

El espacio mediático en el continente

Nuevo siglo, nuevas reglas de juego

Aun cuando en numerosos países de América latina hay cambios en el campo comunicacional que cuestionan el mito de la autorregulación mediática, sigue faltando una comunicación de servicio público no gubernamental, reflexiona el investigador de la Universidad Nacional de Quilmes. Una carencia que ocurre en un espacio donde lo comercial se complementa con una programación que propagandiza actos de gobierno y despierta poco interés en la sociedad. Además de denunciar a los adversarios electorales, dice el autor, la política debe examinar profundamente por qué la palabra masiva quedó sujeta a tanta concentración mediática.

Por **Martín Becerra** *



Aunque la regulación de las industrias culturales, y en particular de los medios de comunicación, conforma el paisaje de las políticas públicas en el Siglo XX, es tras el cambio de siglo que se fue acentuando la importancia de las reglas de juego que ordenan un sector fundamental del espacio público contemporáneo, como es el de los medios en pleno proceso de convergencia y mutación tecnológica y social.

Los medios de comunicación y su regulación merecieron atención del poder político y económico incluso desde antes de la masificación de la imprenta (varias religiones

milenarias dan cuenta de ello), pero fueron su industrialización, y su consiguiente adscripción plena a las reglas del mercado, los factores que orientaron y orientan, con fuerza creciente, la reflexión pública sobre la organización del sector. Las fuerzas empresariales de este sector, que troquela la agenda política y social, reclaman un estatuto extra-legal para organizarse y por ello enarbolan la consigna de la 'autorregulación'. Esto sucedió de facto durante décadas en América Latina, donde sucesivos y diferentes gobiernos evitaron en sintonía con el interés de empresarios periodísticos establecer reglas de juego objetivas, ecuánimes y públicas,

a diferencia de lo que sucedió, al menos entre 1945 y la década de 1990, en Europa.

Por su parte, el poder político siempre receló de la influencia de los medios de comunicación, a quienes consideró en el mejor de los casos, una competencia desleal, que no debe someterse al escrutinio público en elecciones periódicas y por consiguiente, como un poder fáctico con prerrogativas superiores a las de los propios políticos, representantes del ánimo contingente de las mayorías sociales. En algunos casos, la historia latinoamericana también documenta paréntesis, dentro de una tradición de protección de los grandes

* Autor con Sebastián Lacunza, de WikiLeaks sobre los archivos de WikiLeaks ventilados por Julian Assange. Investigador y docente (UNQ-UBA-Conicet), fue un gran impulsor de la nueva ley de medios audiovisuales argentina, cuya posterior suspensión y polarización analizó en numerosos artículos y en su blog Quiqu. Junto con Guillermo Mastrini es autor de Los dueños de la palabra, y como periodista, escribió en la legendaria revista Humor. Nació en Santa Fe, en 1968, y ha venido a Córdoba a dictar clases de posgrado.

empresarios mediáticos, durante los cuales los gobiernos (civiles y militares) cooptaron el sistema de medios con fines propagandísticos. En general, el pasado constata que la ausencia de proyectos sostenibles de servicio público y el abuso faccioso de los medios de gestión estatal produjo el agotamiento de estas experiencias de la mano de la indiferencia de las audiencias. Interesante advertencia que brinda, una vez más, la historia de los medios.

Con esos rasgos a cuestas, la primera década del siglo XXI dio inicio a una combinación de procesos que apuntan a la mutación de la historia de las reglas de juego que ordenaron el desarrollo de los sistemas de medios latinoamericanos: la alteración de los nexos que articularon históricamente política y medios; el cambio de las determinaciones de una estructura concentrada de la propiedad; la transformación tecnológica en el marco de la digitalización audiovisual; la creciente desintermediación de los sistemas tradicionales de medios, en directa relación con la masificación de las redes digitales; la reconfiguración de los retos básicos ligados a la problemática de la libertad de expresión; la ampliación de los actores sociales que participan de la discusión sobre el ordenamiento de las industrias culturales y los cambios regulatorios vinculados a una nueva concepción del derecho a la comunicación.

El conjunto de estas tendencias, comunes a diferentes países de la región, está marcando un cambio radical en el panorama mediático latinoamericano y en la forma en que los principales grupos se relacionan con el poder político.

Por supuesto que la valoración de la influencia de cada uno de esos procesos en el paisaje mediático regional es objeto de discusiones y controversias. Es posible y necesario ensayar perspectivas complejas para examinar analíticamente procesos cuya densidad aconseja abandonar clichés, consignas y anteojeras. En parte, ese desafío es el que tenemos quienes nos dedicamos tanto al estudio como al quehacer práctico y profesional de la comunicación en sociedad. No siempre

las carreras universitarias están a la altura de incorporar en su curriculum una perspectiva crítica, ni negadora ni complaciente, de los cambios en los que están inmersas.

Estos cambios que en la Argentina en particular aparecen representados en la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 de 2009, son indicativos de una transformación en el modelo de intervención estatal que, aunque sigue abonando la lógica capitalista propia de la actuación del campo mediático en todo Occidente, al menos en América Latina amaga con cuestionar ciertos abusos de la mercantilización de un espacio público como el que ocupan los medios de comunicación y el resto de las industrias culturales.

En ese cambio resulta fundamental dar cuenta de una tradición ausente en nuestra región: la comunicación de servicio público no gubernamental. La carencia de medios públicos en América Latina se vincula, de modo sobresaliente, con el tipo de configuración de un espacio público en el que la programación comercial de los medios audiovisuales se complementa con la existencia de emisoras que propagandizan la acción gubernamental y que concitan escasa atención de la sociedad.

Aún con esa importante carencia, la representación normativa de los cambios en curso en la región es clara. Venezuela y Argentina modificaron sus leyes audiovisuales en 2004 y 2009, respectivamente, con resultados muy diferentes. Si bien en ambos casos se reconoce de manera inédita al sector comunitario y se establecen topes a la concentración de la propiedad de las empresas, las nuevas normas difieren en un aspecto central: la ley venezolana regula la 'calidad' de la información, con toda la carga discrecional que ello supone. En cambio, la ley argentina se inscribe en los estándares de protección de la libertad de expresión aprobados por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) y es totalmente respetuosa de la libertad de opinión de medios y periodistas. En tanto, en 2007 Uruguay sancionó una nueva norma sobre medios

comunitarios. Ecuador está discutiendo su ley de radiodifusión. Bolivia realizó cambios constitucionales que involucran al sector de los medios, fundamentalmente para sancionar contenidos racistas. En Brasil se sancionó en 2011 una ley de televisión por suscripción que no alcanza a todo el sector pero que permite por primera vez la inversión de las telefónicas en televisión de pago. En Chile y Uruguay existen desde hace varios años iniciativas de la sociedad civil -con un apoyo por ahora tenue del sistema político- para avanzar en reformas regulatorias más amplias. En varios de los países mencionados, el consenso apunta a reservar un 30% de las licencias audiovisuales para el sector no lucrativo de la sociedad (medios comunitarios, fundaciones, cooperativas)².

Esta representación en el plano normativo es indicativa pero, como bien advertía Margarita Graziano (1986)³, sería errado reducir el análisis de las políticas de la comunicación al plano legal. La complejidad de los mencionados procesos no se agota en la adopción de una ley porque, como indica Laurence Lessig (1998)⁴, la regulación implica además contemplar el funcionamiento de los mercados, los usos y costumbres, es decir, la cultura, y los códigos que, en el caso de las industrias de la información y la comunicación, pueden en ocasiones crear barreras de acceso incluso cuando no existan obstáculos legales para ello. Internet ofrece un ejemplo acabado de la importancia constitucional del 'código' en la regulación de los sectores de la cultura.

Pensar en las nuevas reglas de juego conduce a problematizar el auge de sistemas alternativos al que se instituyó durante décadas en los medios tradicionales, pero a la vez sin descuidar que éstos siguen troquelando agendas y preocupaciones ciudadanas. La política reclama sus fueros no solamente para la denuncia de los adversarios en el campo electoral, sino también para examinar profundamente cómo llegaron a conformarse estructuras tan concentradas de intermediación de la palabra masiva en el espacio público. ■

Ver Waisbord, Silvio (2010), "The pragmatic politics of media reform: Media movements and coalition-building in Latin America", en *Global Media and Communication*, 6(2), 133-153.

2 Becerra, Martín (2012), "Terremoto mediático", en *Le Monde Diplomatique* edición Cono Sur n°152 (febrero), Buenos Aires.

3 Graziano, Margarita (1986), "Política o ley: debate sobre el debate", en *Revista Espacios*, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

4 Lessig, Lawrence (1998), "Las leyes del ciberespacio", conferencia Taiwan Net '98, mimeo, Taipei, publicado en <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevo>