lei ou sua aplicação pelos governos. Como afirma Milton Santos (1994, p. 15–16), interessa à análise social não o território em si, mas os *usos do território, o território usado*. A efetividade de políticas de comunicação depende dos usos e práticas sociais atuais e também das condições herdadas no território, desigualdades que vão desde a base técnica até a organização social existente. Como a aplicação ou implementação das políticas não é a espacial, maior ênfase deve ser dada às desigualdades herdadas no território, que impõem inércias às condições e às transformações pretendidas e as geometrias do poder (MASSEY, 2007), considerando os vínculos repletos de relações de poder desiguais no espaço. É preciso considerar os territórios nacionais,





[...] não como substratos materiais vazios e inertes, mas como âmbitos usados por múltiplos agentes com diferentes força e poder, com distintas capacidades de usar e controlar sua bases naturais e técnicas assim como de definir e regular suas bases normativas e políticas, e com uma diversidade de imaginários, representações e interpretações. (ARROYO, 2017, p. 14).

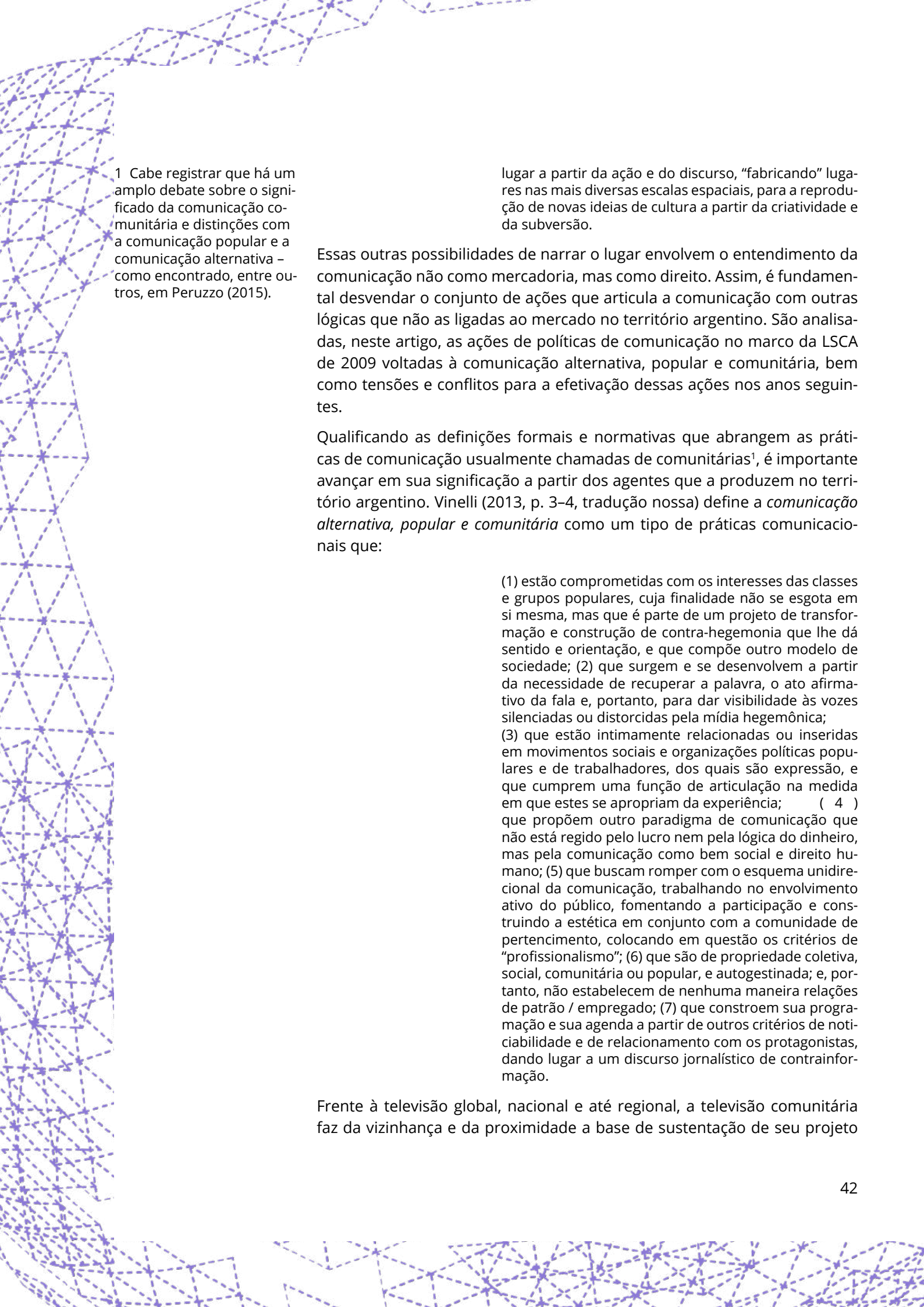
O olhar territorial para as condições comunicacionais exige, atualmente, a compreensão de que os lugares são diferenciados pelas distintas cargas de conteúdo técnico, informacional e comunicacional que apresentam criando diferentes densidades, conforme propõe Santos (2006, p. 257–258):

(1) a *densidade técnica*, que seria dada pelos graus de artifício, variando do espaço jamais tocado pelo homem até a prevalência dos objetos técnicos; (2) a *densidade informacional*, que nos indicaria o grau de exterioridade do lugar e a realização de sua propensão a entrar em relação com outros lugares – a conexão às redes globais de informação, comandadas por agentes midiáticos hegemônicos; e (3) a *densidade comunicacional*, que resulta do tempo plural do cotidiano partilhado, estando ligada às dinâmicas horizontais de trocas do lugar.

Com base nesse entendimento, Silva (2010) considera a coexistência de círculos de informação *ascendentes* e *descendentes* no território. Os círculos descendentes são aqueles baseados na informação que atinge verticalmente os lugares comandadas sobretudo por oligopólios midiáticos e grandes empresas globais. Os círculos ascendentes se referem aos “dinamismos mais arraigados ao lugar, ao dilema da sobrevivência, da resistência e da reprodução” (SILVA, 2010, p. 2). Santos e Silveira (2001) diferenciam, ainda, os *espaços luminosos* aqueles que mais acumulam densidades técnicas e informacionais, mais aptos a atrair atividades com maior conteúdo em capital, tecnologia e organização e os subespaços onde tais características estão ausentes, os *espaços opacos*. Rojas (2014, p. 151) sugere o entendimento de que os espaços opacos são espaços “silenciosos” ou espaços “do silêncio”. A luta pela democratização da comunicação vista a partir do território abrange, assim, a busca por ampliação das condições técnicas, normativas, financeiras e organizacionais para a densidade comunicacional desses lugares que estão marcados pelo silêncio, em outras palavras, promover a *comunicação ascendente*, baseada nos lugares.

A apropriação das possibilidades de ampliação da densidade comunicacional dos lugares passa pelos meios de comunicação com vínculo ativo às dinâmicas locais. Essa agenda, além do objetivo de vocalizar agentes sociais, trata, também, da possibilidade de narrar o lugar e produzir sentidos vinculados ao cotidiano ali compartilhado. Como afirma Serpa (2011, p. 24),

[...] apropriar-se – taticamente – dos meios de comunicação em uma escala local significa, para os grupos e iniciativas envolvidos nesses processos, enunciar um



1 Cabe registrar que há um amplo debate sobre o significado da comunicação comunitária e distinções com a comunicação popular e a comunicação alternativa – como encontrado, entre outros, em Peruzzo (2015).


lugar a partir da ação e do discurso, “fabricando” lugares nas mais diversas escalas espaciais, para a reprodução de novas ideias de cultura a partir da criatividade e da subversão.

Essas outras possibilidades de narrar o lugar envolvem o entendimento da comunicação não como mercadoria, mas como direito. Assim, é fundamental desvendar o conjunto de ações que articula a comunicação com outras lógicas que não as ligadas ao mercado no território argentino. São analisadas, neste artigo, as ações de políticas de comunicação no marco da LSCA de 2009 voltadas à comunicação alternativa, popular e comunitária, bem como tensões e conflitos para a efetivação dessas ações nos anos seguintes.

Qualificando as definições formais e normativas que abrangem as práticas de comunicação usualmente chamadas de comunitárias<sup>1</sup>, é importante avançar em sua significação a partir dos agentes que a produzem no território argentino. Vinelli (2013, p. 3–4, tradução nossa) define a *comunicação alternativa, popular e comunitária* como um tipo de práticas comunicacionais que:

(1) estão comprometidas com os interesses das classes e grupos populares, cuja finalidade não se esgota em si mesma, mas que é parte de um projeto de transformação e construção de contra-hegemonia que lhe dá sentido e orientação, e que compõe outro modelo de sociedade; (2) que surgem e se desenvolvem a partir da necessidade de recuperar a palavra, o ato afirmativo da fala e, portanto, para dar visibilidade às vozes silenciadas ou distorcidas pela mídia hegemônica; (3) que estão intimamente relacionadas ou inseridas em movimentos sociais e organizações políticas populares e de trabalhadores, dos quais são expressão, e que cumprem uma função de articulação na medida em que estes se apropriam da experiência; (4) que propõem outro paradigma de comunicação que não está regido pelo lucro nem pela lógica do dinheiro, mas pela comunicação como bem social e direito humano; (5) que buscam romper com o esquema unidirecional da comunicação, trabalhando no envolvimento ativo do público, fomentando a participação e construindo a estética em conjunto com a comunidade de pertencimento, colocando em questão os critérios de “profissionalismo”; (6) que são de propriedade coletiva, social, comunitária ou popular, e autogestionada; e, portanto, não estabelecem de nenhuma maneira relações de patrão / empregado; (7) que constroem sua programação e sua agenda a partir de outros critérios de noticiabilidade e de relacionamento com os protagonistas, dando lugar a um discurso jornalístico de contrainformação.

Frente à televisão global, nacional e até regional, a televisão comunitária faz da vizinhança e da proximidade a base de sustentação de seu projeto



às vezes expresso em formas de militância territorial e política transformadora; outras vezes, como um espelho da identidade local, onde as pessoas do lugar podem se reconhecer (VINELLI, 2014, p. 117). É possível pensar seu papel na enunciação dos lugares considerando que “o discurso fabrica o lugar: o lugar da vida cotidiana, da repetição, do trabalho (ou da ausência dele), mas também da criatividade e da subversão” (SERPA, 2011, p. 16). Por esse forte vínculo territorial e pela natureza das produções que, em muitos casos, inclui a participação dos moradores do lugar na geração de peças audiovisuais, assim como por suas propostas estéticas e temáticas, essas organizações contribuem como uma nova forma de entender o comunicacional (QUINTAR; GONZÁLEZ; BARNES, 2014). Esses meios estão ligados, portanto, à produção de informações ascendentes, arraigadas ao lugar, ao dilema da sobrevivência, da resistência e da reprodução, tratando do cotidiano compartilhado (SILVA, 2010).

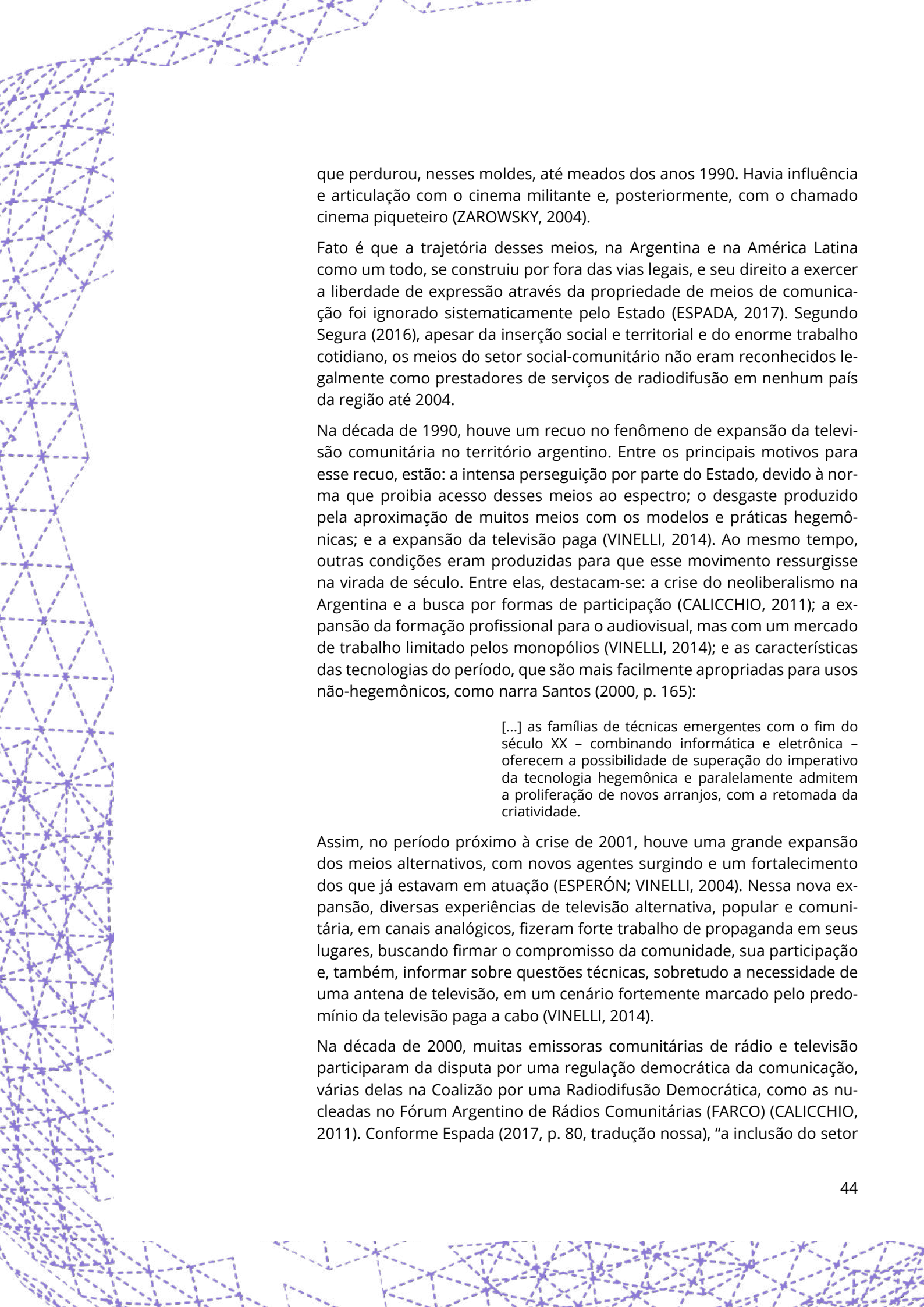
### **As lutas históricas pela ampliação das vozes dos lugares no território argentino**

Após o fim da ditadura em 1983, o processo de redemocratização na Argentina acompanhou o avanço da pauta da democratização da comunicação (COM, 2009; MASTRINI; LORETI, 2009). O marco normativo vigente, da ditadura, proibia expressamente o acesso de organizações sem fins lucrativos ao espectro radioelétrico. Após debates do tema no início do governo Alfonsín, essa norma acabou não sendo transformada até a década de 2000.

A forte organização popular existente acompanhou, nos anos 1980, uma intensa proliferação de rádios chamadas de clandestinas, ilegais ou *truchas* pelos meios comerciais e pelo Estado enquanto no início da década havia uma dúzia dessas rádios, em 1987, já eram cerca de 2 mil e, em 1989, 3 mil (VINELLI, 2014). Entre elas, havia uma grande diversidade de organizações e sentidos, rádios comunitárias, emissoras vinculadas a associações de bairros, rádios livres e populares, até rádios vinculadas a políticos e pequenos empreendimentos. Cerca de 500 dessas rádios, mais tarde, se reivindicaram como alternativas (LAMAS; LEWIN, 1995).

No auge da expansão das rádios alternativas, surgiram iniciativas e esforços para a transmissão televisiva, já em 1987. Conforme Natalia Vinelli (2017a), em entrevista, o contexto de nascimento das organizações que pleiteavam uma televisão alternativa, comunitária e popular está relacionado à hegemonia da televisão na comunicação, além da força das organizações populares no país. Segundo ela, houve muitas ações de grupos de comunicação em bairros, em que eram montadas as estruturas para transmissão e se gravava e transmitia às pessoas, mostrando outras possibilidades da televisão. Após a primeira transmissão de um canal alternativo em 1987, já em 1989 foi montada uma associação das teledifusoras comunitárias, a Ateco (VINELLI, 2014), para promover novas iniciativas de televisão comunitária





que perdurou, nesses moldes, até meados dos anos 1990. Havia influência e articulação com o cinema militante e, posteriormente, com o chamado cinema piqueteiro (ZAROWSKY, 2004).

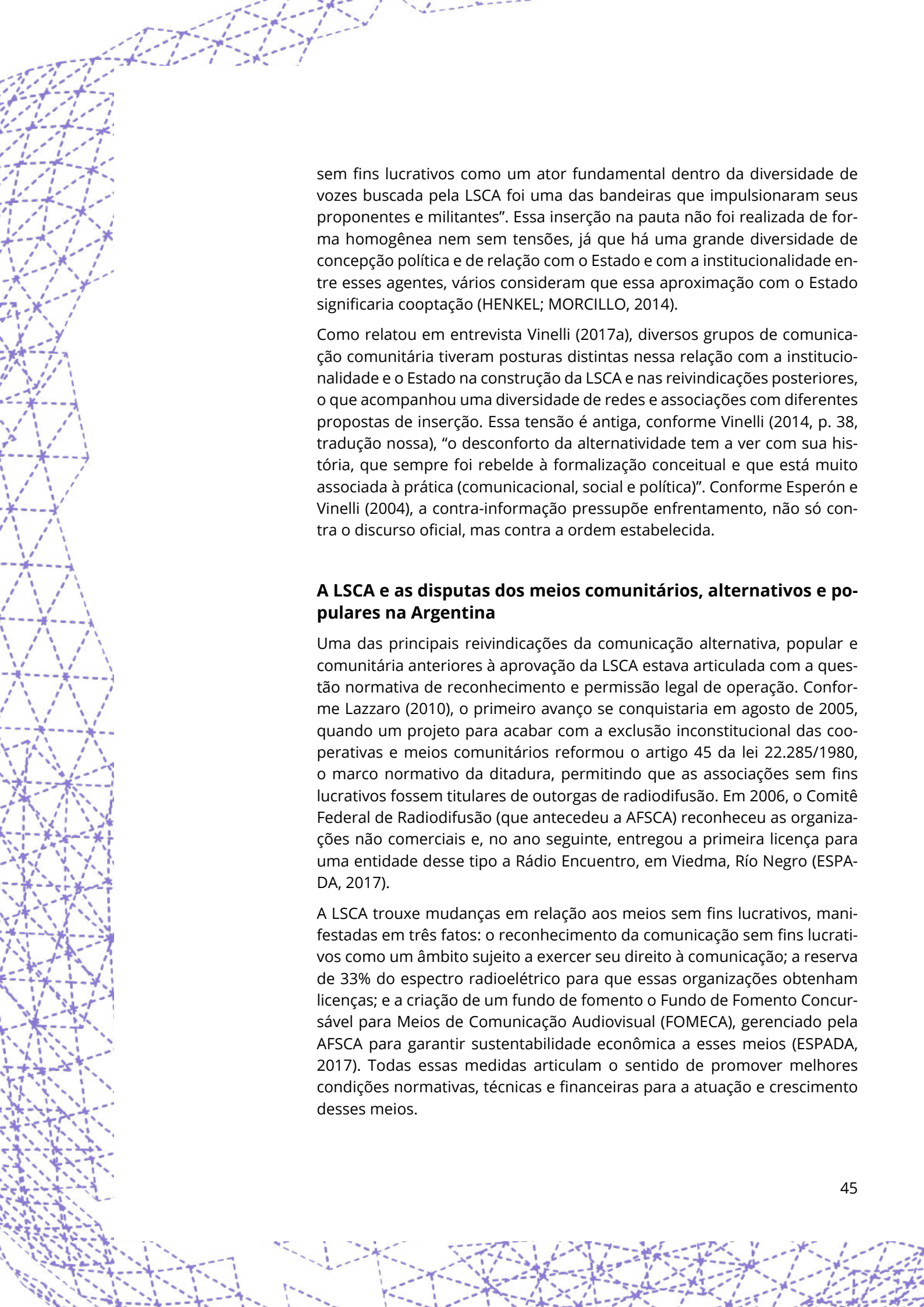
Fato é que a trajetória desses meios, na Argentina e na América Latina como um todo, se construiu por fora das vias legais, e seu direito a exercer a liberdade de expressão através da propriedade de meios de comunicação foi ignorado sistematicamente pelo Estado (ESPADA, 2017). Segundo Segura (2016), apesar da inserção social e territorial e do enorme trabalho cotidiano, os meios do setor social-comunitário não eram reconhecidos legalmente como prestadores de serviços de radiodifusão em nenhum país da região até 2004.

Na década de 1990, houve um recuo no fenômeno de expansão da televisão comunitária no território argentino. Entre os principais motivos para esse recuo, estão: a intensa perseguição por parte do Estado, devido à norma que proibia acesso desses meios ao espectro; o desgaste produzido pela aproximação de muitos meios com os modelos e práticas hegemônicas; e a expansão da televisão paga (VINELLI, 2014). Ao mesmo tempo, outras condições eram produzidas para que esse movimento ressurgisse na virada de século. Entre elas, destacam-se: a crise do neoliberalismo na Argentina e a busca por formas de participação (CALICCHIO, 2011); a expansão da formação profissional para o audiovisual, mas com um mercado de trabalho limitado pelos monopólios (VINELLI, 2014); e as características das tecnologias do período, que são mais facilmente apropriadas para usos não-hegemônicos, como narra Santos (2000, p. 165):

[...] as famílias de técnicas emergentes com o fim do século XX - combinando informática e eletrônica - oferecem a possibilidade de superação do imperativo da tecnologia hegemônica e paralelamente admitem a proliferação de novos arranjos, com a retomada da criatividade.

Assim, no período próximo à crise de 2001, houve uma grande expansão dos meios alternativos, com novos agentes surgindo e um fortalecimento dos que já estavam em atuação (ESPERÓN; VINELLI, 2004). Nessa nova expansão, diversas experiências de televisão alternativa, popular e comunitária, em canais analógicos, fizeram forte trabalho de propaganda em seus lugares, buscando firmar o compromisso da comunidade, sua participação e, também, informar sobre questões técnicas, sobretudo a necessidade de uma antena de televisão, em um cenário fortemente marcado pelo predomínio da televisão paga a cabo (VINELLI, 2014).

Na década de 2000, muitas emissoras comunitárias de rádio e televisão participaram da disputa por uma regulação democrática da comunicação, várias delas na Coalizão por uma Radiodifusão Democrática, como as nucleadas no Fórum Argentino de Rádios Comunitárias (FARCO) (CALICCHIO, 2011). Conforme Espada (2017, p. 80, tradução nossa), "a inclusão do setor



sem fins lucrativos como um ator fundamental dentro da diversidade de vozes buscada pela LSCA foi uma das bandeiras que impulsionaram seus proponentes e militantes”. Essa inserção na pauta não foi realizada de forma homogênea nem sem tensões, já que há uma grande diversidade de concepção política e de relação com o Estado e com a institucionalidade entre esses agentes, vários consideram que essa aproximação com o Estado significaria cooptação (HENKEL; MORCILLO, 2014).

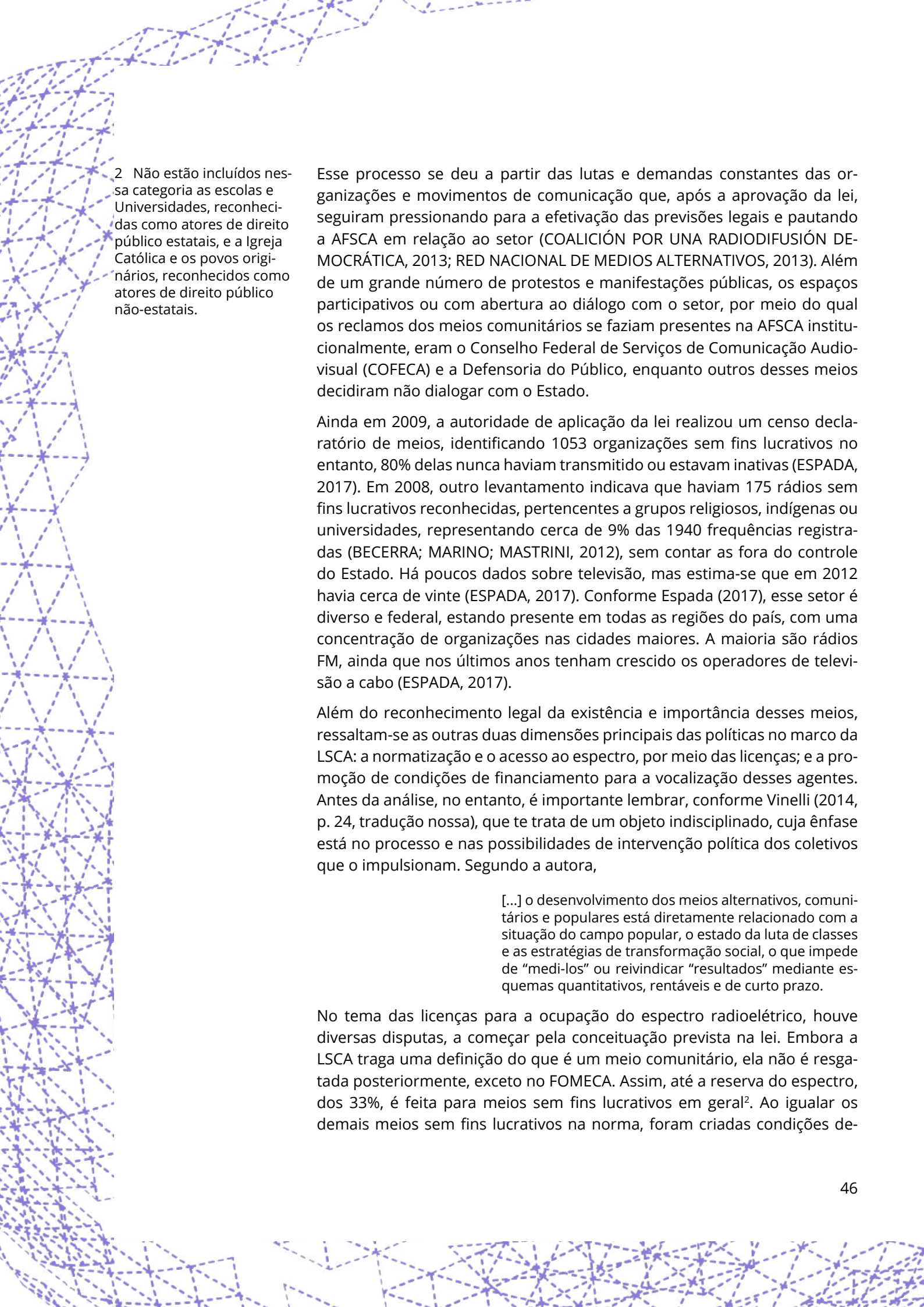
Como relatou em entrevista Vinelli (2017a), diversos grupos de comunicação comunitária tiveram posturas distintas nessa relação com a institucionalidade e o Estado na construção da LSCA e nas reivindicações posteriores, o que acompanhou uma diversidade de redes e associações com diferentes propostas de inserção. Essa tensão é antiga, conforme Vinelli (2014, p. 38, tradução nossa), “o desconforto da alternatividade tem a ver com sua história, que sempre foi rebelde à formalização conceitual e que está muito associada à prática (comunicacional, social e política)”. Conforme Esperón e Vinelli (2004), a contra-informação pressupõe enfrentamento, não só contra o discurso oficial, mas contra a ordem estabelecida.

### **A LSCA e as disputas dos meios comunitários, alternativos e populares na Argentina**

Uma das principais reivindicações da comunicação alternativa, popular e comunitária anteriores à aprovação da LSCA estava articulada com a questão normativa de reconhecimento e permissão legal de operação. Conforme Lazzaro (2010), o primeiro avanço se conquistaria em agosto de 2005, quando um projeto para acabar com a exclusão inconstitucional das cooperativas e meios comunitários reformou o artigo 45 da lei 22.285/1980, o marco normativo da ditadura, permitindo que as associações sem fins lucrativos fossem titulares de outorgas de radiodifusão. Em 2006, o Comitê Federal de Radiodifusão (que antecedeu a AFSCA) reconheceu as organizações não comerciais e, no ano seguinte, entregou a primeira licença para uma entidade desse tipo a Rádio Encuentro, em Viedma, Río Negro (ESPADA, 2017).

A LSCA trouxe mudanças em relação aos meios sem fins lucrativos, manifestadas em três fatos: o reconhecimento da comunicação sem fins lucrativos como um âmbito sujeito a exercer seu direito à comunicação; a reserva de 33% do espectro radioelétrico para que essas organizações obtenham licenças; e a criação de um fundo de fomento o Fundo de Fomento Concurável para Meios de Comunicação Audiovisual (FOMECA), gerenciado pela AFSCA para garantir sustentabilidade econômica a esses meios (ESPADA, 2017). Todas essas medidas articulam o sentido de promover melhores condições normativas, técnicas e financeiras para a atuação e crescimento desses meios.





2 Não estão incluídos nessa categoria as escolas e Universidades, reconhecidas como atores de direito público estatais, e a Igreja Católica e os povos originários, reconhecidos como atores de direito público não-estatais.

Esse processo se deu a partir das lutas e demandas constantes das organizações e movimentos de comunicação que, após a aprovação da lei, seguiram pressionando para a efetivação das previsões legais e pautando a AFSCA em relação ao setor (COALICIÓN POR UNA RADIODIFUSIÓN DEMOCRÁTICA, 2013; RED NACIONAL DE MEDIOS ALTERNATIVOS, 2013). Além de um grande número de protestos e manifestações públicas, os espaços participativos ou com abertura ao diálogo com o setor, por meio do qual os reclamos dos meios comunitários se faziam presentes na AFSCA institucionalmente, eram o Conselho Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (COFECA) e a Defensoria do Público, enquanto outros desses meios decidiram não dialogar com o Estado.

Ainda em 2009, a autoridade de aplicação da lei realizou um censo declaratório de meios, identificando 1053 organizações sem fins lucrativos no entanto, 80% delas nunca haviam transmitido ou estavam inativas (ESPADA, 2017). Em 2008, outro levantamento indicava que haviam 175 rádios sem fins lucrativos reconhecidas, pertencentes a grupos religiosos, indígenas ou universidades, representando cerca de 9% das 1940 frequências registradas (BECERRA; MARINO; MASTRINI, 2012), sem contar as fora do controle do Estado. Há poucos dados sobre televisão, mas estima-se que em 2012 havia cerca de vinte (ESPADA, 2017). Conforme Espada (2017), esse setor é diverso e federal, estando presente em todas as regiões do país, com uma concentração de organizações nas cidades maiores. A maioria são rádios FM, ainda que nos últimos anos tenham crescido os operadores de televisão a cabo (ESPADA, 2017).

Além do reconhecimento legal da existência e importância desses meios, ressaltam-se as outras duas dimensões principais das políticas no marco da LSCA: a normatização e o acesso ao espectro, por meio das licenças; e a promoção de condições de financiamento para a vocalização desses agentes. Antes da análise, no entanto, é importante lembrar, conforme Vinelli (2014, p. 24, tradução nossa), que se trata de um objeto indisciplinado, cuja ênfase está no processo e nas possibilidades de intervenção política dos coletivos que o impulsionam. Segundo a autora,

[...] o desenvolvimento dos meios alternativos, comunitários e populares está diretamente relacionado com a situação do campo popular, o estado da luta de classes e as estratégias de transformação social, o que impede de “medi-los” ou reivindicar “resultados” mediante esquemas quantitativos, rentáveis e de curto prazo.

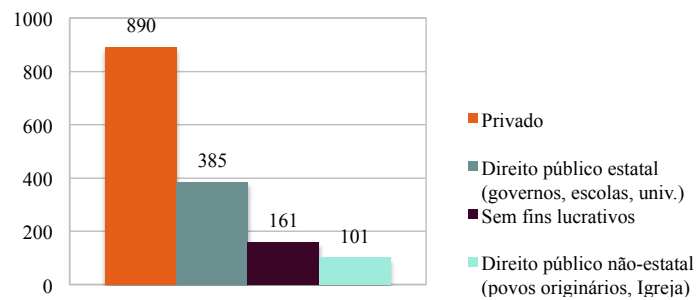
No tema das licenças para a ocupação do espectro radioelétrico, houve diversas disputas, a começar pela conceituação prevista na lei. Embora a LSCA traga uma definição do que é um meio comunitário, ela não é resgatada posteriormente, exceto no FOMECA. Assim, até a reserva do espectro, dos 33%, é feita para meios sem fins lucrativos em geral<sup>2</sup>. Ao igualar os demais meios sem fins lucrativos na norma, foram criadas condições de-

iguais de concorrência às licenças entre meios comunitários, alternativos e populares e outros como fundações de grandes empresas, organizações não-governamentais ligadas a igrejas, grandes sindicatos e associações. Isso impôs grande dificuldade aos meios alternativos, populares e comunitários nos primeiros anos para acesso às licenças.

Conforme Vinelli (2017a), os primeiros concursos lançados em 2011 e posteriormente suspensos, após muitas críticas do setor comunitário, não criavam condições mínimas para a participação de meios comunitários populares, desde as taxas cobradas até questões burocráticas que não condizem com as práticas alternativas desses meios, como a exigência do quadro de funcionários. Mesmo que fosse viável a inscrição, a concorrência na apresentação da documentação era feita com propostas de agentes com desigual poder econômico, escala e formas de trabalho. As novas chamadas de concorrência, em 2015, foram realizadas após diálogos com o setor e, ainda que permanecessem algumas dificuldades, era possível para esses meios disputarem o acesso a licenças e algumas foram obtidas. No total, foram 1537 licenças ou autorizações outorgadas pela AFSCA entre 2009 e 2015 (Figura 1), sendo 1255 delas para rádios.

**Figura 1** - Licenças e autorizações outorgadas pela AFSCA (2009-2015) por setor

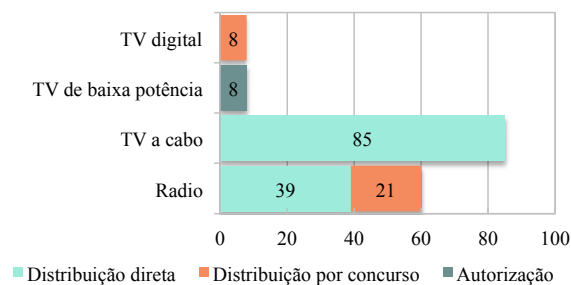
Fonte: Elaboração própria, Espada (2017) com base em dados da AFSCA.



É possível observar que 161 dessas licenças ou autorizações (pouco mais de 10%) foram destinadas a meios sem fins lucrativos, mas considerando as licenças não-privadas (sem fins lucrativos e de direito público estatal e não-estatal), são cerca de 42% do total outorgado. Ainda segundo levantamento de dados da AFSCA presente em Espada (2017), considerando essas 161 licenças ou autorizações, a maioria delas (77%) foi distribuída sem concurso, por designação direta. Também percebe-se que os canais a cabo são maioria entre os tipos de mídia, seguidos pelo rádio (Figura 2).

**Figura 2** - Licenças e autorizações outorgadas pela AFSCA (2009-2015) ao setor sem fins lucrativos, por meio e tipo de distribuição

Fonte: Elaboração própria, Espada (2017) com base em dados da AFSCA.

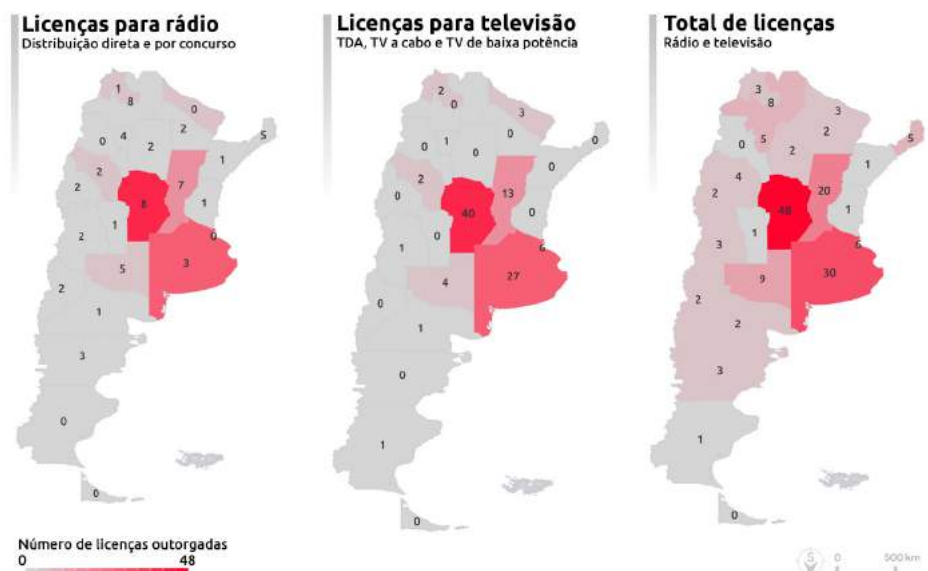


A presença da distribuição direta, especialmente no caso das rádios, deu-se por um instrumento da LSCA voltado a espaços de menores densidades técnica e informacional, no seu artigo 49, prevê um regime especial para emissoras de baixa potência, onde haja comprovada disponibilidade de espectro, em regiões de alta vulnerabilidade social e/ou de escassa densidade demográfica, sempre que sua programação esteja comprometida com a satisfação de demandas comunicacionais de caráter social (ARGENTINA, 2009). Esse foi o mecanismo legal usado para as 39 rádios assignadas. As oito autorizações provisórias foram dadas a canais televisivos três deles conseguiram, em 2015, aprovação em concurso para a televisão digital.

O Mapa 1 demonstra a distribuição por província do total de licenças e autorizações outorgadas para a rádio e para a televisão, agrupando os dados de televisão a cabo, digital e analógica de baixa potência.

**Mapa 1** - Licenças e autorizações de rádio e televisão emitidas pela AFSCA (2009-2015) para meios sem fins lucrativos por província.

Fonte: Elaboração própria, Espada (2017) com base em dados da AFSCA.



É possível notar, em destaque, as províncias de Córdoba, Buenos Aires e Santa Fe. Entre outros fatores históricos da organização espacial dessas províncias, para Espada (2017), isso seria explicado também em função de serem províncias com forte presença do movimento cooperativo no setor de serviços públicos. Ainda que se tenha avançado nessa distribuição de licenças, há várias regiões onde a demanda foi pouco ou nada atendida.

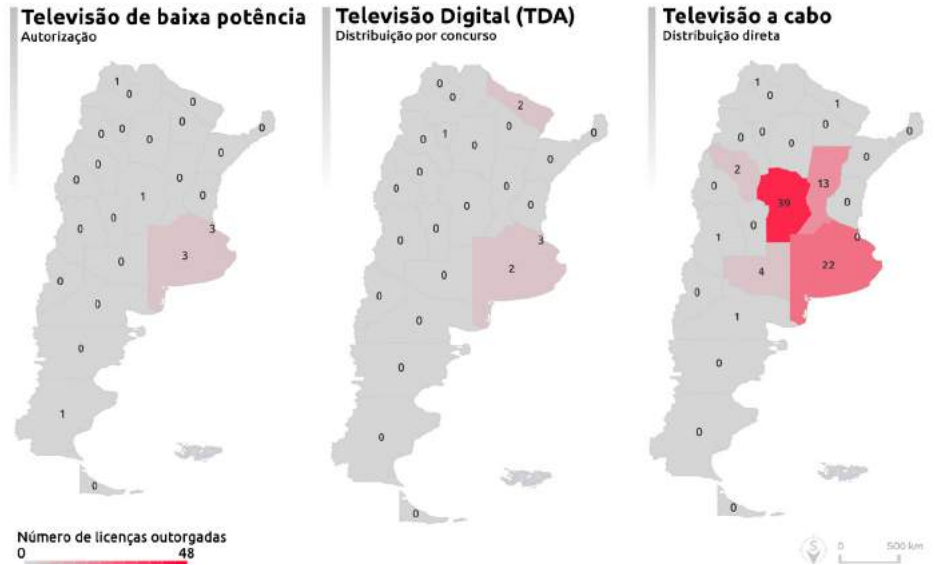
Espada (2017) nota que essa distribuição foi insuficiente para equilibrar o sistema de meios. Em entrevista de um dos ex-diretores da AFSCA, Santiago Aragón, mencionada em sua obra, há a explicação de que grande parte dos esforços da autoridade de aplicação da lei estavam voltados às ações para limitar a concentração de propriedade dos grandes conglomerados, deixando algumas dificuldades de agilidade para efetivar processos como o de ocupação dos 33% do espectro reservados para a comunicação sem fins lucrativos.



Desdobrando os dados para as licenças e autorizações de televisão, é possível identificar, por província, as diferenças entre televisão de baixa potência, televisão digital e a cabo (Mapa 2).

**Mapa 2** - Licenças e autorizações de televisão outorgadas pela AFSCA (2009-2015) por província e tipo.

Fonte: Elaboração própria, Espada (2017) com base em dados da AFSCA.



Observa-se que as licenças distribuídas para a televisão a cabo são a maioria já que não há limite imposto pelo espectro e que concentram-se, também, em Córdoba, Buenos Aires e Santa Fe.

As licenças e autorizações mencionadas não se localizaram em cidades chamadas de “zonas de conflito” do espectro, as maiores cidades, onde há mais demanda que espaço disponível para a radiodifusão. Por esse motivo, a partir de reivindicação das redes de meios comunitários, no final de 2014 foi realizado um registro voluntário de rádios de organizações sem fins lucrativos nessas regiões, identificando 182 organizações (Mapa 3). Dessas, 140 foram reconhecidas oficialmente pelo AFSCA no fim de novembro de 2015, permitindo maior acesso aos fundos de financiamento e concursos por licenças. Ainda 39 delas tiveram uma faixa do espectro radioelétrico reservada para, posteriormente, conseguirem suas licenças.

**Mapa 3** - Organizações registradas pela AFSCA (2015) em zonas de conflito do espectro radioelétrico.

Fonte: Elaboração própria, Espada (2017) com base em dados da AFSCA.



3 O artigo 97 trata da destinação dos fundos arrecadados pela AFSCA. Seu inciso f estabelece que 10% seriam destinados para projetos especiais e apoio ao audiovisual comunitário, de fronteira e a povos originários.

A distribuição das organizações registradas por província dá destaque à capital e às províncias de Buenos Aires (em função do *conurbano* da capital), Santa Fe e Córdoba. No caso da televisão digital, meios comunitários conseguiram licenças efetivas para canais alternativos, populares e comunitários como Barricada TV, Comarca Si e Urbana TeVé (CABA), Pares TV (Lujan, Buenos Aires) e EnTV (Viedma, Río Negro), além da licença ao canal Wall Kintun TV, para povos originários.

As condições técnicas e financeiras para a produção e circulação de informações são muito desiguais no território, o que exige políticas públicas que atuem na criação de condições nos lugares, especialmente aqueles espaços silenciosos (ROJAS, 2014). Nesse sentido, uma demanda histórica e repleta de tensões, trata sobre as condições financeiras e normativas para a viabilidade dos projetos de comunicação alternativa e sem fins lucrativos. Conforme Vinelli (2011), a capacidade desses meios serem massivos está associada à questão, mais conflituosa, do financiamento capaz de sustentar a estrutura de um canal de televisão alternativo.

A principal ação nessa área em relação aos meios comunitários na Argentina foi a criação do Fundo de Fomento para Meios de Comunicação Audiovisual, o FOMECA. Previsto no inciso F do artigo 97<sup>3</sup> da lei (ARGENTINA, 2009), ele foi criado em 2013 e designou, até dezembro de 2015, 153.948.061 pesos a meios e produtoras audiovisuais comunitárias (ESPADA, 2017), em diversas linhas que abrangem equipamentos para rádios, financiamento de programas de diversos formatos, gestão de meios comunitários, infraestrutura para televisão digital e outras, voltadas a emissoras e produtoras comunitárias.

Os fundos foram organizados em linhas com fins específicos e com a forma de acesso via concurso, com critérios voltados a atender organizações de comunicação comunitária de diferentes graus de consolidação e de acordo com o objetivo em questão. O Quadro 1 demonstra os prêmios de cada linha e ano.

**Quadro 1** - Linhas e prêmios financiados pelo FOMECA (2013 a 2015).

Fonte: Adaptado de Espada (2017, p. 102).

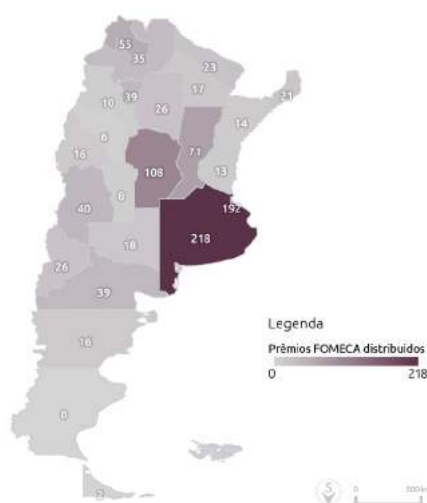
| Ano  | Linha | Título   | Prêmios |
|------|-------|--|---------|
| 2013 | 1     | Equipamento  | 23      |
|      | 2     | Produções de formato audiovisual e radiofônico                             | 60      |
| 2014 | 1     | Equipamento para rádios  | 19      |
|      | 2     | Comunicação com identidade (equipamento e produção radiofônica)            | 20      |
|      | 3     | Produções audiovisuais (spot e microprograma)                              | 57      |
|      | 4     | Produções radiofônicas (programa semanal, diário ou informativo)           | 131     |
|      | 5     | Gestão de meios comunitários   | 43      |
|      | 6     | Produções audiovisuais (microprograma, semanal, spot e informativo diário) | 59      |
|      | 7     | Produções radiofônicas (comunitária e semanal)                             | 98      |

|                     |   |  |      |
|---------------------|---|--|------|
| 2015                | 3                                       | Comunicação com identidade (equipamento e produção radiofônica)              | 12   |
|                     | 6                                       | Produção radiofônica emissoras (programa diário, semanal ou informativo)     | 36   |
|                     | 7                                       | Produção radiofônica produtoras (campanha comunitária e programa semanal)    | 67   |
|                     | 8                                       | Produções audiovisuais (microprograma, semanal e spot)                       | 76   |
|                     | 13                                      | Comunicação com identidade (equipamento e produção radiofônica)              | 9    |
|                     | 12                                      | Equipamento para rádios  | 41   |
|                     | 15                                      | Produção de conteúdos radiofônicos para produtoras (semanal)                 | 48   |
|                     | 5                                       | Gestão de meios comunitários   | 37   |
|                     | 16                                      | Produção audiovisual - produtoras (spot, microprogramas e semanal)           | 66   |
|                     | 2                                       | Equipamento e infraestrutura para emissoras de TV com licença ou autorização | 9    |
|                     | 9                                       | Produção de conteúdos audiovisuais para emissoras de televisão               | 9    |
|                     | 10                                      | Formato redes nacionais  | 5    |
|                     | 14                                      | Produção de conteúdos radiofônicos para emissoras                            | 30   |
|                     | 1                                       | Equipamentos para rádios   | 42   |
| 4                   | Gestão de meios (primeira concorrência) | 16   |      |
| Total - 2013 a 2015 |   |  | 1013 |

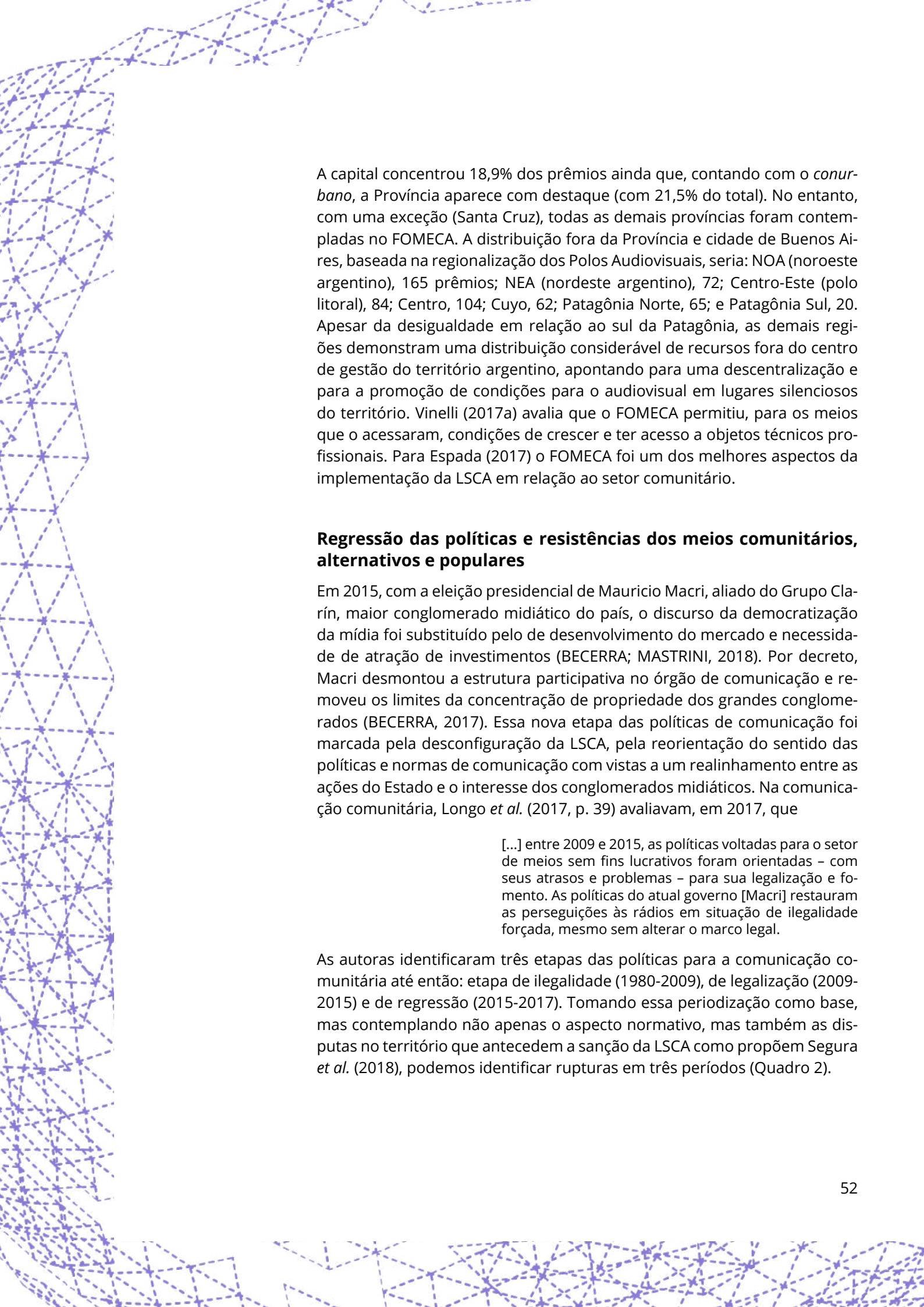
Percebe-se um crescimento nos anos de 2013 a 2015, e o reconhecimento de uma diversidade maior de linhas de fomento que abrangem equipamentos, produção radiofônica e audiovisual e gestão dos meios. Ao analisar a distribuição geográfica desses prêmios (Mapa 4), é possível notar uma relativa desconcentração em relação à cidade de Buenos Aires.

**Mapa 4** - Distribuição dos prêmios FOMECA por província (2013 a 2015).

Fonte: Elaboração própria, Espada (2017) com base em dados da AFSCA.







A capital concentrou 18,9% dos prêmios ainda que, contando com o *conurbano*, a Província aparece com destaque (com 21,5% do total). No entanto, com uma exceção (Santa Cruz), todas as demais províncias foram contempladas no FOMECA. A distribuição fora da Província e cidade de Buenos Aires, baseada na regionalização dos Polos Audiovisuais, seria: NOA (noroeste argentino), 165 prêmios; NEA (nordeste argentino), 72; Centro-Este (polo litoral), 84; Centro, 104; Cuyo, 62; Patagônia Norte, 65; e Patagônia Sul, 20. Apesar da desigualdade em relação ao sul da Patagônia, as demais regiões demonstram uma distribuição considerável de recursos fora do centro de gestão do território argentino, apontando para uma descentralização e para a promoção de condições para o audiovisual em lugares silenciosos do território. Vinelli (2017a) avalia que o FOMECA permitiu, para os meios que o acessaram, condições de crescer e ter acesso a objetos técnicos profissionais. Para Espada (2017) o FOMECA foi um dos melhores aspectos da implementação da LSCA em relação ao setor comunitário.

### **Regressão das políticas e resistências dos meios comunitários, alternativos e populares**

Em 2015, com a eleição presidencial de Mauricio Macri, aliado do Grupo Clarín, maior conglomerado midiático do país, o discurso da democratização da mídia foi substituído pelo de desenvolvimento do mercado e necessidade de atração de investimentos (BECERRA; MASTRINI, 2018). Por decreto, Macri desmontou a estrutura participativa no órgão de comunicação e removeu os limites da concentração de propriedade dos grandes conglomerados (BECERRA, 2017). Essa nova etapa das políticas de comunicação foi marcada pela desconfiguração da LSCA, pela reorientação do sentido das políticas e normas de comunicação com vistas a um realinhamento entre as ações do Estado e o interesse dos conglomerados midiáticos. Na comunicação comunitária, Longo *et al.* (2017, p. 39) avaliavam, em 2017, que

[...] entre 2009 e 2015, as políticas voltadas para o setor de meios sem fins lucrativos foram orientadas – com seus atrasos e problemas – para sua legalização e fomento. As políticas do atual governo [Macri] restauram as perseguições às rádios em situação de ilegalidade forçada, mesmo sem alterar o marco legal.

As autoras identificaram três etapas das políticas para a comunicação comunitária até então: etapa de ilegalidade (1980-2009), de legalização (2009-2015) e de regressão (2015-2017). Tomando essa periodização como base, mas contemplando não apenas o aspecto normativo, mas também as disputas no território que antecedem a sanção da LSCA como propõem Segura *et al.* (2018), podemos identificar rupturas em três períodos (Quadro 2).

**Quadro 2** - Dinâmicas principais das políticas de comunicação para meios sem fins lucrativos e comunicação alternativa, popular e comunitária na Argentina (1980-2017).

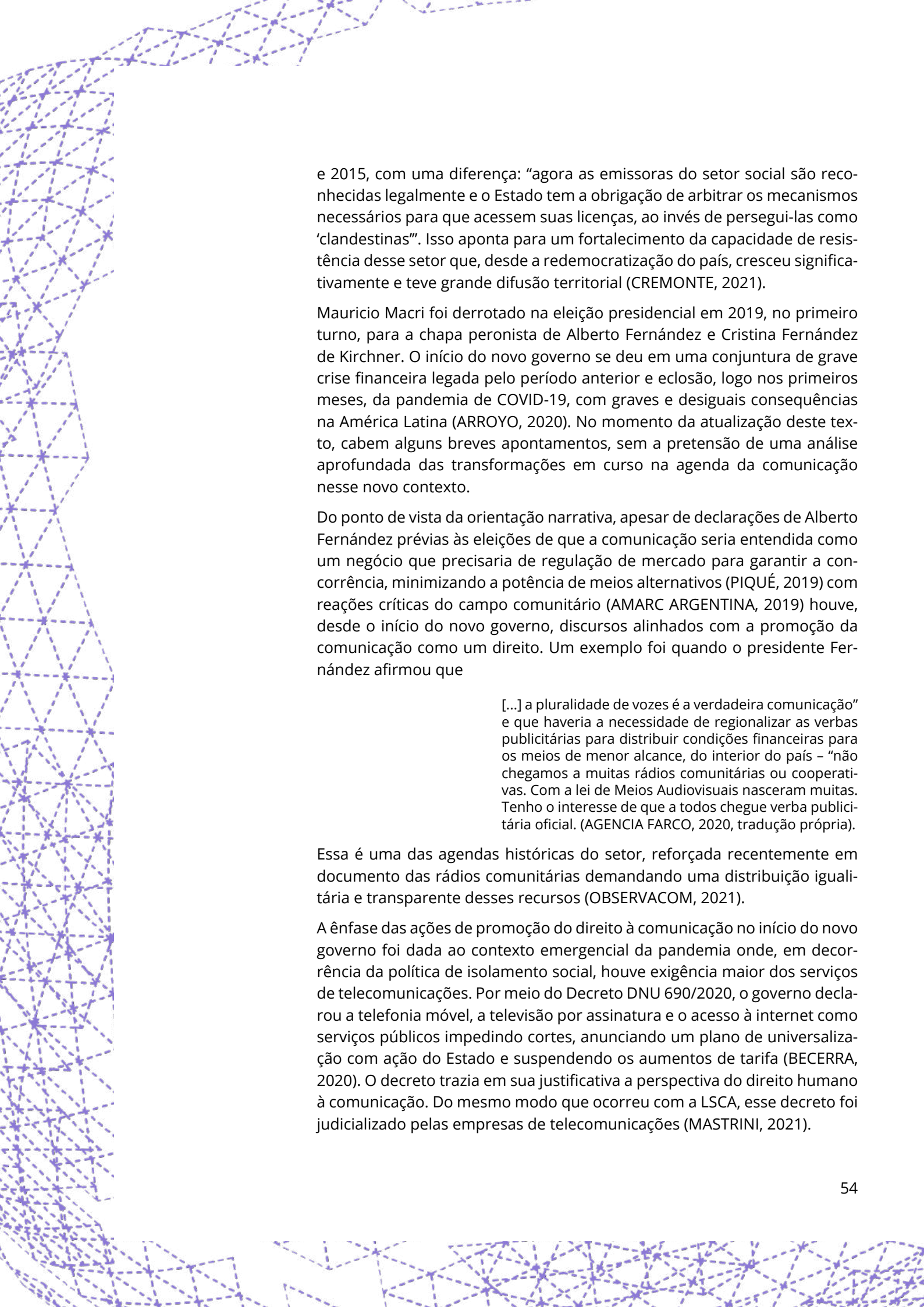
Fonte: baseado em Longo *et al.* (2017) e Segura *et al.* (2018).

| Dimensão  | Etapa  |  |  |
|---|--|--|--|
|   | Ilegalidade (1980-2007)                          | Legalização (2008-2015)                        | Regressão (2015-2017)  |
| Marco normativo                                   | Decreto-lei n. 22.285/1980 (da ditadura militar) | LSCA (Lei n. 26.522/2009)                      | LSCA e Decretos manutenção LSCA para meios sem fins lucrativos |
| Orientação narrativa das políticas de comunicação | Defesa de modelo privado-comercial               | Comunicação como direito humano                | Modelo de negócios baseado na convergência                     |
| Acesso à licenças pelo setor sem fins lucrativos  | Ilegal / Proibido                                | Permitido, com reserva de espectro reconhecida | Permitido, com reserva de espectro reconhecida                 |
| Licenças outorgadas                               | Nenhuma  | 161  | 24 (9 de concursos da etapa anterior)                          |
| Canais que iniciaram operação                     | 67   | 131  | 11   |
| Financiamento                                     | Nenhum   | Desde 2013, fundos FOMECA (previsto na LSCA)   | Paralisado até novembro de 2016, depois retomado (com atrasos) |

Essa etapa de regressão, apontada no estudo supracitado, durou até o fim do governo Macri, em 2019 com os meios comunitários resistindo à perseguição e ao esvaziamento das políticas, e cumprindo um papel fundamental na disputa pela agenda e pela construção de sentido (LAMAS, 2020a). Nesse período, segundo Lamas (2020a), os meios comunitários, alternativos e populares foram ocupando espaços esvaziados pelo desmonte dos meios públicos, especialmente nos territórios mais distantes da capital, cumprindo assim, um papel relevante na defesa da pluralidade e da diversidade na comunicação.

Além do desmonte normativo, do enfraquecimento da participação social na comunicação e do desmonte da comunicação pública e da política de apoio aos meios comunitários, alternativos e populares, outros ataques tiveram espaço nesse ciclo de regressão como a intervenção na Defensoria do Público, órgão de defesa do direito humano à comunicação (OTTAVIANO, 2021) que dava grande apoio à comunicação alternativa, e ações que permitiram o crescimento da concentração midiática no cenário de convergência, com a fusão entre Clarín e Telecom, onde o grupo Clarín passou a deter o controle operacional e dominar, “a nível nacional, 42% da telefonia fixa, 34% da telefonia móvel, 56% das conexões à Internet banda larga, 35% da conectividade móvel e 40% da televisão paga. Ninguém dispõe de um poder de mercado similar” (BECERRA; MASTRINI, 2018, p. 10, tradução nossa).

Como destacam Longo *et al.* (2017, p. 49), a partir de dezembro de 2015 foram evidentes os retrocessos em relação aos ganhos do período entre 2009



e 2015, com uma diferença: “agora as emissoras do setor social são reconhecidas legalmente e o Estado tem a obrigação de arbitrar os mecanismos necessários para que acessem suas licenças, ao invés de persegui-las como ‘clandestinas’”. Isso aponta para um fortalecimento da capacidade de resistência desse setor que, desde a redemocratização do país, cresceu significativamente e teve grande difusão territorial (CREMONTE, 2021).

Mauricio Macri foi derrotado na eleição presidencial em 2019, no primeiro turno, para a chapa peronista de Alberto Fernández e Cristina Fernández de Kirchner. O início do novo governo se deu em uma conjuntura de grave crise financeira legada pelo período anterior e eclosão, logo nos primeiros meses, da pandemia de COVID-19, com graves e desiguais consequências na América Latina (ARROYO, 2020). No momento da atualização deste texto, cabem alguns breves apontamentos, sem a pretensão de uma análise aprofundada das transformações em curso na agenda da comunicação nesse novo contexto.

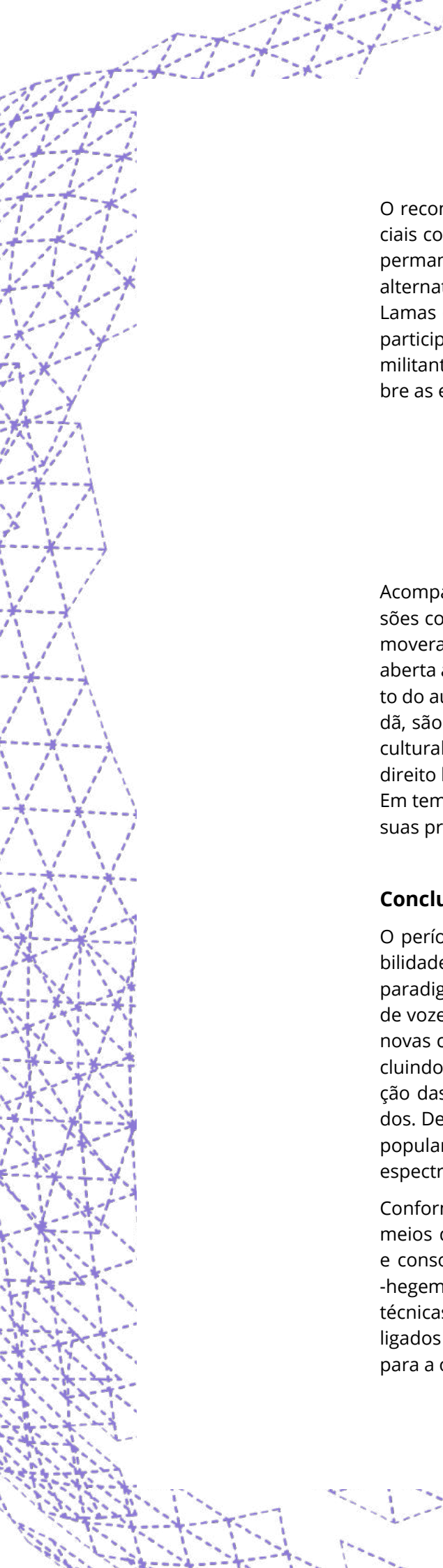
Do ponto de vista da orientação narrativa, apesar de declarações de Alberto Fernández prévias às eleições de que a comunicação seria entendida como um negócio que precisaria de regulação de mercado para garantir a concorrência, minimizando a potência de meios alternativos (PIQUÉ, 2019) com reações críticas do campo comunitário (AMARC ARGENTINA, 2019) houve, desde o início do novo governo, discursos alinhados com a promoção da comunicação como um direito. Um exemplo foi quando o presidente Fernández afirmou que

[...] a pluralidade de vozes é a verdadeira comunicação” e que haveria a necessidade de regionalizar as verbas publicitárias para distribuir condições financeiras para os meios de menor alcance, do interior do país – “não chegamos a muitas rádios comunitárias ou cooperativas. Com a lei de Meios Audiovisuais nasceram muitas. Tenho o interesse de que a todos chegue verba publicitária oficial. (AGENCIA FARCO, 2020, tradução própria).

Essa é uma das agendas históricas do setor, reforçada recentemente em documento das rádios comunitárias demandando uma distribuição igualitária e transparente desses recursos (OBSERVACOM, 2021).

A ênfase das ações de promoção do direito à comunicação no início do novo governo foi dada ao contexto emergencial da pandemia onde, em decorrência da política de isolamento social, houve exigência maior dos serviços de telecomunicações. Por meio do Decreto DNU 690/2020, o governo declarou a telefonia móvel, a televisão por assinatura e o acesso à internet como serviços públicos impedindo cortes, anunciando um plano de universalização com ação do Estado e suspendendo os aumentos de tarifa (BECERRA, 2020). O decreto trazia em sua justificativa a perspectiva do direito humano à comunicação. Do mesmo modo que ocorreu com a LSCA, esse decreto foi judicializado pelas empresas de telecomunicações (MASTRINI, 2021).





O reconhecimento da comunicação como um direito, legado das lutas sociais consolidadas e potencializadas a partir do marco normativo da LSCA, permanece em disputa e com grande participação dos meios comunitários, alternativos e populares. Do ponto de vista das políticas de comunicação, Lamas (2020a) reforça a necessidade de que o setor tenha interlocução e participação efetiva na política de comunicação do novo. Como disse Vinelli, militante e integrante do canal comunitário BarricadaTV, em entrevista sobre as expectativas com as políticas de comunicação,

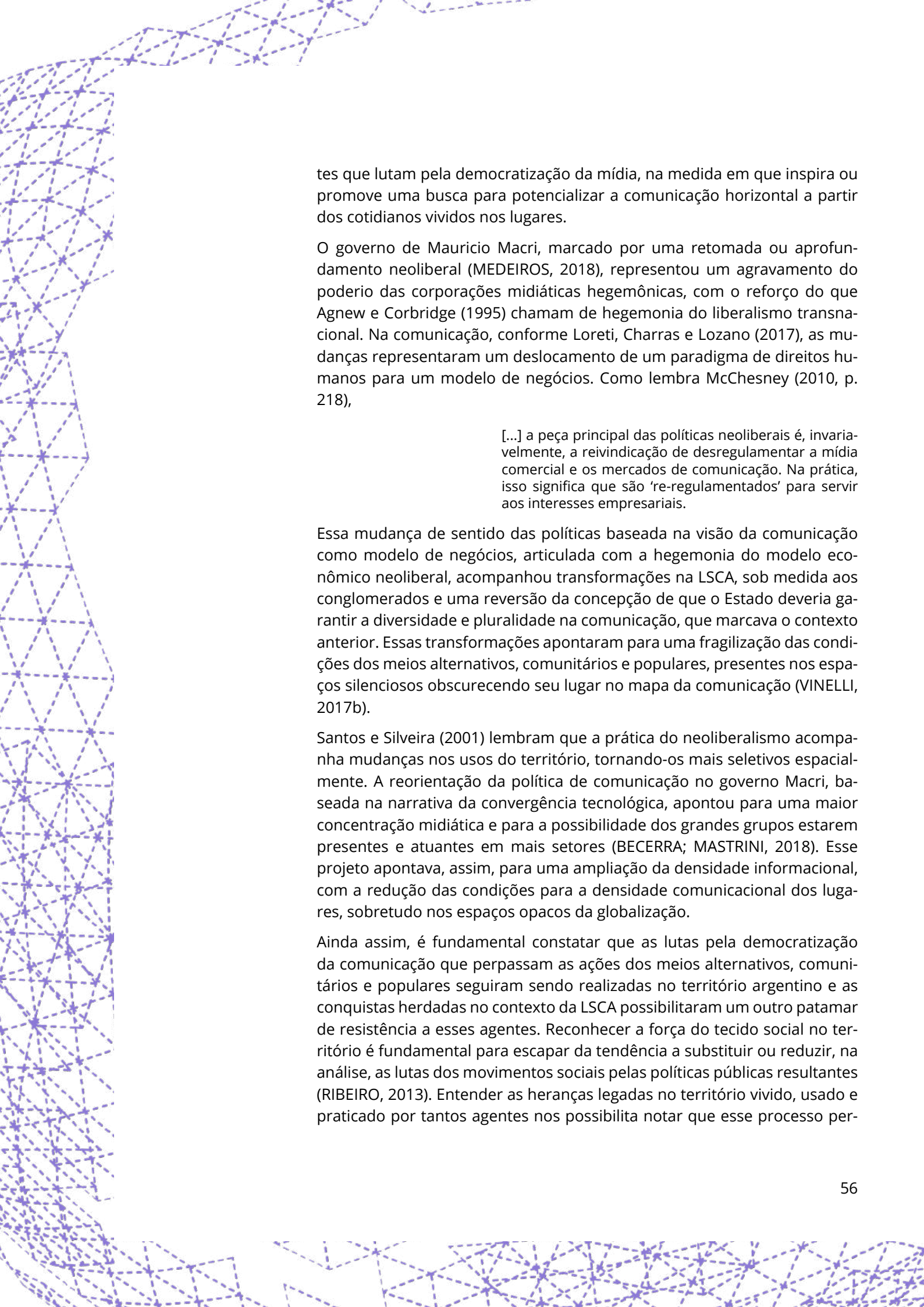
[...] não podemos esperar que o Estado, de cima, seja quem desenvolva a política como se não houvesse uma relação de articulação [...] Nunca ninguém nos deu nada de presente. O que conquistamos, conquistamos nas ruas. Ali defendemos [essas conquistas] nesses quatro anos [de Macri] e seguiremos garantindo. (MARENCHI, 2019, tradução própria).

Acompanhando 23 desses meios durante a pandemia, entre rádios e televisões comunitárias, alternativas e populares, Lamas reforça como eles promoveram uma cobertura diferenciada, regionalizada, próxima do cotidiano, aberta à comunidade e transformadora (LAMAS, 2020b). Daí o entendimento do autor de que esses meios promovem a participação e expressão cidadã, são gerenciados de forma democrática, fortalecem a identidade sociocultural de suas comunidades, promovem a experimentação e exercem o direito humano à comunicação e a liberdade de expressão (LAMAS, 2020b). Em tempos de pandemia, como afirma o autor, esses meios aprofundaram suas práticas históricas.

## Conclusões

O período de vigência da LSCA acompanhou um novo conjunto de possibilidades e condições normativas no território argentino, a partir de um paradigma que apontava para a ampliação da pluralidade e da diversidade de vozes e maior promoção da comunicação ascendente. Apoiadas nessas novas condições criadas, foram disputadas e realizadas diversas ações, incluindo a implementação de políticas, no âmbito do Estado, para a diminuição das desigualdades nas condições de comunicar dos espaços silenciados. Destacam-se as conquistas da comunicação comunitária, alternativa e popular como o reconhecimento e legalização de TVs e rádios, o acesso ao espectro e as políticas de financiamento e fomento.

Conforme Serpa (2011), quanto maior a disponibilidade e o acesso aos meios de comunicação nos lugares, maior a possibilidade de surgimento e consolidação das representações espaciais de iniciativas e grupos não-hegemônicos. Esse conjunto de transformações normativas, financeiras e técnicas potencializaram as condições de atuação de meios estreitamente ligados à produção da *comunicação ascendente*. Essa noção é fundamental para a organização de políticas de comunicação e das demandas dos agen-



tes que lutam pela democratização da mídia, na medida em que inspira ou promove uma busca para potencializar a comunicação horizontal a partir dos cotidianos vividos nos lugares.

O governo de Mauricio Macri, marcado por uma retomada ou aprofundamento neoliberal (MEDEIROS, 2018), representou um agravamento do poderio das corporações midiáticas hegemônicas, com o reforço do que Agnew e Corbridge (1995) chamam de hegemonia do liberalismo transnacional. Na comunicação, conforme Loreti, Charras e Lozano (2017), as mudanças representaram um deslocamento de um paradigma de direitos humanos para um modelo de negócios. Como lembra McChesney (2010, p. 218),

[...] a peça principal das políticas neoliberais é, invariavelmente, a reivindicação de desregular a mídia comercial e os mercados de comunicação. Na prática, isso significa que são 're-regulamentados' para servir aos interesses empresariais.

Essa mudança de sentido das políticas baseada na visão da comunicação como modelo de negócios, articulada com a hegemonia do modelo econômico neoliberal, acompanhou transformações na LSCA, sob medida aos conglomerados e uma reversão da concepção de que o Estado deveria garantir a diversidade e pluralidade na comunicação, que marcava o contexto anterior. Essas transformações apontaram para uma fragilização das condições dos meios alternativos, comunitários e populares, presentes nos espaços silenciosos obscurecendo seu lugar no mapa da comunicação (VINELLI, 2017b).

Santos e Silveira (2001) lembram que a prática do neoliberalismo acompanha mudanças nos usos do território, tornando-os mais seletivos espacialmente. A reorientação da política de comunicação no governo Macri, baseada na narrativa da convergência tecnológica, apontou para uma maior concentração midiática e para a possibilidade dos grandes grupos estarem presentes e atuantes em mais setores (BECERRA; MASTRINI, 2018). Esse projeto apontava, assim, para uma ampliação da densidade informacional, com a redução das condições para a densidade comunicacional dos lugares, sobretudo nos espaços opacos da globalização.

Ainda assim, é fundamental constatar que as lutas pela democratização da comunicação que perpassam as ações dos meios alternativos, comunitários e populares seguiram sendo realizadas no território argentino e as conquistas herdadas no contexto da LSCA possibilitaram um outro patamar de resistência a esses agentes. Reconhecer a força do tecido social no território é fundamental para escapar da tendência a substituir ou reduzir, na análise, as lutas dos movimentos sociais pelas políticas públicas resultantes (RIBEIRO, 2013). Entender as heranças legadas no território vivido, usado e praticado por tantos agentes nos possibilita notar que esse processo per-

manece no repertório de ações para a disputa do futuro, que nenhuma mudança de sentido das políticas de comunicação no país é capaz de aniquilar.

### Referências bibliográficas

AGENCIA FARCO. Alberto Fernández: La pluralidad de voces es la verdadera comunicación. **Agencia Farco**, 2020. Disponível em: <https://agencia.farco.org.ar/noticias/alberto-fernandez-la-pluralidad-de-voces-es-la-verdadera-comunicacion/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

AGNEW, John A.; CORBRIDGE, Stuart. **Mastering Space: Hegemony, Territory and International Political Economy**. Abingdon: Routledge, 1995.

AMARC ARGENTINA. En respuesta a las declaraciones de Alberto Fernández. **AMARC Argentina**, 2019. Disponível em: <https://amarcargentina.org/2019/05/28/en-respuesta-a-las-declaraciones-de-alberto-fernandez/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

ARGENTINA. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. **Ley 26.522, 10 out. 2009**. Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. Buenos Aires [2009]. Disponível em: <http://bit.ly/leidemeios>. Acesso em: 12 jun. 2016.

ARROYO, Mónica. A América Latina numa encruzilhada: o caso do projeto de integração?. **GeoTextos**, Salvador, v. 13, n. 1, 30 jul. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/geotextos/article/view/23363>. Acesso em: 2 maio 2021.

ARROYO, Mónica. Um retrato o início da pandemia nos territórios latino-americanos. In: ARROYO, Mónica; ANTAS JR, Ricardo Mendes; CONTEL, Fabio Betioli (org.). **Usos do território e pandemia: dinâmicas e formas contemporâneas do meio técnico-científico informacional**. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2020.

BECERRA, Martín. DNU 690/20: las TIC como servicio público en competencia. **QUIPU**, 2020. Disponível em: <https://martinbecerra.wordpress.com/2020/08/23/dnu-690-20-las-tic-como-servicio-publico-en-competencia/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

BECERRA, Martín. Macri y lo que sigue. In: MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín (org.). **Medios en guerra: Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016**. Buenos Aires: Biblos, 2017.

BECERRA, Martín; MARINO, Santiago; MASTRINI, Guillermo. **Mapping Digital Media: Argentina**. Nova York: Open Society Foundations, 2012. Disponível em: <https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-argentina-20121107.pdf>. Acesso em: 02 maio 2021.

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. Más dueños que nunca. **Revista Anfibia**, San Martín, jun. 2018. Disponível em: <https://www.revistaanfibia.com/ensayo/mas-duenos-nunca/>. Acesso em: 3 set. 2018.



CALICCHIO, Pascual. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: problemas y desafíos de las televisoras populares. *In*: VINELLI, Natalia (org.). **Comunicación y televisión popular**: escenarios actuales, problemas y potencialidades. Buenos Aires: Cooperativa Gráfica El Río Suená, 2011.

COALICIÓN POR UNA RADIODIFUSIÓN DEMOCRÁTICA. Argentina: a dos años de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. *In*: LEÓN, Osvaldo (org.). **Democratizar la palabra**: movimientos convergentes en comunicación. Quito: ALAI, 2013.

COM, Sergio. Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación. *In*: MASTRINI, Guillermo (org.). **Mucho ruido, pocas leyes**: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007). Buenos Aires: La Crujía, 2009.

CREMONTE, Juan Pablo (org.). **Avances y retrocesos en las políticas de comunicación en la Argentina**: del consumo a los derechos y de los derechos a la incertidumbre. Los Polvorines: CLACSO, 2021.

ESPADA, Agustín. Una oportunidad perdida: la ley y los medios sin fin de lucro. *In*: MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín (org.). **Medios en guerra**: Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016. Buenos Aires: Biblos, 2017.

ESPERÓN, Carlos Rodríguez; VINELLI, Natalia. Desarmando espejismos. *In*: VINELLI, Natalia; ESPERÓN, Carlos Rodríguez (org.). **Contrainformación: medios alternativos para la acción política**. Buenos Aires: Continente, 2004.

HENKEL, Cristian; MORCILLO, Julián. **La palabra liberada**: una crítica marxista a la ley de medios. Buenos Aires: Eudeba, 2014.

ISNARD, Hildebert. **O Espaço Geográfico**. Coimbra: Almedina, 1982.

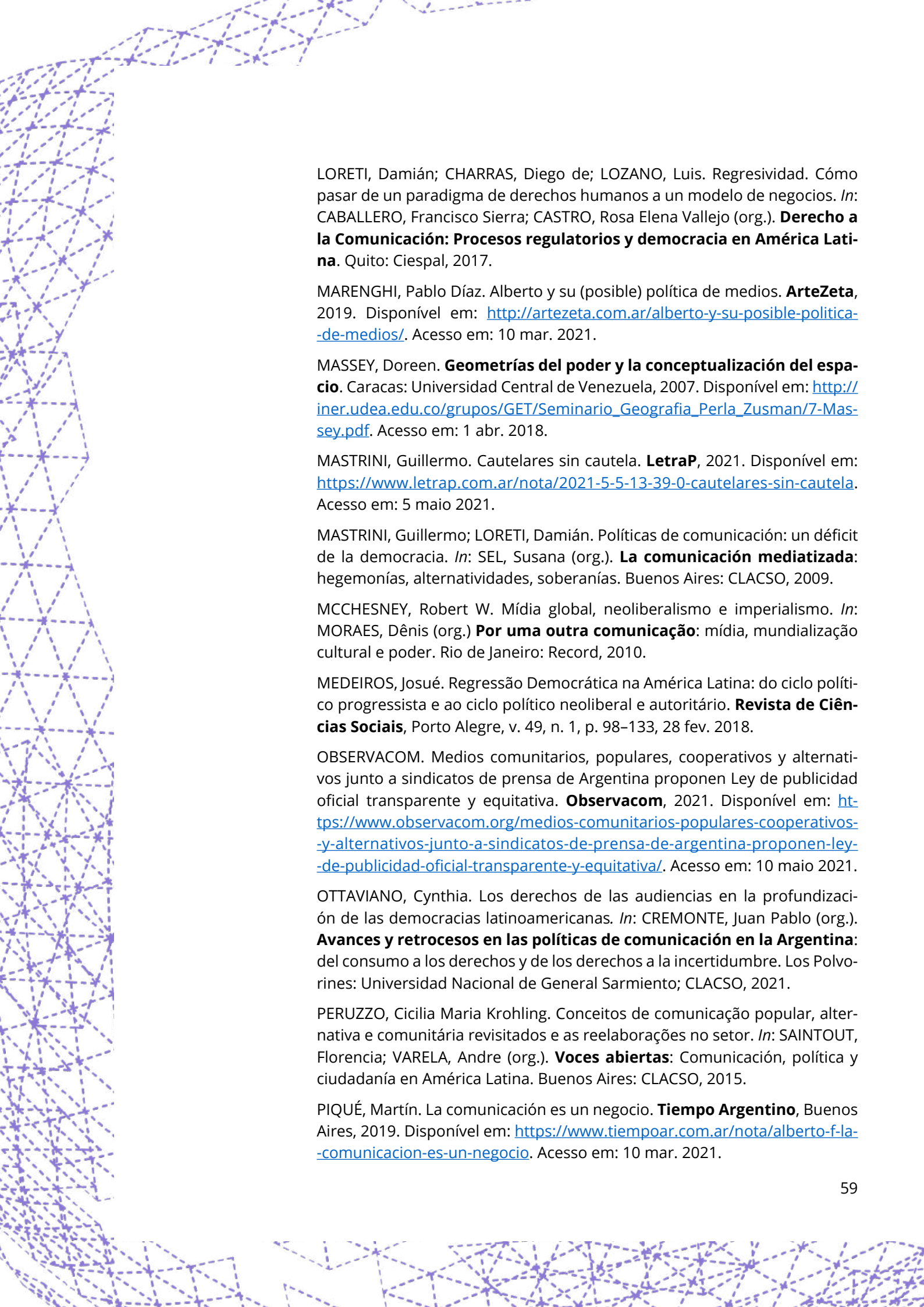
LAMAS, Ernesto. **Medios comunitarios en tiempos de pandemia**: nueva normalidad, otra comunicación. . Uruguay: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2020b.

LAMAS, Ernesto. Radios comunitarias, pluralismo y políticas públicas. **Té-lam**, Buenos Aires, 2020a. Disponible em: <https://www.telam.com.ar/notas/202001/427878-radios-comunitarias-pluralismo-y-politicas-publicas.html>. Acesso em: 10 maio 2021.

LAMAS, Ernesto; LEWIN, Hugo. Aproximación a las radios de nuevo tipo: Tradición y escenarios actuales. **Causas y azares**, Buenos Aires, v. 2, n. 2, p. 70-86, 1995.

LAZZARO, Luis. **La batalla de la comunicación**: de los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información. Buenos Aires: Colihue, 2010.

LONGO, Verónica *et al.* Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, 26 ago. 2017. Disponible em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/28266>. Acesso em: 22 ago. 2018.



LORETI, Damián; CHARRAS, Diego de; LOZANO, Luis. Regresividad. Cómo pasar de un paradigma de derechos humanos a un modelo de negocios. *In*: CABALLERO, Francisco Sierra; CASTRO, Rosa Elena Vallejo (org.). **Derecho a la Comunicación: Procesos regulatorios y democracia en América Latina**. Quito: Ciespal, 2017.

MARENGHI, Pablo Díaz. Alberto y su (posible) política de medios. **ArteZeta**, 2019. Disponible em: <http://artezeta.com.ar/alberto-y-su-posible-politica-de-medios/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

MASSEY, Doreen. **Geometrías del poder y la conceptualización del espacio**. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 2007. Disponible em: [http://iner.udea.edu.co/grupos/GET/Seminario\\_Geografia\\_Perla\\_Zusman/7-Massey.pdf](http://iner.udea.edu.co/grupos/GET/Seminario_Geografia_Perla_Zusman/7-Massey.pdf). Acesso em: 1 abr. 2018.

MASTRINI, Guillermo. Cautelares sin cautela. **LetraP**, 2021. Disponible em: <https://www.lettrap.com.ar/nota/2021-5-5-13-39-0-cautelares-sin-cautela>. Acesso em: 5 maio 2021.

MASTRINI, Guillermo; LORETI, Damián. Políticas de comunicación: un déficit de la democracia. *In*: SEL, Susana (org.). **La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías**. Buenos Aires: CLACSO, 2009.

MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. *In*: MORAES, Dênis (org.) **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

MEDEIROS, Josué. Regressão Democrática na América Latina: do ciclo político progressista e ao ciclo político neoliberal e autoritário. **Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v. 49, n. 1, p. 98-133, 28 fev. 2018.

OBSERVACOM. Medios comunitarios, populares, cooperativos y alternativos junto a sindicatos de prensa de Argentina proponen Ley de publicidad oficial transparente y equitativa. **Observacom**, 2021. Disponible em: <https://www.observacom.org/medios-comunitarios-populares-cooperativos-y-alternativos-junto-a-sindicatos-de-prensa-de-argentina-proponen-ley-de-publicidad-oficial-transparente-y-equitativa/>. Acesso em: 10 maio 2021.

OTTAVIANO, Cynthia. Los derechos de las audiencias en la profundización de las democracias latinoamericanas. *In*: CREMONTE, Juan Pablo (org.). **Avances y retrocesos en las políticas de comunicación en la Argentina: del consumo a los derechos y de los derechos a la incertidumbre**. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento; CLACSO, 2021.

PERUZZO, Cílicia Maria Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. *In*: SAINTOUT, Florencia; VARELA, Andre (org.). **Voces abiertas: Comunicación, política y ciudadanía en América Latina**. Buenos Aires: CLACSO, 2015.

PIQUÉ, Martín. La comunicación es un negocio. **Tiempo Argentino**, Buenos Aires, 2019. Disponible em: <https://www.tiempoar.com.ar/nota/alberto-f-la-comunicacion-es-un-negocio>. Acesso em: 10 mar. 2021.

QUINTAR, Aída; GONZÁLEZ, Leandro; BARNES, Carolina. Cine y video comunitario: un aporte hacia una mayor democratización de la participación social. *In*: CONGRESO INTERNACIONAL ASAECA 2014, 2014, Rosario. **Anais [...]** Rosario: ASAECA, 2014.

RED NACIONAL DE MEDIOS ALTERNATIVOS. A 3 Años de la sanción de la nueva Ley de Medios. *In*: LEÓN, Osvaldo (org.). **Democratizar la palabra: movimientos convergentes en comunicación.** Quito: ALAI, 2013.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. **Por una sociologia do presente:** ação técnica e espaço. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2013.

ROJAS, Luisa Iñiguez. Entrevista. **Boletim Campineiro de Geografia,** Campinas, v. 4, n. 1, 2014.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço:** técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2006.

SANTOS, Milton. O retorno do território. *In*: SANTOS, Milton. **Território:** globalização e fragmentação. São Paulo: Hucitec, ANPUR, 1994.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização:** do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Editora Record, 2000.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. **O Brasil:** território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

SEGURA, María Soledad *et al.* La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. **Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo,** Corunha, v. 2, p. 88, 19 dez. 2018.

SEGURA, María Soledad. La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. **Argumentos. Revista de crítica social,** Buenos Aires, n. 13, 2011.

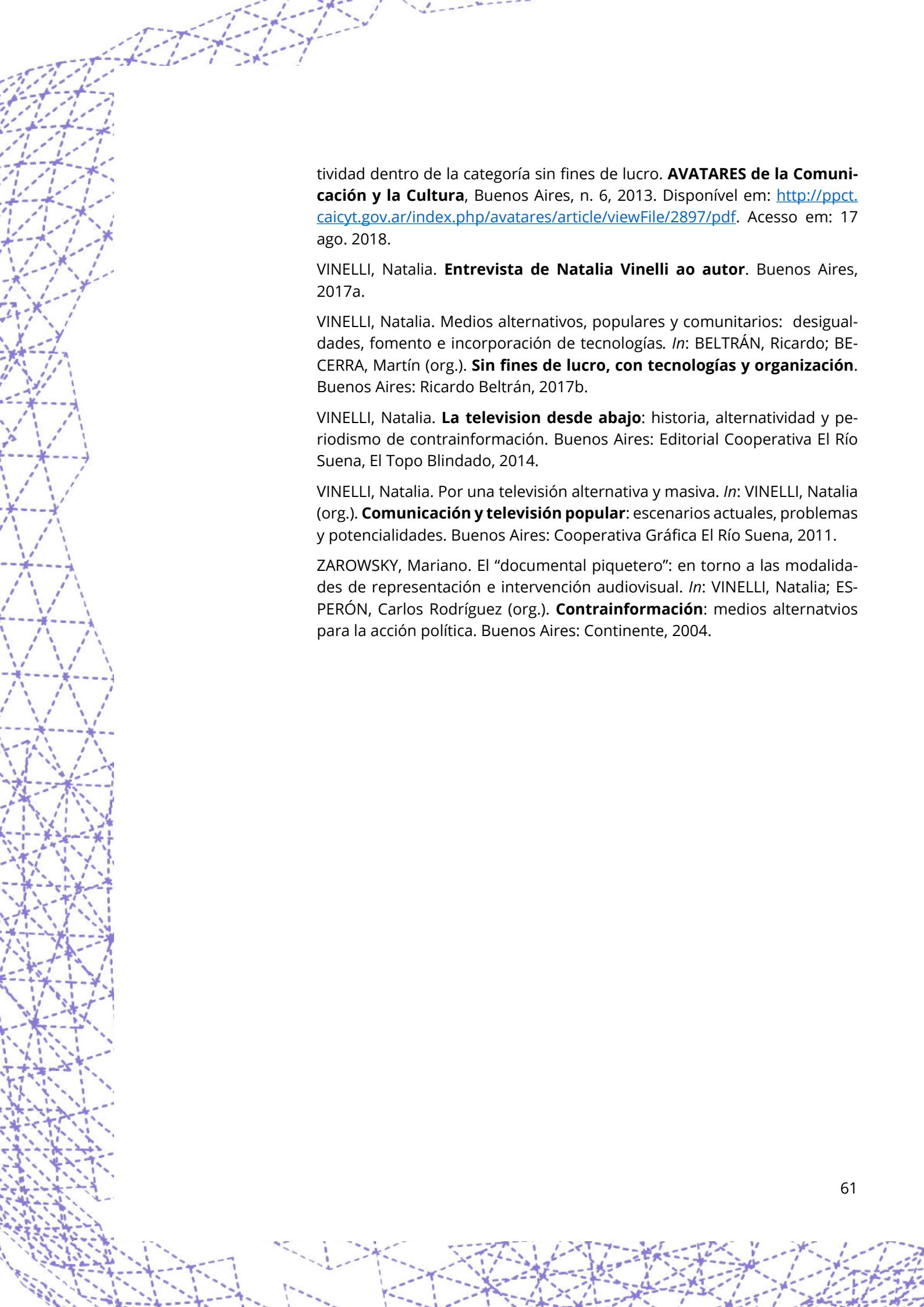
SEGURA, María Soledad. Medios no lucrativos de Argentina. De la lucha por la legalidad al debate sobre la sostenibilidad. *In*: SEGURA, María Soledad; WECKESSER, Cintia (org.). **Los medios sin fines de lucro entre la Ley Audiovisual y los decretos:** estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015. Córdoba: Editorial de la UNC, 2016. Disponible em: <http://democratizarcomunicacion.eci.unc.edu.ar/files/VersionPreliminar-Abril15.pdf>. Acceso em: 17 ago. 2018.

SERPA, Ângelo. **Lugar e mídia.** São Paulo: Contexto, 2011.

SILVA, Adriana Bernardes da. Círculos de informações e novas dinâmicas do território brasileiro. *In*: XVI ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 2010, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: AGB, 2010.

VINELLI, Natalia. De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamiento aceptadas. Las dificultades del encuadramiento de la alterna-





tividad dentro de la categoría sin fines de lucro. **AVATARES de la Comunicación y la Cultura**, Buenos Aires, n. 6, 2013. Disponible em: <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/article/viewFile/2897/pdf>. Acceso em: 17 ago. 2018.

VINELLI, Natalia. **Entrevista de Natalia Vinelli ao autor**. Buenos Aires, 2017a.

VINELLI, Natalia. Medios alternativos, populares y comunitarios: desigualdades, fomento e incorporación de tecnologías. *In*: BELTRÁN, Ricardo; BECERRA, Martín (org.). **Sin fines de lucro, con tecnologías y organización**. Buenos Aires: Ricardo Beltrán, 2017b.

VINELLI, Natalia. **La television desde abajo**: historia, alternatividad y periodismo de contrainformación. Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suená, El Topo Blindado, 2014.

VINELLI, Natalia. Por una televisión alternativa y masiva. *In*: VINELLI, Natalia (org.). **Comunicación y televisión popular**: escenarios actuales, problemas y potencialidades. Buenos Aires: Cooperativa Gráfica El Río Suená, 2011.

ZAROWSKY, Mariano. El "documental piquetero": en torno a las modalidades de representación e intervención audiovisual. *In*: VINELLI, Natalia; ESPERÓN, Carlos Rodríguez (org.). **Contrainformación**: medios alternativos para la acción política. Buenos Aires: Continente, 2004.