

# Voces

Propuestas y debates  
hacia una nueva ley de medios

EDICIONES DEL CCC  
CENTRO CULTURAL DE LA COOPERACIÓN FLOREAL GORINI

Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini  
Departamento de Comunicación  
Coordinador: Luis Pablo Giniger

Título: Voces. Propuestas y debates hacia una nueva ley de medios  
Autores: Luis Pablo Giniger (coordinador); Alejandro Aymú; Inés Farina; Ianina Lois;  
Luciana Mignoli; Adrián Pulleiro; César Zubelet.

©Ediciones CCC, Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini  
Ediciones del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos C.L.  
Avda. Corrientes 1543 (C1042AAB) Tel: (54-11) 5077 8080 - Buenos Aires - Argentina  
www.centrocultural.coop  
Director: Juan Carlos Junio

Editor: Javier Marín  
Composición y armado: José Luis Bournasell  
Diseño original: Claudio Medín

©De los autores

Todos los derechos reservados.  
Esta publicación puede ser reproducida gráficamente hasta 1.000 palabras, citando la fuente. No puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, registrada en, o transmitida por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, por fotocopia o cualquier otro, sin permiso previo escrito de la editorial y/o autor, autores, derechohabientes, según el caso.

Hecho el depósito Ley 11.723  
ISBN 978-987-24591-7-8

Cuaderno de trabajo n° 84 : voces : propuestas y debates hacia una nueva ley de medios  
/  
coordinado por Luis Pablo Giniger. - 1a ed. - Buenos Aires : Ediciones del CCC Centro Cultural de la Coop. Floreal Gorini, 2009.  
92 p. ; 23x15 cm.

ISBN 978-987-24591-7-8  
1. Medios de Comunicación. I. Giniger, Luis Pablo, coord.  
CDD 302.23

Fecha de catalogación: 27/05/2009

Cuaderno de Trabajo nº 84

## Voces

Propuestas y debates  
hacia una nueva ley de medios

### Entrevistas

Luis Pablo Giniger (coordinador)

Alejandro Aymú; Inés Farina; Luis Pablo Giniger; Ianina Lois;  
Luciana Mignoli; Adrián Pulleiro; César Zubelet

Departamento de Comunicación

Las entrevistas fueron realizadas por los  
integrantes del  
Departamento de Comunicación del CCC:

Alejandro Aymú;  
Inés Farina;  
Luis Pablo Giniger;  
Ianina Lois;  
Luciana Mignoli;  
Adrián Pulleiro;  
César Zubelet.

## Índice

Prólogo de Juan Carlos Junio. Director del CCC	7
Prólogo del Departamento de Comunicación	11
Entrevista a Guillermo Mastrini. Por Alejandro Aymú	15
Entrevista a Eduardo Aliverti. Por Inés Farina	21
Entrevista a Damián Loretti. Por César Zubelet	25
Entrevista a Lidia Fagale. Por Luciana Mignoli	29
Entrevista a Ernesto Lamas. Por Inés Farina	37
Entrevista a Diego Rossi. Por Ianina Lois	43
Entrevista a Luis Lázaro. Por Alejandro Aymú	51
Entrevista a Jéssica Tritten. Por Ianina Lois	57
Entrevista con María Cristina Mata. Por Luis Pablo Giniger	61
Entrevista a Pablo Hernández. Por Adrián Pulleiro	67
Entrevista a Soledad Vallejos. Por Ianina Lois	73
Entrevista a Edgardo Form. Por Luis Pablo Giniger	79
Entrevista con León Rozitchner. Por César Zubelet	85



# Prólogo de Juan Carlos Junio

## Director del CCC

La declaración de principios del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini señala que este centro pretende constituirse en fuente de producción de pensamiento crítico para apostar al país, asumiendo los debates de la época, analizando críticamente el capitalismo en su fase actual. La idea principal es la de contribuir a desentrañar su lógica y sus argumentos, en la búsqueda permanente de nuevas alternativas políticas que se propongan reemplazar al orden imperante.

Resulta muy difícil pensar que exista actualmente un tema más trascendente que el de los medios de comunicación, con vistas a realizar algún aporte a esa idea troncal de transformación social y política. De allí que la iniciativa de nuestro Departamento de Comunicación, en el sentido de auspiciar una serie de encuentros con especialistas y personalidades nucleadas a esta temática, resulta muy valorable.

Nuestros jóvenes investigadores tuvieron una participación activa en esas reuniones, aportando sus propias ideas y recibiendo a su vez, junto a un público particularmente interesado, los aportes de los diversos estudiosos sobre el tema, entre los cuales se contaron algunos de los principales inspiradores y redactores del nuevo proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Una de las primeras cuestiones a puntualizar acerca de esta temática es la del rol en la sociedad moderna de los multimedios. Ciertamente, la respuesta es de tal complejidad que deberíamos inclinarnos por aceptar que en esta brevísima presentación resulta imposible.

Sin embargo, considerando exclusivamente la conducta política de los grandes conglomerados mediáticos durante el crucial conflicto por la riqueza proveniente de las retenciones agrarias, podríamos señalar que en esa confrontación de clases actuaron decididamente como parte de una vanguardia política activa del sistema de poder capitalista.

Siempre, a lo largo de la historia de la humanidad, y desde las formas de expresión más diversas, de acuerdo a los sucesivos estadios históricos con sus respectivas tecnologías de época, el poder actuó para incidir sobre la conciencia de las masas. En realidad, esa lógica surge de la propia naturaleza de las clases dominantes, que tienen una clara percepción de que deben prevalecer culturalmente para controlar a los pueblos y sobre esa premisa darle legitimidad al sistema de poder.

El fenómeno moderno de la globalización bajo la hegemonía de las corporaciones multinacionales no genera en ese sentido una situación novedosa. Sin embargo, los extraordinarios cambios tecnológicos que se generaron en la segunda mitad del siglo XX posibilitaron que ese rasgo natural y sustancial del sistema se potenciara hasta un punto inimaginable, incluso para la actual generación.

El hecho objetivo de que el televisor ingrese a toda hora en cada hogar del planeta, incluyendo a los más pobres y olvidados, transformó la visión política de los núcleos de elaboración de ideas de los centros de poder mundial. Se fue generando un cambio de calidad sustantivo. Los medios de comunicación se transformaron en medios de dominación, con una tendencia creciente a la intervención directa en la disputa política. La experiencia de los últimos años en los países de nuestro continente que están en proceso de cambio lo demuestra palmariamente.

Este sistema de intervención no perturba en absoluto el uso de todas las otras formas ya conocidas para modelar la comprensión y la percepción de la realidad. En este sentido, también asistimos a la creación de una nueva dimensión.

Toda la vida está condicionada, mediada o directamente arbitrada por los medios. Inclusive se hace presente una virtual sensación de imposibilidad de sustraerse a ese fenómeno omnipresente de la “fabricación” de los hechos cotidianos.

Ciertamente, la política, la cultura, el deporte, la moral, la economía, o sea, toda la vida social está atravesada por la tendenciabilidad del televisor, los diarios, la radio, etcétera. Suele decirse últimamente que generan el hecho y “entran en cadena”.

Es necesario significar también que se ha ido configurando un sistema de negocios alrededor de los medios, inficionados por el carácter concentrado y mundializado de esta fase de la globalización. Se conformó de esta forma una verdadera amalgama entre lo propagandístico y el negocio. Se cierra así una suerte de conjunto ideal de influencia sobre la sociedad y de fabulosas ganancias.

En este punto resulta apropiado interrogarse acerca de qué son políticamente los medios, o bien, cómo y cuál es su relación con el poder. La respuesta surge con claridad: los medios son el poder. Forman parte de su entramado más profundo.

En lo que respecta al uso de ese poder en función de favorecer a los partidos de derecha que lo expresan en el plano de la política, habría



que pensar que en esencia, y como conducta permanente, resultan definitivamente beneficiados y fortalecidos en forma indirecta. De lo que se trata es de configurar un sentido de las cosas en el devenir diario, de carácter conservador y de derecha. Así es que tanto los partidos como los políticos se imbrican con los medios en la conformación del eterno partido del orden.

Es por todo esto que el debate sobre un nuevo ordenamiento legal para la radiodifusión y los servicios de comunicación están más vigentes que nunca.

La presentación en sociedad del proyecto para una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, hecha por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, convocó a los actores de la comunicación a participar de un debate que sigue creciendo y que espera su ingreso en el Congreso.

Era esperable que el gran poder de la prensa presionara de todas las formas posibles para obturar el tratamiento de la ley. No podría ser de otra forma.

La “coalición por una comunicación democrática” que integramos los cooperativistas del Instituto Movilizador sostiene una valiosa lucha para lograr una nueva ley de la democracia que termine con el recuerdo reaccionario de la dictadura.

Desde el Centro Cultural de la Cooperación, nos sentimos parte de esa lucha.

Va entonces este núcleo de textos como un aporte al debate.



# Prólogo del Departamento de Comunicación

Para los que trabajamos, estudiamos o simplemente nos preocupa lo que ocurre en materia de comunicación hay un tema ineludible: la necesidad de contar con una nueva ley que regule las comunicaciones en la Argentina.

Quienes integramos el Departamento de Comunicación del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini nos reunimos cada año para definir los ejes centrales de nuestro trabajo y siempre aparece, sin excepción, el cuestionamiento a la Ley de Radiodifusión, ya que su vigencia atraviesa cualquier discusión sobre políticas y medios de comunicación.

Fue en una de esas reuniones, en la que discutíamos en relación al anuncio del gobierno nacional sobre su intención de sancionar una nueva legislación, que alguien propuso: “¿y si hacemos un libro de entrevistas para contribuir al debate?”

Así surgió la idea de conversar con distintos profesionales, trabajadores e investigadores en materia de comunicación para conocer su opinión sobre los contenidos que debería tener una nueva ley y el análisis del contexto en el que se hizo el anuncio.

Sin lugar a dudas, en los últimos años, el poder de los llamados multi-medios fue creciendo exponencialmente como parte de un modelo en el que se acentuó la concentración y el discurso único. Gracias a las nuevas tecnologías y al abaratamiento de los costos relativos nunca como ahora surgieron tantas radios, diarios e incluso canales de TV. Sin embargo, la mayor parte de estos nuevos medios se encuentra en manos de tres o cuatro grandes grupos económicos. Como es bien conocido, dos de ellos concentran la mayor parte de los medios de comunicación: el Grupo Clarín y el Grupo Telefónica. Ellos controlan los principales canales de televisión abierta del país, sus repetidoras y otros canales del interior; pero además poseen radios y diarios nacionales y provinciales. Clarín además es propietario de las dos prestadoras de televisión por cable más importantes del país, Cablevisión y Multicanal, y entre las dos ejercen un dominio casi monopólico del mercado.

La Ley de Radiodifusión (22.285) es un decreto ley dictado en 1980 por la última dictadura militar que, en el marco de la Doctrina de la Seguridad Nacional, hizo de la comunicación un sistema funcional a sus intereses: encubrir el plan sistemático de tortura, asesinato y desa-

parición de personas desplegado en todo el país, condición necesaria para implementar un nuevo sistema político-económico.

Por acción, omisión e incluso ineficiencia, esta ley está vigente hace casi 29 años, de los cuales 25 transcurrieron en democracia. Este dato no describe la ausencia de políticas públicas en la materia: fueron muchas las medidas tomadas y todas –o casi todas– sirvieron para profundizar el modelo vigente. Un ejemplo es el camino recorrido en materia de comunicaciones en la década del 90. Al igual que en otras áreas, durante el gobierno de Carlos Menem las privatizaciones y la entrega del patrimonio nacional reconfiguraron el mapa mediático de nuestro país. El alto grado de concentración, el poder casi monopólico de los multimedios y la marginación de las organizaciones sin fines de lucro fueron sus principales características. Cooperativas, sindicatos y organizaciones sociales quedaron excluidos de la posibilidad de contar con medios de comunicación propios desde los cuales hacer oír, en igualdad de condiciones, una voz diferente.

El caso de las cooperativas es paradigmático, ya que recién a partir de la reforma del artículo 45 de la ley, en agosto de 2005, fueron habilitadas para gestionar medios de comunicación. Sin embargo, el texto del nuevo artículo excluyó a las cooperativas de servicios públicos, precisamente las que están en mejores condiciones para brindar servicios de radiodifusión y adaptarse a las nuevas tecnologías.

Todos los gobiernos democráticos, sin excepción, de 1983 a esta parte insistieron con la necesidad de sancionar una nueva ley que garantice mayor democracia, equilibrio y pluralismo en materia de comunicación. Decenas de proyectos de ley fueron elaborados y ninguno logró que se le diera tratamiento legislativo, entre ellos el Proyecto de Ley General de Radiodifusión del diputado Floreal Gorini.

El mismo Néstor Kirchner comenzó su gobierno, en el año 2003, prometiendo una nueva Ley de Radiodifusión, pero el proyecto nunca fue presentado. Incluso algunas medidas tomadas, como la prórroga de las licencias de los principales medios de comunicación, generaron una fuerte polémica ya que no contradecían el rumbo tomado hasta entonces.

Es por este motivo que la discusión impulsada por el gobierno de Cristina Fernández sobre la necesidad de una nueva regulación generó expectativa en amplios sectores de la sociedad.

Al texto del proyecto presentado el 18 de marzo por la Presidenta adhirieron la mayor parte de las organizaciones que venían bregando

por una nueva ley. Su espíritu es el de los 21 Puntos de la Coalición por una nueva Ley de Radiodifusión y su eje central tiene que ver con la democratización de la propiedad de los medios por lo cual se contempla la reducción de 24 a 10 licencias por operador y la división del espectro radioeléctrico en tres partes iguales: un 33% para el sector público estatal, otro tanto para las organizaciones sociales y sin fines de lucro y un tercero para el sector comercial y privado. Además, el proyecto pretende anticiparse al desembarco de los servicios que brindan las últimas tecnologías, en particular la televisión digital y el *Triple Play*, es decir, la posibilidad de prestar servicios de TV por cable, telefonía e Internet a través de un mismo conducto.

Hay muchos ejemplos que reflejan la importancia de contar con una nueva Ley de Radiodifusión. El año pasado, la vieja cuestión de quién dice qué y para qué estuvo muy presente en el conflicto por la suba de las retenciones entre el gobierno nacional y algunos sectores del campo. Desde el Departamento de Comunicación trabajamos mucho el tema y coincidimos en que, como pocas veces en los últimos años, los medios de comunicación tomaron posición sin medias tintas y dobles lecturas en función de los intereses que cada uno representa.

No hace falta ser un agudo analista político para comprender que la Argentina todavía está lejos de contar con un sistema de medios que garantice la multiplicidad de voces y proponga un modelo distinto al que durante tantos años se ha afianzado. Sin embargo, compartimos la idea de que es tiempo de contar con una norma que entienda y estimule la comunicación como un servicio público en función de las necesidades de los sectores menos tenidos en cuenta por el sistema.

Por eso no consideramos menor el hecho de que se impulse el debate, es imprescindible que el Estado ocupe su lugar y asuma la defensa del derecho a una comunicación que exprese a todo el pueblo argentino. Pero también es justo decir que si bien el reclamo por una nueva Ley de Radiodifusión lleva ya más de veinticinco años, no se trata de una preocupación presente en la opinión pública y aunque es cierto que desde los grandes medios se hace todo lo posible por tapan el tema, ningún cambio de fondo se hará realidad si no es impulsado o llevado adelante por amplios sectores de la sociedad. Estamos lejos porque el pueblo no termina de asumir el potencial con el que cuenta para influir sobre estas y otras cuestiones. De la misma manera en que, en su gran mayoría, no se expresa sobre temas vinculados al trabajo, la educación o la salud, tampoco se moviliza cuando de democratizar los medios se trata.

Por esto mismo parece difícil que la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual cambie radicalmente la situación actual en materia de medios de comunicación. Sin embargo, no da lo mismo que la ley de la dictadura siga vigente frente a otra que permita que nuevos actores se incorporen al mapa de medios y genere mejores condiciones para que la voz de los que no suelen estar presentes en las principales pantallas cuenten con un espacio. Ahora que la construcción de relatos está de moda, es importante que cada uno pueda construir su propia interpretación de la historia.

Es por todo esto que, desde el espacio del Departamento de Comunicación del Centro Cultural de la Cooperación, nos pareció importante contribuir al debate sobre una nueva norma que regule las comunicaciones en la Argentina.

Como creemos que lo esencial de nuestra posición está incluido en este artículo que hemos elaborado a modo de prólogo, acudimos a distintos especialistas, trabajadores y profesionales de la comunicación para que desde su trabajo como investigadores, analistas, periodistas y comunicadores puedan aportar sus ideas y opiniones sobre un debate que todo el tiempo está zarpando y parece nunca llegar a puerto.

Integrantes del  
Departamento de Comunicación del  
Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini

# Entrevista a Guillermo Mastrini<sup>1</sup>

Por Alejandro Aymú

La discusión sobre la necesidad de una nueva Ley de Radiodifusión que regule las comunicaciones en nuestro país no es nueva. A lo largo de estos años muchos proyectos se han presentado y aún duermen en algún cajón del Congreso.

La Argentina ostenta uno de los mapas de medios con mayor concentración en lo que a la propiedad se refiere y una legislación que favorece a los grandes grupos económicos y margina a las pequeñas asociaciones u organizaciones sin fines de lucro.

Guillermo Mastrini se ha especializado en el estudio de las políticas públicas que los distintos países –sobre todo en América Latina– han ido desarrollando en materia de radio y televisión y en la Argentina participa de numerosas organizaciones que trabajan en función de una nueva legislación en la materia.

- *En el marco de la presentación del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual por parte del Gobierno, ¿qué análisis hace Ud. del proceso histórico durante la vigencia de la actual ley?*

- El proceso no es nada positivo. Primero en el momento de su sanción, una ley autoritaria y centralista. Y ya en la democracia se destacan dos cosas: la primera es la incapacidad de legislar en la materia, y la segunda es todavía peor, ya que los cambios que se han hecho fueron para empeorarla. La ley sigue siendo la de la dictadura, pero es cierto que tiene algunos parches que significativamente la han empeorado en términos de democracia comunicacional, aunque haya sectores, los grupos multimedia, que piensan lo contrario. La pregunta sería: ¿qué tan fuerte son los intereses creados y cómo operan?

- *¿Cómo caracterizaría las gestiones de los gobiernos democráticos en cuanto a la intención de cambiar la ley?*

---

<sup>1</sup> Guillermo Mastrini es Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Investigador. Docente y Titular de la Cátedra de Política y Planificación de la Comunicación en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Se ha especializado en políticas públicas para los medios de comunicación. Es editor, junto a César Bolaño, de *Globalización y Monopolios en la comunicación de América Latina*, Buenos Aires, Biblos, 1999; autor, junto a Martín Becerra, de “50 de años de concentración en América Latina”, en Quirós Fernández, Fernando y Francisco Sierra Caballero (eds.). *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Sevilla, España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2001; y editó *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.

- Todos tuvieron intenciones de cambiarla, menos el de Duhalde. El de Alfonsín tuvo intencionalidad manifestada a través del proyecto consensuado por el COCODE (Consejo para la Consolidación de la Democracia), un organismo multisectorial. Hay que recordar que desde el 83 hasta acá, se han presentado entre 60 y 80 proyectos de Ley de Radiodifusión, entre los cuales uno solo tuvo despacho de comisión y ninguno se trató en el recinto. El que tuvo despacho de comisión fue el proyecto Álvarez Guerrero, que era el que reflejaba de alguna manera el proyecto COCODE, pero no fue incluido en labor parlamentaria. Durante el menemismo estuvo el proyecto del diputado Paz que se oponía al del diputado Storani. Fueron proyectos que tuvieron bastante discusión pública y se pensaba que iban a ser aprobados en el 95. Yo creo cada vez más, contrariamente a lo que se quiere creer, que no es que la ley no se apruebe por una conspiración de los medios en contra de la democratización; creo que el gran problema de la ley es que termina definiendo quiénes ganan y quiénes pierden entre los sectores económicos de la radiodifusión. Es decir, no hay problema entre los grandes y el pueblo, el problema es entre los grandes. En Argentina, hoy hay dos grupos y tienen intereses contradictorios. Los intereses de uno van en detrimento del otro y la ley necesariamente proyecta a largo plazo a un ganador y a un perdedor. Los grupos que se disputan hoy el espacio son el Grupo Clarín y el Grupo Telefónica. No hay manera de que ambos estén contentos.

En el gobierno del ex presidente de la Rúa avanzó mucho el proyecto de Gustavo López, pero, el día que tenían que firmar los diputados de la comisión, la única diputada que estuvo presente fue Irma Parentella. De nuevo este comportamiento misterioso entre lo que dicen y lo que hacen. Ahora tenemos una nueva situación con la curiosidad de que el gobierno de Kirchner sea tal vez el que menos trató el tema. Durante este mandato se pone al frente de la Comisión de Comunicaciones a alguien que no tiene nada que ver con la radiodifusión, con lo cual se podría suponer que el tema no estaba en la agenda y que en todo caso después devino una serie de acontecimientos que lo incluyó en el debate.

- *¿Cómo define el marco legal actual?*

- La dosis de autoritarismo sigue estando muy presente, el centralismo es absoluto, no es nada federal y es dependiente del Poder Ejecutivo. Creo que en el nuevo proyecto se podría descentralizar. Ninguno de estos elementos es bueno para la democracia comunicacional. En Argentina tenemos una paradoja: ¿cómo piensan hacer cumplir cosas a futuro si las que hoy están no se cumplen?



- *Ud. considera que los medios públicos tienen que estar al servicio de la comunidad ¿podría profundizar este concepto?*

- Un déficit que tiene la ley es que los medios estuvieron históricamente vinculados a los gobiernos. Eso sí, se pudo haber remedado cuando se aprobó el proyecto de RTA (Radio y Televisión Argentina) en el año 1999, que fue vetado por de la Rúa. Pero eso fue un anexo a la ley 22.285, dicen que en el próximo proyecto la independencia de los gobiernos va a estar incluida en el texto y sería bueno. De todas formas, hay que ver cómo lo incluyen, porque el peronismo tiene la tradición histórica de, a último momento, dejarlo muy vinculado al Ejecutivo.

- *¿Cree que las comunidades barriales o sindicatos podrán tener una señal de televisión con la nueva ley?*

- Yo creo que hay que diferenciar dos cosas. Por un lado, que tengan la posibilidad de contar con medios obviamente es positivo. Después podemos discutir más si tiene sentido concretar esa posibilidad, porque una cosa es que yo decida no acceder a eso y otra que ni siquiera lo pueda hacer. Estoy de acuerdo en que todos puedan acceder porque es un derecho básico fundamental. Ahora, lo que yo no sé es si tiene sentido, porque un medio de comunicación es muy caro y tenés que poder generar contenidos para difundir. Por ejemplo, la Iglesia Católica quería tener un medio y ahora no saben qué hacer, a tal punto que alquilan la frecuencia a otras iglesias. Si no hay una clara concepción, recursos económicos y gente dispuesta a trabajar, no es tan fácil. Yo pienso más, como modelo para organizaciones sociales, en un órgano que distribuya espacios dentro de un canal. El caso que yo conozco es Holanda, allí el Estado organiza pero cede espacios. Un grupo presenta una propuesta, el Estado financia y los grupos sociales producen. No tienen un medio cada uno, es absurdo desde lo comunicacional. Lo que puede terminar pasando es que esos canales se lancen, al poco tiempo no puedan ser sostenidos y los terminen comprando gente que no tiene nada que ver con los movimientos sociales. Es mucho mejor hacer algo fuerte, duradero en el tiempo y con recursos.

- *¿Cuál cree que es la responsabilidad que debe tener un medio con respecto a la construcción de ciudadanía?*

- Los medios de comunicación tienen que tener un rol importante. Nosotros tenemos graves problemas en cuanto a la expresión ciudadana y en términos de cómo se forman las agendas informativas. No creo que los medios lo puedan resolver por sí solos, pero pueden contribuir en cuanto a cultura ciudadana. Lo llevo a cuestiones tales

como una sociabilidad básica, el ciudadano como co-habitante de un espacio común.

- *¿Hay suficientes herramientas en la ciudadanía como para poder establecer una agenda?*

- Los medios pueden contribuir a generar espacios de diálogo comunicacional ciudadano importante. Creo que a veces en los términos de cultura ciudadana, puede ser que se avance más en los niveles más atrasados que en los más adelantados. En lugares como la Ciudad de Buenos Aires, la cultura ciudadana pasa por La Gran Televisión, mientras que en un pueblito perdido la cultura ciudadana puede que pase por un medio comunitario. Entonces la posibilidad de generar un diálogo desde ahí es mayor aun cuando los recursos sean menores.

- *¿Sirven actualmente los organismos de control?*

- Pueden servir, pero actualmente no. El modelo de radiodifusión argentino fue tomado de los americanos. Tal vez tenga alguna cosa híbrida de lo que son los canales públicos pero éstos tienen un lugar muy marginal, tanto económicamente como en términos de audiencia, y no tienen mucho prestigio, dado que se lo asocia con lo gubernamental y esto genera un gran rechazo. Pero así como soy crítico, también considero que se pueden hacer muchas cosas creativas pero falta mucha voluntad política de parte de la clase dirigente. Es como si hubiera un pacto entre los medios y los políticos.

- *¿Qué le pareció el canal Ciudad Abierta durante la gestión Telerman?*

- Ciudad Abierta es una iniciativa buena, hay que sostener que la Ciudad de Buenos Aires tenga un canal. Con lo que nunca estuve de acuerdo es con que los gobiernos progresistas se la pasen anunciando acerca de la participación y después, cuando llega la hora, lo deciden entre cuatro y la sociedad no tiene la posibilidad de participar mucho. Eso me parece un déficit importante.

El segundo déficit es que era un canal casi experimental. Siempre dije que en Argentina lo público no goza necesariamente de gran prestigio, si vos tuvieras un espacio público prestigioso podrías jugar a tener un canal experimental y creo que sería una buena tarea de lo público, pero en otro contexto, no en el contexto en el cual lo público debe ganarse legitimidad.

- *¿Cómo se ganaría esa legitimidad?*

- Ganar legitimidad es tener acercarse a la ciudadanía y ese canal tenía una mirada de Palermo sensible, lo podía mirar muy poca gente porque no tenía códigos culturales comunes con el 60 u 80 por ciento de la población de Buenos Aires. Eso es un problema porque si la población no reconoce huellas de identificación con esa pantalla, termina pensando que estamos gastando el dinero. Yo creo que no era mala la idea, creo que estaba fuera de contexto. Legitimar el espacio público permite después expandir la frontera del sistema nacional de televisión.

- *Con respecto a Canal 7... durante el menemismo fue un canal al servicio del entretenimiento, con productos baratos y de dudosa calidad. Durante la gestión de la Rúa había muchas propuestas periodísticas y ahora hay más equilibrio. ¿Por dónde cree que debería pasar la propuesta?*

- Creo que hoy Canal 7 tiene algunos formatos informativos que no son malos, que están por encima de la media de los canales privados, pero tiene un problema y es que no puede salirse del discurso oficial. De todas formas, quiero aclarar que no fue, a mi criterio, la versión más desbalanceada de la cobertura de los acontecimientos en los últimos tiempos. Creo que hemos tenido peores versiones de oficialismo.

- *Pero también es cierto que ocupan un lugar muy marginal los espacios periodísticos...*

- Sí, totalmente. Pero en términos de programas periodísticos creo que no hay nada mucho mejor. Creo que lo que hay que tener es una amplia zona educativa-cultural. Eso lleva tiempo, es a mediano y largo plazo, porque los programas educativos y culturales tienen procesos de maduración largos. El canal tiene que apuntar una parte de su programación a eso y una parte al entretenimiento, que tampoco es la parte más deficitaria de Canal 7 en estos momentos. Lo que aún no puede es recrear, regenerar y progresar en el concepto de lo público. No es un canal con el que la ciudadanía se sienta vinculada. No se puede pensar una televisión pública si la ciudadanía no siente que se apropia de eso.

- *¿No cree las repetidoras debieran prever un espacio para la producción local y/o regional?*

- Sí, hay mucho por hacer. De todas formas tenés que pensar desde dónde se partió y en dónde estamos hoy. Creo que lo que el gobierno de Kirchner en cuanto a lo que políticas de comunicación se refiere es que no ha hecho tanto en cuanto a lo que el canal ofrece en la

pantalla, sino lo que el Estado hace con ese canal. No ha tenido una política de servicio público, no ha creado un entorno ciudadano de canal público. El tema es que la población se apropie de su canal y no es un proceso rápido. Se mejora más la pantalla pero sigue roto el vínculo con la ciudadanía.

*- La estructura de Radio Nacional fue sistemáticamente desguazada, ¿podrá esta nueva ley cambiar ciertos vicios? No me refiero solamente a la relación con el Estado, sino también a esa idea de que un empleado de la emisora es para la administración pública igual que otro de cualquier repartición estatal.*

- Es cierto que hay problemas. De todas formas, la lógica de un medio de comunicación siempre chocará con la lógica del aparato estatal, son dinamismos muy diferentes. Pero la radio se puede recuperar, además tiene la ventaja de que los costos de producción son más bajos, por lo que las posibilidades de hacerlo son mayores. No creo que sea una cuestión de la ley, creo que es política. La clave de la transformación de los sistemas públicos de radiodifusión está en la orientación política que se les dé.

# Entrevista a Eduardo Aliverti<sup>2</sup>

Por Inés Farina

Eduardo Aliverti es uno de los periodistas con presencia en los grandes medios de comunicación más reconocidos por su trayectoria y coherencia discursiva.

La propiedad de los medios de comunicación y la denuncia de los intereses cruzados que hacen a la libertad o independencia de un profesional en un medio de comunicación ha sido y es una de sus mayores preocupaciones.

- *¿Por qué es necesaria una nueva Ley de Radiodifusión?*

- No se trata de algo nuevo. La ley es necesaria desde hace 25 años y, por las presiones de los grandes grupos mediáticos, fue literalmente imposible a pesar de todos los cambios que se fueron sucediendo. Más allá de algunos casos en que fueron para bien, en general fueron para muy peor, como la derogación del inciso 9 del artículo 45 que abrió las puertas a la concentración multimediática hasta el punto de que hoy son megacorporaciones que, entre otros negocios, manejan medios. Además controlan aeropuertos, medicina prepaga, laboratorios, petróleo, industria del entretenimiento, etc.

Creo que todos los que estamos en este ambiente sabemos cuáles fueron las movidas que, a lo largo e estos 25 años, hubo para que no pudiese siquiera pasar de comisión ninguno de los 47 proyectos presentados desde el retorno de la democracia. Incluso conocemos hasta los senadores y los diputados que eran apellidados con el nombre de algún diario interesado en que la ley no saliera.

Creo que hoy es más necesaria la ley precisamente porque el nivel de concentración de propiedad mediática que tiene la Argentina no lo tiene ningún país del mundo. Bastaría con compararnos con la Ley Antitrust norteamericana, en Estados Unidos a nadie se le ocurriría que un licenciatario pueda tener 24 permisos para operar en el país.

Creo también que la correlación de fuerzas políticas no permite tocar lo que ya está, pensar que se va a poder volver atrás con las licencias otorgadas me parece que no tiene sentido político, pero sí hacia de-

---

<sup>2</sup> Eduardo Aliverti es periodista, locutor y docente. En la actualidad conduce su programa, Marca de Radio, en radio La Red y es columnista del diario *Página/12*. Es titular de la materia Taller de Radio, en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA, y director de la Escuela de Periodismo ETER.

lante. Se puede hacer algo muy interesante, me parece que el proyecto en ese sentido traza un eje democrático y equitativo. Todavía falta mucho debate, falta conocer demasiado, pero teniendo en cuenta que además, más temprano que tarde, vendrá la etapa de la digitalización, es mucho más necesario que nunca.

- *¿Qué tiene de especial este contexto político para pensar que una nueva Ley de Radiodifusión es posible?, ya que han pasado 47 proyectos previos que no quedaron en nada.*

- Aparentemente hay una decisión política firme del Poder Ejecutivo para que la nueva ley salga, si hablamos del gran relato discursivo progre. La base del proyecto son los 21 Puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, muy conocidos por quienes estamos en el medio. Me parece, más allá de la voluntad política, la actual ley ya no resiste porque estamos entrando en la etapa de la digitalización y de la innovación tecnológica. Donde hoy entra una radio van a entrar diez y donde entra un canal de TV van a entrar cinco. No se puede seguir con un instrumento legal que es prácticamente anterior a la televisión color. Me parece que hasta el propio sistema requiere de una nueva normativa.

- *¿Cuáles son los principales puntos que debería incluir la nueva legislación para poder denominarla democrática o de la democracia?*

- En primer lugar, permitir el acceso a la propiedad mediática a los colectivos populares y a las organizaciones profesionales, a todo el espectro que no constituye lo que llamamos el fin de lucro. En el sector privado no comercial se incluye a las cooperativas, sindicatos, ONGs, etc. Ese es el principal eje que yo rescato como positivo, ponerle un freno a la posibilidad de la concentración de licencias en pocas manos. Creo que debe considerarse como prioritario.

De todas maneras, la radio y la TV van a estar repartidas más democráticamente en el texto de la ley, pero si no hay nuevos actores capacitados para hacerse cargo de las licencias estamos fritos. Si hoy imagináramos un mundo ideal para otorgar las nuevas licencias, sería muy difícil encontrar en el campo popular, profesional o sindical gente capacitada para hacerse cargo. Creo que la ley es una condición necesaria pero no suficiente para mejorar el espectro radioeléctrico. Hay que ver con qué cuenta el campo popular para tener canales de televisión y emisoras de radio, eficazmente administrados, profesionales, seductores, bien trabajados desde el punto de vista artístico y en cuanto a sus contenidos. Porque de lo contrario, se va a abrir el espectro y se va a ampliar la cantidad (va a suceder seguro por la digitalización), y va a terminar en manos de la misma gente de siempre.

- *¿Cuál cree que debería ser el rol de las organizaciones políticas, sociales y culturales? ¿Van a tener espacio?*

- Es clave, porque si esto queda sólo en manos del Gobierno estamos mal. Los colectivos sociales tienen que definir como propia la defensa del proyecto de ley. Creo que hay que articular una campaña única respecto a cuáles son los grandes trazos de la ley para la difusión popular, pero tienen que salir a la carga. Si no se manifiestan los sindicatos, las organizaciones de periodistas, aquellos que en definitiva se supone que van a ser los beneficiados por la ampliación del espectro, estamos mal, porque esto va a quedar como una lucha entre Gobierno y Privados, susceptible de ser considerado un Conflicto Campesino Segunda Parte, entre dos que me resultan ajenos.

Ahora hay que ver qué pasa, porque la difusión mediática del debate sobre la ley es muy escasa. Una de las hipótesis a manejar es que los medios no quieran prestarse al debate y operen en contra de la ley.

- *Respecto al problema que plantea sobre la concentración mediática, ¿el proyecto plantea tratar el tema sólo de cara al futuro?*

- Si, es así, el proyecto sólo se refiere a lo que debe pasar en el futuro. Hay decisión política de no tocar lo que ya está. Y es que en realidad para tocar lo que ya está, existe la actual ley. Es decir, si se quisiera hurgar en temas como el subalquiler de licencias, la reproducción de los contenidos de una AM por una FM, que a su vez tiene otra en la zona, etc. no es necesaria una nueva ley. Para modificar lo que ya está, sirve la ley de los milicos. Pensar de la ley para atrás es hablar del sexo de los ángeles.

- *¿Piensa lo mismo respecto al decreto 527, que suspendió los vencimientos de las licencias por 10 años?*

- Si, tampoco creo que tenga retorno.

- *¿Qué peso tiene la discusión sobre las nuevas tecnologías y el Triple Play para la aprobación de una nueva normativa y cómo deberían ser abordadas?*

- El *Triple Play* tiene un peso particular porque tiene que ver con negocios en donde los mismos grupos sistémicos entran en contradicción. Otra cuestión es la norma que se adopte para la digitalización. Hace un tiempo, Gabriel Mariotto viajó a San Pablo para interesarse por la norma japonesa que adoptó Brasil, mala noticia para el Grupo Clarín que ya se estaba preparando para la norma norteamericana. Dentro de lo que es el espectro general de la innovación tecnológica,

hay una cantidad de sub negocios que provocan choques verticales y horizontales pero básicamente las nuevas tecnologías van a incidir en cómo queda abierto el espectro en cuanto a la cantidad de licencias a otorgar. Digamos que en ese sentido el nuevo espectro va a ser un cuchillo que puede servir tanto para cortar el pan, como para matar; por lo tanto, creo que podemos llegar a estar en la puerta de una aun mayor concentración. En la mejor de las hipótesis habrá un reparto más equitativo, siempre y cuando los colectivos sociales se capaciten organizacional, profesional y artísticamente para el manejo de radio y TV.

- *Por la forma en que terminó la discusión sobre las retenciones en el Parlamento ¿sigue siendo posible una nueva ley?*

- Es posible, pero depende de que el Gobierno tenga más capacidad de muñeca de la que tuvo en el conflicto de los gauchócratas. Creo que el gran problema va a estar en el Senado con los barones de la Nación, porque representan intereses provinciales donde la capacidad de penetración de la corporación de los grandes medios es muy alta. Si uno piensa en el conflicto con el campo y en el senador o el diputado que votó en contra del proyecto oficial para asegurarse el vermicelo y la siesta cuando volviera al pueblo, imaginemos la discusión por una Ley de Radiodifusión más democrática. Ese tipo vuelve a la provincia y lo acuestan en los medios locales que, obviamente, están en manos de las grandes cadenas.

De manera que creo que el gran desafío va a ser el Senado y pienso, no es ninguna originalidad supongo, que va a depender mucho del humor social respecto del Gobierno en el momento en que la ley se presente.

Alguna fuente gubernamental me dijo que lo peor que podría pasar no es que la ley no salga... sino que la ley entre y salga con las correcciones que a los grandes grupos les gustaría.



# Entrevista a Damián Loretti<sup>3</sup>

Por César Zubelet

El derecho a la información es un área poco profundizada en nuestro país. La poca discusión y tratamiento que se le da al tema ha hecho que no muchos abogados se especialicen en el tema y, los que lo hacen, suelen trabajar para grandes multimedios y defender el status quo. Loretti tiene una mirada diferente y, desde su cátedra en la UBA, no sólo insiste con los derechos vigentes que deberían cumplirse, también estudia y plantea los cambios que deberían promoverse.

- *¿Por qué piensa que la ley 22.285 no debe continuar vigente?*

- La ley de 1980 tiene muchos vicios: presenta un absoluto centralismo porque todo depende del Poder Ejecutivo y no permite ningún tipo de intervención de las provincias. Además está sujeta a los principios de la Doctrina de Seguridad Nacional y sigue manteniendo una infraestructura que no garantiza el pluralismo.

A esta norma se le hicieron en el periodo democrático muchas reformas negativas, como la desregulación que facilitó una concentración inusitada y casi sin comparación. Un ejemplo parecido podría ser el de México, o Brasil, pero aun así en México –con el predominio de Televisa incluido– hay muchos más medios que en nuestro país y con mayor vocación de flexibilización que la que tiene esta ley. Y hay otro aspecto, todos los países que se han dado la oportunidad de pensar sobre el tema de los medios de comunicación lo han hecho en función de las nuevas tecnologías. Pero no por correr detrás de ellas, sino por los cambios que implican en términos de concentración. Son leyes vinculadas a los temas de la digitalización, que además ordenan el espectro y la situación de los canales espejos.

- *¿Cuáles son los puntos que no puede obviar una nueva ley?*

- En términos de *lo nuevo* debe estar el aprovechamiento de la cuestión digital, para tener un mejor resultado en la aplicación de las nuevas tecnologías. Después hay cosas que en otros lados ya son viejas y en Argentina todavía no se han planteado, como las instancias para la distribución equitativa del espectro y la transparencia en el otorgamiento de licencias.

---

<sup>3</sup> Damián Loretti es abogado, docente y Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Se especializó en derecho a la información, materia que dicta en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires.

También debe tenerse en cuenta la realización de un registro de radio-difusores y de operadores, de los que tienen derechos de exhibición, o un registro de operadores de señales extranjeras. Debería habilitarse un mecanismo de capítulo de derecho del público, de apertura de audiencias públicas para la renovación de licencias, obligaciones de transparencia de los licenciarios en su relación con el Estado y hacia el público. Es importante también la figura del defensor de derecho del público, que es algo que existe en otros lugares, así como todos los elementos que generan corrimientos y fuertes abusos de posiciones dominantes.

- *¿La nueva legislación podrá equilibrar la concentración mediática?*

- Estos son procesos tendenciales, porque hoy tenemos situaciones de concentración por vía de hechos consumados, no blanqueados por la legislación, y hay situaciones de derechos que son más difícil de revertir.

La búsqueda sería un equilibrio con medios sin fines de lucro, más los medios lucrativos y los medios públicos. La tendencia debería ir hacia lo público.

- *¿A quién perjudica la concentración de los medios en pocas manos?*

- Perjudica principalmente a los pequeños y a los que todavía no pudieron entrar en el terreno de la comunicación. En consecuencia genera posiciones hegemónicas o excesivamente predominantes en términos de ocupación del espacio público.

Por otra parte, afecta a los trabajadores de la comunicación en la medida en que a mayor concentración menor pluralidad de voces y menos capacidad de proyectos autónomos. También perjudica a los que intenten enfrentarse a las posiciones hegemónicas de la comunicación. Hay muchos ejemplos en el interior donde si una persona se pelea con el dueño del multimedia local, lo más probable es que no pueda trabajar por un buen tiempo en otro medio de ese lugar.

- *¿Cómo deberían distribuirse las licencias de transmisión?*

- La nueva ley tiene que fijar premisas claras sobre cómo será utilizado el espectro, para saber si se establecerán cuotas como existen en algunos países. Además tendrá que buscar mecanismos de fomento al pluralismo tanto en la propiedad como en los contenidos. Este es un dato que generalmente se pasa por alto, pero los procesos de con-

centración de los contenidos, de los derechos de venta y de exhibición son lo que finalmente determina el producto que recibe la sociedad.

Del mismo modo la nueva legislación debería contemplar un organismo de registro de productores o de dueños de derechos de exhibición.

- *¿Cómo observa el debate sobre el nuevo proyecto, lo considera suficiente?*

- Me parece que hay que instalar el tema pensándolo en términos de una verdadera discusión social, porque acá va haber un conflicto de intereses entre quienes sostienen que el Estado tiene que tener absolutamente vedada la posibilidad de regular ciertas actividades y los defensores de lo público. En la media internacional los países fijan cuotas de pantalla con contenidos nacionales y, salvo en donde las frecuencias se subastan, los demás presentan proyectos. Esto en Argentina se burla olímpicamente; hay quienes dicen que requerir de un proyecto de programación para la obtención de una licencia cercena la libertad de expresión, yo no creo que sea así.

- *Por cómo finalizó la discusión en el Parlamento sobre las retenciones a los agroexportadores, ¿hay un contexto favorable para aprobar una nueva Ley de Radiodifusión?*

- Si fuera por los medios el contexto nunca sería favorable, porque además, al no cambiar la ley, hay una suerte de idea de que nadie deber cumplir ni siquiera con lo que existe. Hace un tiempo se dio el caso de Continental, que rompió las reglas con su FM. Si no se discute una nueva legislación, vamos a seguir con la ley de la selva, aun cuando la ley sea usada para contener los procesos de monopolización o de oligopolización.

Pero con respecto a cómo están las fuerzas adentro del Parlamento, pienso que hay cambios notorios en los modos del trabajo del Congreso. Esto se observó con el tema de Aerolíneas; creo que dejó algunas enseñanzas y experiencias y se puede ver también en cómo se trabajó el proyecto para terminar con las AFJP. Hay algunos cambios en los modos de trabajo.



# Entrevista a Lidia Fagale<sup>4</sup>

Por Luciana Mignoli

Desde la vuelta a la democracia, en 1983, la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires insiste con la necesidad de sancionar una nueva Ley de Radiodifusión que se ajuste a los tiempos y represente los intereses de los sectores populares y no de los grandes grupos económicos.

En 1984, la UTPBA presentó, junto a un grupo de estudiantes de periodismo, uno de los primeros proyectos para modificar la Ley de Radiodifusión.

En el año 2002, con la coordinación de Lidia Fagale, el gremio crea el Observatorio Político, Social y Cultural de Medios con el objetivo de supervisar el funcionamiento del sistema de medios de nuestro país y aportar una visión crítica para su transformación.

- *¿Por qué es necesaria una nueva Ley de Radiodifusión?*

- Los sectores sociales, desde 1983 hasta la fecha, venimos bregando por una comunicación más democrática y una de las herramientas es una nueva Ley de Radiodifusión que remplace a la de la dictadura militar. Es necesaria para poner en órbita pública un debate que parece reservado a los entendidos, a los técnicos; como si fuera ajeno al conjunto de la sociedad. Poner en debate un instrumento como la Ley de Radiodifusión ha permitido instalar más masivamente el tema, aunque no en los términos que hubiéramos deseado. Las leyes en sí mismas no son buenas ni malas, en general uno las concibe como algo necesario porque regulan una realidad. El tema es que todas las leyes requieren una fuerza social capaz de darle primero un contenido, concebirla y mantenerla, para luego desarrollarla y sostenerla. También en el caso de la Ley de Radiodifusión o de Servicios de Comunicación Audiovisual.

- *¿En qué momento el gremio tomó posición pública con respecto a la Ley de Radiodifusión?*

- Hace tanto que la primera propuesta de ley no contemplaba los medios de comunicación alternativos porque no existían. Fue en

---

4 Lidia Fagale es periodista y Secretaria General Adjunta de la Unión de Trabajadores de Prensa (UTPBA). Además es responsable del Observatorio de Medios, Político, Social y Cultural de la misma organización.

1984, apenas se normalizó el gremio. A un grupo de militantes que no estábamos en la conducción de la UTPBA, éramos estudiantes de periodismo, se nos delegó la iniciativa. La ley 22.285 tenía sólo cuatro años y la empezamos a analizar. Me acuerdo de que en ese entonces comenzaron a aparecer tímidamente en el país –con la apertura democrática y por gente que había viajado– algunos materiales de México, de la CIESPAL de Ecuador y algún texto de España sobre derecho comparado de la radiodifusión y políticas de la comunicación democrática. El debate sobre el nuevo orden informativo, el famoso informe Mc Bride, acá no había llegado porque estábamos en dictadura. La propia UNESCO, que luego fue castigada por Estados Unidos, había dicho que “no se puede democratizar la comunicación, de acuerdo a los estudios que hemos hecho, si no se democratiza la economía”. Luego vino un nuevo orden informativo, distinto al que se pretendía. Pero también era cierto que Latinoamérica había luchado por modelos de comunicación muy asociados a los diferentes proyectos políticos que había tenido. Era raro no asociar un proyecto de comunicación a las iniciativas de liberación que habían caracterizado a Latinoamérica, Asia y África en su momento. Con el tiempo y la militancia dejamos de ser ingenuos y entendimos que no estábamos hablando apenas de un texto académico, sino que tenía que ver con los modelos políticos de país que se instalaban. Ese ímpetu nos llevó al Congreso a llevar nuestro proyecto de Ley de Radiodifusión en 1984, que en realidad fue redactado y consensuado con compañeros que no tenían más de 22 ó 24 años. En la propia UTPBA –que en ese momento era ATPBA– se crea la Asociación de Radios Comunitarias. Pero era una organización que se funda en la UTPBA y que fue infiltrada por los propios servicios de inteligencia que todavía actuaban. ¿Por qué? Porque era peligroso que los sectores se organizaran, dado que congregaban gente muy joven y con un sentido crítico. Pero los compañeros de las radios comunitarias querían organizarse y también pelear por un modelo de comunicación y de país. Esa experiencia siguió pero fueron influidos por las diferentes concepciones político-ideológicas hasta el día de hoy. Hay muchas organizaciones que congregan radios o medios locales, también hay ONGs, que mejor perderlas que encontrarlas, financiadas vaya a saber por quiénes y que dicen hablar de desarrollo sustentable de las comunicaciones, cuando en realidad hablan del hundimiento sustentable. Y así se arma un panorama, se arma un país y se arma un mundo. Pero a mí me entusiasma igual que me convoquen a discutir algo, en este caso la Ley de Radiodifusión. Pero tengo en claro cuáles son las potencialidades y las limitaciones de este escenario y eso, creo, no hay que perderlo de vista.

- *Usted dijo que el debate se dio en un contexto que no era el que la UTPBA hubiera pretendido. ¿Cuál hubiera sido el contexto más pertinente?*

- Siempre digo que si hay un arte muy difícil es el arte de repetir siempre lo mismo. Desde que se creó el Consejo de Consolidación para la Democracia –ya pasaron 28 años– los trabajadores de prensa siempre hemos intervenido. En aquel momento el fenómeno de los medios comunitarios o alternativos era incipiente. El *boom* se produce en 1987, con lo que se llamó la crisis de la democracia en donde hay un traslado de la militancia política al campo social, que encuentra una especie de megáfono de ideas en este tipo de herramienta, y siempre hemos participado. Claro que ahora es bienvenido el debate y que te inviten a participar, pero la sensación que nos ha quedado este año es que después de la foto en donde se reúne a todos los actores sociales, sindicales, de derechos humanos, etc., viene el fracaso. Pero no por una mera especulación política, el fracaso viene porque muchas veces el sector al que le tocó gestionar políticamente un gobierno no tiene el poder. Y justamente el poder está altamente concentrado en este sector que la sociedad, a través de la Ley de Radiodifusión, pretende regular. ¿Qué sensación uno tiene? No es que no venga en el momento oportuno, sobre todo una Ley de Radiodifusión, considerando que los medios de comunicación son hoy las vanguardias culturales del mundo y también son parte del capital –el capital simbólico es capital, y por lo tanto, es acumulación de riquezas–. No es un tema ajeno a la discusión de un modelo democrático porque va asociado a la discusión de un modelo político también. Pero me parece que es acotada la valoración de debatir la radiodifusión en la Argentina.

- *¿Por qué? ¿Qué grado de pluralidad ha tenido el debate público alcanzando al respecto?*

- Relativo. Hay que tener en cuenta que pluralidad y diversidad no son sinónimas. Puede haber diversidad de medios, pero no significa que sean plurales. Puede haber diversidad de fotos, pero eso no significa que haya pluralidad. Existió una convocatoria pública que se hizo desde el gobierno para que los diferentes sectores que teníamos una posición tomada al respecto asumiéramos –como lo veníamos haciendo a lo largo de la historia– esta necesidad y esta decisión que había sido tomada con un hecho trascendente; y que lo es, y así lo manifestó en su momento Cristina Kirchner. Cuando ella era presidenta de la comisión de Asuntos Constitucionales del Senado, junto con otras organizaciones, fuimos convocados para marcar nuestra posición en torno al acceso a la información pública. Yo misma fui

en nombre de la UTPBA. Recuerdo que la Presidenta al final dijo que coincidía con nuestro planteo, pero de costado me dijo: “lo que pasa es que hay que comprender que son muchísimas las presiones que tenemos de las grandes corporaciones económicas-mediáticas. Esta ley no va a ser reglamentada”. La UTPBA ahí dijo que lo público no estaba únicamente vinculado a la difusión de los actos del gobierno, sino que también abarca a la actividad privada. Dijimos que el concepto de seguridad que se manejaba en una de las reglamentaciones de la Ley de Acceso a la Información Pública a nivel internacional no podía asociarse en Argentina ni en toda Latinoamérica, por su propio pasado, a la Ley Antiterrorista. Y concluíamos diciendo que no hay democracia informativa sin democracia económica. En todo coincidía plenamente. Luego ella asumió la presidencia de la Nación y el tema vuelve a situarse en donde está, incidido por factores de poder determinantes. Esto no significa que renuncie a la pelea pero sí que tenga una medida real.

*- A eso se le podría agregar la prórroga de la concesión a los monopolios por diez años que decretó Néstor Kirchner en sus últimos días de gobierno.*

- La gestión de Menem significó la privatización de todo, donde se aplicó a rajatabla el neoliberalismo que tuvo sus consecuencias claras en el campo de la comunicación. En la gestión de Néstor Kirchner se declaró por decreto a los oligopolios mediáticos –que habían contraído deudas siderales durante la convertibilidad por introducción de tecnología– como patrimonio de la cultura, con lo que los eximió del pago de la deuda que era millonaria, convirtiéndose en deuda interna. Es decir, el sector privado contrajo deudas que no pudo pagar. Entonces el Estado las asumió, nosotros. El segundo fue la prórroga por diez años cuando ya habían caducado las licencias. Se podría haber permitido abrir un debate y no clausurarlo –que de hecho ocurrió– con respecto a la situación de otros medios: de los medios comunitarios o de las pymes en comunicación. Un minuto antes –como diría Almafuerde– de retirarse de la presidencia, Néstor Kirchner firma la fusión de Cablevisión con Multicanal, transgrediendo las leyes básicas de regulación de una Ley de Radiodifusión que no permite mayor concentración de medios, aunque esta instancia aún está pendiente de ser aprobada por el COMFER hasta el día de la fecha. Estos son datos que uno debe tomar de la realidad. El debate que se está intentando en torno a la propuesta de Ley del Servicio de Comunicación Audiovisual es interesante y alentador, lamentablemente se da en un momento donde la discusión está muy atravesada por la coyuntura electoral y quizás esto no permita escucharse debidamente. De cualquier manera la iniciativa es bienvenida.



- *Si no se hubiera dado el conflicto entre el sector agrario y el Gobierno y la “pelea” entre el oficialismo y el Grupo Clarín, ¿se habría abierto el debate de la Ley de Radiodifusión?*

- Creo que se hubiera abierto el debate en los mismos términos en que está, que en política es cometer errores. Ellos plantean la Ley de Radiodifusión como lo hicieron con la Ley de Retenciones. Me atengo a las palabras del propio Gobierno que yo escuché decir: “hemos sido muy ingenuos”. Para quienes pretenden gestionar y administrar un gobierno es un golpe muy duro admitir que hay ingenuidad en el conocimiento de las fuerzas que son las que dominan el capital concentrado y ponen condiciones a millones de personas. Sí, me pone un poco inquieta pensar que cualquier ley que venga de manos del gobierno, que pueda aplicar el Congreso, lo haga sobre la base del desconocimiento de las características del escenario en el cual está tratando de intervenir o del país al que intenta gobernar. Está claro que las fuerzas del campo, por ejemplo los grupos sojeros (por tomar una analogía de los que tienen la tierra), también se reproducen en el campo de la comunicación. Entonces me parece que, sea por la Ley de Radiodifusión, por la política de retenciones o por cualquier otra cuestión, esto hubiera saltado igual. No sé si el problema fue lo que se llamó “la pelea entre el Gobierno y el Campo”. Creo que es una hipótesis demasiado maniquea, no sólo porque ambos sectores tienen matices, es una iniciativa que la tenían reservada con la idea de que estaban dadas las condiciones políticas para que la norma pudiera salir tan fácilmente. Hoy nos queda la sensación de falta de confiabilidad tras el fracaso de la política de retención que habían previsto para el agro —que era una tímida política distributiva— y tras haber intentado sin éxito construir consenso a nivel social. Como intención me parece fantástica, pero uno sabe que las leyes si no tienen el respaldo de una fuerza social no son viables.

- *Y ante ese panorama, ¿en qué medida supone que se van democratizar realmente las comunicaciones?, ¿se va a recortar, acotar o regular el poder de los multimedios?*

- Yo creo que la Ley de Radiodifusión no es para acotar, porque el mapa de concentración mediática es un hecho y porque la ley no es retroactiva. En tal caso, esta herramienta está sujeta a un universo donde conviven medios pobres y medios ricos y donde hay como una mesa de saldos y remates donde distribuyen señales y frecuencias. Después, cuando venga la digitalización, habrá que pedirle a alguien que compre los micrófonos, cables, transmisores, etc. ¿Cómo se sostiene un medio de comunicación económicamente? La Ley de Radio-

difusión no contempla la obligación por parte del Estado de otorgar créditos blandos a los pequeños y medianos productores de contenidos o programas de radio o televisión. ¿Cómo tecnificaría una radio, con qué recursos? ¿El Estado me dará la oportunidad de obtener créditos blandos? ¿Cómo pago los pliegos de licitación? ¿Cómo sostengo mi frecuencia, mi señal? ¿Cómo me desarrollo tecnológicamente en vísperas del apagón analógico y el pase al sistema digital? Aquí hace falta una ley que promueva económicamente el desarrollo de la comunicación social y esta ley debe estar asociada el espíritu que se desprende de la propuesta sobre Servicios de Comunicación Audiovisual. Haber acortado la brecha jurídica es un paso muy trascendente, pero crear las mejores condiciones económicas que plasmen en la realidad la iniciativa es mucho más importante. No deseo que la propuesta de ley quede sólo en el papel. Y, como las leyes no son retroactivas ni aquí en Argentina ni en otro lugar del mundo, quienes hemos ganado legitimidad social a través de los años, construyendo nuestra propia comunicación con más comunicación, debemos hacerlo en un escenario altamente concentrado y dominado por grupos oligopólicos en mejores condiciones de competir y de encontrar nuevos nichos de ganancias dentro del mercado. A esto hay que agregarle la crisis actual de los medios gráficos, integrados a los sectores económicos que apostaron a la especulación financiera. Lo vemos todos los días, aquí, en Francia, en Estados Unidos, en España, en Gran Bretaña. La crisis mundial golpea no sólo a sus hacedores y mentores, golpea a todos, a los trabajadores de la prensa, a los sectores de la sociedad más vulnerables. Ojalá que el Estado no esté firmando con esta propuesta el acta de defunción “legal” de lo que nació legítimamente frente a la apropiación más descomunal del capital simbólico que se haya conocido en la historia del capitalismo, del que nada sabemos cuál será su final y ni siquiera si tiene final este tsunami que no sólo es económico y financiero. No somos adeptos a la ilusión, pero sí a la esperanza y por ella construimos todos los días. Estamos todos ya avisados de que la batalla es cultural, también debemos clarificar y ayudar a contextualizar. Ninguna batalla es fácil. Esta tampoco.

*- Entonces, ¿cuál es su balance sobre la propuesta de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?*

- Primero cabe una aclaración: las leyes no se pueden analizar extrapolándolas de su proyección social. Ninguna ley puede ser analizada sin evaluar la existencia de una fuerza social con capacidad para hacerla cumplir, desarrollarla, sostenerla e imponerla. Lo primero que sostenemos como UTPBA es que la nueva propuesta en materia de radiodifusión ha achicado la brecha jurídica. Me refiero específica-

mente al acceso de las entidades sin fines de lucro, cuando propone reservar el 33% del espectro para las personas jurídicas sin fines de lucro tales como, asociaciones, fundaciones, mutuales, sindicatos... o lo que se señala respecto al control comunitario y social que tendrán los medios estatales. También es interesante rescatar lo que propone en torno a los medios con propiedad social, que no estaban previstos en la 22.285, al promover la regularización de los medios comunitarios, que han estado excluidos durante décadas. Rescato también lo dicho en torno a las cooperativas, cuya participación estuvo prohibida hasta el año 2005 y aunque actualmente pueden participar lo hacen bajo un modo restringido. Entre otros, un aspecto que me parece positivo es que se explicita la cuota de pantalla para el cine nacional.

- *¿Y qué dicen los afiliados de la UTPBA en torno al panorama que se abre con esta propuesta?*

- Existen algunas preocupaciones que persisten en torno a la equitativa distribución de la publicidad oficial. Este siempre ha sido un viejo reclamo de los medios comunitarios. Este recurso siempre estuvo cruzado por intereses municipales, provinciales o nacionales que hacen a la coyuntura y la dinámica política del momento. No contamos con una reglamentación clara al respecto. Tampoco pretendemos que se lo incluya en la nueva propuesta, dado que sólo tiene por objeto las áreas de radio y televisión. Cuando hablamos de publicidad oficial, hablamos también de un recurso que debe distribuirse entre la radio, la televisión, los diarios, los periódicos electrónicos que han aumentado considerablemente, etc. Es la prensa en cualquiera de sus formatos posibles, objeto de este beneficio. Ahora bien, este recurso no alcanza a resolver un problema más estructural, de fondo. La propia Presidenta dijo que la propuesta de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual iba a ser tratada al mismo nivel que la que tuvo la Ley de Educación. En la presentación de la propuesta que se hizo en el Teatro Argentino de La Plata, se habló de darle un status de política de Estado. Pues bien, como dije, se intenta achicar la brecha jurídica, pero ¿y la económica? Bienvenido sea el debate que se abre con esta propuesta. Porque ser reconocido jurídicamente, tras varias décadas de construcción de legitimidad social está bien, era hora. Pero los derechos económicos deben ser ejercidos con plenitud toda vez que queremos ejercer otro derecho humano como es el derecho a la comunicación.

- *¿En qué medida normar la radiodifusión constituye un beneficio para los periodistas?*

- No es suficiente para mejorar la calidad de los periodistas y sus condiciones laborales, pero hay que observar y no olvidarse que las modificaciones introducidas en la lógica de producción del sector, producto de la concentración mediática, tuvieron consecuencias nefastas en los trabajadores de prensa. Se profundizó la precarización laboral a través de leyes laborales retrógradas, se trasladó, en un porcentaje altísimo, la responsabilidad al trabajador del aporte fiscal, se aplicaron formas de contratación basura y se le allanó a las empresas el camino para los despidos masivos. La calidad informativa decreció mucho en ese período. Encuestas realizadas por el observatorio dan cuenta de esto, la salud de los trabajadores de prensa se deterioró y las obras sociales solidarias como las nuestras tuvieron que batallar con la competencia desleal de los prepagos que entienden a la salud como un negocio. Por supuesto que este panorama se extendió al conjunto de la sociedad. Y también hay que agregar la enorme pelea dada por los medios de bajo alcance y otras iniciativas alternativas a la comunicación que se imponía, frente a la crisis social, abriendo el camino a nuevas voces y opiniones silenciadas sistemáticamente por los grandes medios. El proceso de criminalización del conflicto social era una política editorial que se situó en las grandes narraciones mediáticas. No creo haberme ido de tema, lo que ocurre es que no parece alcanzar “la regulación de la radiodifusión”, aunque sea una parte sustancial del problema, para remediar las consecuencias que han tenido las políticas neoliberales en el campo de la comunicación, en el conjunto de la sociedad... Nunca hemos sido ingenuos en este debate, pero tampoco nos gusta ser prisioneros de la coyuntura, nunca lo fuimos. Tampoco somos miserables en política. Si un gobierno hace algo que nos parece correcto, lo decimos. Es altamente positivo que se haya presentado la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la hemos evaluado y en sí es una propuesta que integra iniciativas que fueron planteadas por distintos sectores sociales, entre ellos, la UTPBA. Nosotros firmamos los 21 Puntos junto a otras organizaciones sociales y de prensa, dado que expresaba aspectos de principios por los que veníamos bregando desde hacía mucho tiempo. Pero, repetimos, no hay una política de comunicación democrática, ni la habrá, si no hay una política equitativa de distribución de la riqueza.

# Entrevista a Ernesto Lamas<sup>5</sup>

Por Inés Farina

Ernesto Lamas presidía el Centro de Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la UBA cuando desde allí se fundó FM La Tribu. Veinte años después, la radio aún funciona en el barrio de Almagro y se ha convertido en referencia obligada a la hora de hablar de políticas de comunicación desde y para los medios alternativos.

- *¿Por qué es necesaria una nueva Ley de Radiodifusión?*

- Necesitamos una nueva Ley de Radiodifusión democrática. Una ley que garantice el ejercicio universal del derecho a buscar, recibir y producir comunicación, vivamos donde vivamos.

También necesitamos que los medios de comunicación que no son grandes vendedores de publicidad, no son ideología vestida de sentido de común y que no titulan según los negocios que tienen crezcan, amplíen sus espacios y mejoren sus condiciones, que las personas que emprenden esos medios tengan facilidades para formarse, para gestionar recursos, para organizar sus actividades, para encontrarse con personas interesadas en ellos.

Por ejemplo, en Quimilí, en el centro geográfico de la provincia de Santiago del Estero, hasta hace unos pocos años resultaba más fácil para un poblador de allí enterarse del estado del tiempo en Buenos Aires que de un choque en la ruta más cercana. En 2003, el Movimiento Campesino de Santiago del Estero (Mocase) creó FM Del Monte, una radio que incluye en su programación información, música y entretenimiento.

Esta radio es una de las cientos que existen en el país a pesar de la falta de una ley de la democracia. De esas radios comunitarias que surgieron de a cientos en los 80 y comienzos de los 90 –y que como la radio del Mocase aún siguen naciendo– han logrado sobrevivir sólo aquellas que se insertaron en sus comunidades. Claro que tuvieron que afrontar enormes dificultades, muchas de ellas derivadas de la falta de una ley: ahogo económico por ausencia de apoyo estatal, ilegalidad que impide realizar gestiones para la búsqueda de fondos genuinos, persecución de los organismos que controlan la radiodifusión, etc.

---

<sup>5</sup> Ernesto Lamas es profesor en la carrera de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Es uno de los fundadores de FM La Tribu y actualmente es el Coordinador Regional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias de América Latina y Caribe.

En la nueva ley es fundamental que se garantice un tercio del uso del espectro para medios de comunicación gestionados por entidades sin fines de lucro, priorizando la inserción de esas entidades en su comunidad en la asignación de frecuencias.

- *¿Qué tiene de especial este contexto político para pensar que una nueva Ley de Radiodifusión es posible?*

- Cristina Fernández de Kirchner habló en uno de los actos en Plaza de Mayo –durante el conflicto por el tema de las retenciones– de los “generales multimediáticos”. Esos generales afianzaron su tropa y fortalecieron los ejércitos –para seguir con la metáfora militar– durante el gobierno de Néstor Kirchner. Ahora se intenta justificar el decreto 527 con razones económicas –“las empresas necesitaban recuperarse de la crisis económica, había que salvarlas de la quiebra”–, como si la economía de los medios no tuviera nada que ver con la economía política.

Esta coyuntura que vivimos hoy con el tema radiodifusión en un lugar importante de la agenda de los medios tuvo su antecedente en 2001. Ese año aparecieron los primeros indicios de vulnerabilidad de los medios comerciales, al menos en lo que hace a la incidencia desde una supuesta neutralidad e independencia.

Con el lema de la libertad de expresión como bandera, esos medios no disimularon al intentar manipular a la “opinión pública” para ubicar a los movimientos sociales como golpistas e insurrectos, llegando al pico de su cinismo con la bochornosa tapa de *Clarín* diciendo: “La crisis causó dos nuevas muertes”. Empresas paladines de la “libertad de expresión” que son las mismas que no publican una línea sobre el papel de esas empresas de medios durante la dictadura militar.

Esta coyuntura debería permitirnos ir más allá del pedido de una ley de la democracia y reclamar que –así como existe una decisión de juzgar los crímenes de la dictadura y encarcelar a los responsables– se revisen los negocios concretados en esos años oscuros en los que estas empresas se quedaron, por ejemplo con Papel Prensa. ¿Es mucho pedir que esos medios hagan una autocrítica y pidan perdón a la ciudadanía por la complicidad con la dictadura? Este es un buen momento para exigirlo. Así como se revisan las atrocidades cometidas por el terrorismo de Estado y se intenta una reparación histórica, ¿es ingenuo reclamar que los negocios concretados por estas empresas de medios sean revisados? Y todos los hechos antidemocráticos amparados por la existencia de una ley redactada en la dictadura, ¿no deberían ser analizados uno por uno (las fusiones monopólicas en primer lugar) para permitir el nacimiento de condiciones de igualdad?

- *¿Cuáles son los principales puntos que debería incluir la nueva legislación en Argentina para poder denominarla “democrática” o “de la democracia”?*

- La Ley de Radiodifusión estuvo vigente durante menos de cuatro años (1980-1983) en la dictadura y por más de veinticinco (1983-2008) en la democracia. A esta altura, ¿es la “ley de la dictadura”? ¿De cuál dictadura? ¿La de los genocidas o la armada por las empresas de medios comerciales en alianza con parlamentos sumisos y gestiones de Estado cómplices?

Desde 1983 hasta hoy hubo 37 proyectos de Ley de Radiodifusión que lograron estado parlamentario. Cada vez que uno de esos proyectos fue debatido, la cercanía de las elecciones justificó que los legisladores cajonearan el texto por temor a represalias de los medios de difusión. Una represalia que por muchos años tuvo nombre: “Síndrome Laferriere”. Hubo una vez un senador radical llamado Ricardo Laferriere que tuvo la osadía de presentar un proyecto sobre el derecho a réplica. Por supuesto, el proyecto jamás llegó a ser tratado y el señor Laferriere dejó de salir en los medios de un día para el otro, terminando de manera abrupta su carrera política. Una manera efectiva de poner sobre aviso a cualquier otro legislador.

La dictadura militar con su política de aniquilación del campo popular creó las condiciones para que el neoliberalismo, con apogeo en la presidencia de Menem, completara la extranjerización de la economía. En el campo de la radiodifusión se puede hacer un análisis similar. La dictadura promulgó la ley 22.285 y Menem profundizó su carácter autoritario y no democrático con las reformas que permitieron el ingreso del capital extranjero y la concentración, con la consiguiente creación de los monopolios.

No es una casualidad que las únicas dos leyes todavía vigentes de las impuestas por la dictadura sean la de radiodifusión y la que regula las entidades financieras.

Sin embargo, también hay que señalar que la ley no es nada por sí misma. Hay que prestar la adecuada atención a las condiciones de su aplicación y a leyes y resoluciones que afectan al desarrollo de los medios de comunicación pero que exceden el ámbito específico: las disposiciones impositivas, las condonaciones de deudas, la ley de bienes culturales, el (no) soterramiento del tendido del cable en la Ciudad de Buenos Aires, etcétera. Nada es ilegal si cien hombres de negocios deciden hacerlo, se dice por ahí.

Una Ley de Radiodifusión de la democracia no es únicamente una cuestión administrativa o de reparto de las frecuencias, es un problema de derechos humanos. La radiodifusión no debería ser una actividad sujeta al libre comercio, debería ser una actividad sujeta a garantías de diversidad, pluralidad y acceso. Acceso a recibir, acceso a producir. Ninguno de los principios de universalidad se cumple en nuestro país.

En 2000, la Corte Interamericana de Derechos Humanos dio a conocer una declaración de principios que fue la base para frenar las subastas de frecuencias en Paraguay y Guatemala. Dichos principios dicen que los oligopolios y monopolios en la comunicación social afectan la democracia porque restringen la libertad de expresión. Este debería ser el punto de partida de una nueva ley. Existe más y buena letra para inspirar a legisladores en los trabajos realizados por la Coalición para una Radiodifusión Democrática (<http://www.coalicion.org.ar>) y en los Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria propuestos por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Muchos de esos puntos han sido tomados en el texto del pre proyecto de Ley de Medios Audiovisuales presentado por la Presidenta en el mes de marzo de 2009, lo cual es un buen síntoma.

Situar las políticas públicas de comunicación en el terreno de los derechos humanos no significa sustraerlas del territorio de la lucha social, política, cultural. Evitar la concentración de medios de comunicación es evitar el desarrollo pleno del modelo capitalista neoliberal para el que si hay algún lugar para los derechos humanos es el que decidan los mercados. Sería bueno tener en cuenta esta cuestión a la hora de analizar prolijos discursos oficiales sobre la democratización de los medios, al tiempo que se conservan los modelos de acumulación capitalista.

- *¿Hay lugar en ese debate para las organizaciones políticas, sociales y culturales?*

- Aquellos sectores que representamos un pedido democratizador del mapa de los medios en nuestro país no deberíamos dejar pasar la oportunidad tanto de apoyar la decisión política de contar con una nueva ley como de intentar incidir en el texto y reglamentación de dicha norma. En ese sentido impulsamos la participación en los foros públicos que están convocados para discutir el pre proyecto como así también promovemos que se organicen nuevos espacios más allá de los convocados por el Gobierno.



La Facultad de Ciencias Sociales de la UBA está ante una oportunidad histórica. No solo porque está en condiciones de aportar la inteligencia acumulada en estos años, sino también porque puede aportar una mirada desde las experiencias sistematizadas por las carreras, las cátedras que estudian y producen sobre el tema, muchas y muchos tesis que lo han trabajado. Todo un corpus teórico que está vivo en esta facultad y que tiene la oportunidad de emerger y hacerse visible más allá de las paredes de las sedes que hoy ocupa.

Hay que señalar también que durante la mayor parte de la historia de la Carrera de Comunicación Social (de la que soy parte como profesor desde el año 1992), no hemos encontrado una forma organizada y sistemática de apoyar los proyectos de comunicación. De contribuir a dar visibilidad, fortalecer con la investigación, con la formación de los estudiantes, con las políticas de extensión desde el espacio universitario. Existen experiencias aisladas, docentes y alumna/os comprometidos. Pero es mucho más lo que se denuncia a la industria cultural que lo que se promueve, facilita y acompaña la emergencia de una nueva comunicación. Como expertos, profesionales, especialistas en o de la comunicación no deberíamos sentirnos ajenos a ninguna de las dos necesidades.

Por otra parte, las organizaciones que más han contribuido en la práctica a construir condiciones democráticas para el ejercicio de la comunicación social están nucleadas en la coalición por una radiodifusión democrática y desde allí han desarrollado una intensa actividad para visibilizar el tema.

*- ¿En qué medida la nueva ley recortará la influencia de los grandes grupos para equilibrar el mapa de medios de comunicación en la Argentina?*

- Una cosa es el deseo y otra la realidad. En este momento es muy difícil aventurar una respuesta que sea realista. Suena increíble escuchar a una dirigente política decir que primero defenderá a las empresas y luego a la libertad de expresión. Y aun más increíble es que no hay una reacción de los espacios donde se estudia el derecho humano a la comunicación para condenar lo que en estos años se conoció como “libertad de empresa” antes que “libertad de expresión”. Es ahora cuando debemos discutir, hacer públicas nuestras opiniones, visibilizar un tema que no por casualidad intentan esconder desde los medios masivos de difusión. Tenemos que estar muy atentos al debate que los legisladores lleven adelante, porque estará allí la esperanza de comenzar de nuevo en el campo de la comunicación y la radiodifusión.

- *¿Qué peso tiene la discusión sobre las nuevas tecnologías y el Triple Play para la aprobación de una nueva normativa y cómo deberían ser abordadas?*

- Desde la mirada de las empresas con fines de lucro es sin duda el tema principal. Desde ya que para quienes participamos del movimiento de medios comunitarios el tema de la reserva de un tercio del espectro para organizaciones sin fines de lucro –donde estén incluidas las cooperativas, mutuales, asociaciones civiles– es un tema central. Hasta ahora la ley se ha frenado para favorecer otros negocios y otros repartos de beneficios, sobre todo los relacionados con los monopolios. Recordemos que las leyes deberían ser para proteger a los más débiles y no a los poderosos. La definición de la norma de digitalización es el otro gran tema y la ley debería sentar bases para una resolución acorde a políticas públicas coherentes y con una mirada de integración regional más allá de los negociados que algunas empresas tienen previstos y por el cual realizan una presión insistente sin importar consecuencias negativas a la ciudadanía.

- *Por la forma en que terminó la discusión sobre las retenciones en el Parlamento, ¿sigue siendo posible una nueva ley?*

- Es difícil asegurarlo. Sobre todo porque en estos 25 años hubo 37 proyectos que llegaron al Parlamento. Y fueron 37 veces en las que hubo esperanza. Haciendo una división esquemática podríamos decir que desde la recuperación de la democracia hasta ahora hubo 1,48 veces al año en que fue posible una nueva ley... y nunca fue posible. Siempre la excusa fue una “coyuntura complicada”, ¿como si alguna vez no la tuviésemos! Fue la hiperinflación, las asonadas golpistas, el “riesgo país”, los paros “salvajes”, el mundial de fútbol o las protestas piqueteras. Hoy es el conflicto por las retenciones y los coletazos de esa crisis que aún no termina. Será posible en la medida que el tema esté vigente y que las organizaciones interesadas tengan incidencia en la discusión y que esa incidencia logre expresarse horizontalmente en el pueblo, el cual debería considerar el derecho a la comunicación como un derecho humano fundamental. Mientras siga siendo tema de empresas y gobiernos será difícil tener una ley democrática.

# Entrevista a Diego Rossi<sup>6</sup>

Por Ianina Lois

Como docente e investigador, Rossi ha estudiado distintos modelos y normativas referidas a la comunicación en distintos países. En la actualidad, por su tarea específica, fue incorporando una experiencia mucho más local desde la que aporta una mirada distinta sobre la comunicación social vista desde un municipio del conurbano bonaerense.

- *¿Cuáles son los ejes centrales en el debate por una nueva ley?*

- Creo que es mejor identificar el campo de acción pública referido a la reforma de la Ley de Radiodifusión como la actualización de las políticas y el marco normativo para diversificar y promover la Producción y los Servicios de Comunicación Audiovisual.

Además de acordar con la amplia mayoría de analistas y formadores de opinión del arco progresista en cuanto a que debe reformarse la ley emanada del Proceso Militar en 1980, entiendo que debe remarcar la necesaria recuperación de terreno tras al menos una decena de parches y adecuaciones de mercado que los distintos gobiernos por decretos de necesidad y urgencia realizaron a esta ley.

Esas adecuaciones fueron nefastas porque agrandaron la brecha entre una sociedad que no debate –o no se entera sobre la agenda de las restricciones y normativas de producción y propiedad de sistemas audiovisuales– y algunos actores que en sordina o aun utilizando estrategias sorpresivas acordaron desregulaciones con funcionarios que representan al Estado. Si esas medidas hubieran sido puestas a consideración en foros más amplios seguramente hubieran sido intolerables, pero hoy están vigentes y permitieron una alta concentración de la propiedad. Actualmente, es valorable que por razones estratégicas y/o coyunturales nuestro gobierno haya posicionado el tema públicamente y una coalición de sectores políticos, sociales, de las industrias y las prácticas culturales más diversas lleve adelante un debate sobre conceptos y políticas que deberán traducirse en ley.

---

<sup>6</sup> Diego Damián Rossi es Licenciado en Comunicación Social, Universidad de Buenos Aires. Maestrando en Administración y Políticas Públicas. Universidad de San Andrés. Es además Jefe de Trabajos Prácticos de la Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Desde 2003 es Subsecretario de Planificación y Economía de la Municipalidad de San Fernando, Provincia de Buenos Aires. Fue Director Provincial para la coordinación de políticas públicas, en el Ministerio de Gobierno y en la Jefatura de Gabinete de la Provincia de Buenos Aires y también Director General de Comunicación Social en la Municipalidad de San Fernando.

- *¿En qué contexto se inscribe esta iniciativa?*

- En Argentina los flujos de información y comunicaciones y las ofertas de bienes y servicios a través de la red mantienen un desequilibrio geográfico, lingüístico y sociocultural.

La disponibilidad de información creció exponencialmente en la Web. Quienes tienen la capacidad y la posibilidad de navegar pueden personalizar su programación, producir contenidos y generar vínculos anteriormente imposibles de resolver. Sin embargo, estas prácticas poco han transmutado o conmovido a los sectores de poder, ni a los mecanismos usuales de (no) generación de políticas o prácticas participativas.

Las repercusiones sociopolíticas de las nuevas tecnologías dependerán de la proliferación de políticas amplias de inclusión social y de formas de uso no comerciales de la red que superen a los parámetros de publicidad y marketing que terminaron ahogando a las funciones cívicas que aún pensamos deben respetar los tradicionales servicios de radiodifusión –TV abierta y radios–.

Debemos recuperar la función social de los sistemas de comunicación, especialmente en los clásicos medios audiovisuales que, algunos piensan, durarán pocos años más en su reinado como medios de socialización.

El debate y aprobación de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual será útil para atacar a un supuesto nunca demasiado explicitado: que las obligaciones o posibilidades de gestión de la radio y la TV se remiten sólo a las capacidades tecnológicas desplegadas y promovidas por los licenciatarios o prestadores de servicios en competencia. Y esto no es así, ya que la situación actual se deriva de una escasa planificación de estrategias y el débil control de la normativa sobreviviente de lo más duro de la etapa neoliberal.

Para superar las garantías liberales que parecen limitar el juego democrático al ejercicio de los derechos del consumidor y/o las demandas para la defensa de la competencia, debe haber acciones que densifiquen y doten de nuevo sentido a las prácticas políticas y de intervención social respecto de las formas de representación, participación y ejercicio de derechos ciudadanos en materia de decisiones sobre políticas públicas, producción de contenidos audiovisuales, configuración y uso de vías de acceso institucional para la regulación y control de los servicios.

- *¿Cuál es la realidad en términos de acceso a los medios de comunicación?*

- Si bien durante los años 90 se multiplicaron las posibilidades de recibir distintos medios de comunicación audiovisual, como la televisión satelital de difusión directa o los servicios de televisión por cable, el incremento en las posibilidades de acceso no resultó igualitario. El desarrollo de servicios de TV por cable, por ejemplo, se efectuó a través de abonos que en la actualidad ofrecen distintas opciones a los clientes del servicio –abono básico, abono *premium*, *pay per view* y abonos especiales, además del debate por el Doble o *Triple Play* (convergencia de servicios bajo un mismo prestador). Esta es la brecha pre-digital, fortísima en todo el país excepto las principales áreas metropolitanas: uno o quizás dos canales de TV abierta versus cincuenta señales de TV por cable, o más en servicios de TV satelital con distintos grados de codificación.

Cabe señalar que, excepto las honrosas excepciones de los grupos vinculados a la comunicación alternativa o comunitaria, no hubo cuestionamientos públicos ante este modelo de despliegue de TICs (tecnologías de la información y comunicación) en servicios audiovisuales de pago, por cuanto la ciudadanía naturalizó las brechas de acceso segmentadas por capacidades de consumo.

Las privatizaciones de los canales 11 y 13 de Capital Federal en 1989 fueron ejemplificadoras y prepararon el terreno ideológico para el posterior proceso privatizador. Debemos retomar un marco de reglas que promuevan diversidad en un ámbito signado por el consumo, balanceando y resolviendo los fuertes condicionamientos existentes para el financiamiento de producciones audiovisuales y circuitos de distribución sin fines de lucro o sin capacidades solventes.

- *¿Cuáles son los principales puntos que debería incluir la nueva legislación en Argentina para poder denominarla democrática o de la democracia?*

- Podemos afirmar que en los medios masivos de comunicación en Argentina la participación de grupos sociales resulta prácticamente nula en cuatro aspectos fundamentales: la producción de la programación; el debate y los mecanismos de calificación o control de contenidos; la dirección o asesoramiento de las emisoras públicas o estatales; y la planificación del sistema en su conjunto.

No será democrática una nueva ley sólo por haber pasado con éxito la ordalía de las instituciones (audiencias públicas, mesas redondas,

tratamiento por el Ejecutivo, tratamiento legislativo y exposición abierta o encubierta a la tijera de los *lobbies*), sino fundamentalmente por dar respuestas a través de la fijación de pautas a los puntos antes mencionados.

Más concretamente, y haciendo una referencia obligada a los 21 Puntos que han construido la Coalición por una Radiodifusión Democrática ([www.coalición.org.ar](http://www.coalición.org.ar)), entiendo fundamental hacer hincapié en políticas de promoción de la diversidad cultural y la constitución de ciudadanías democratizadoras:

- Estimular la producción de contenido local y nacional y la pluralidad de voces e informaciones, con pisos de producción nacional y local en cada señal de televisión y radio.
  - Establecer medidas proactivas en el ámbito de la difusión (cuotas de pantalla), distribución y el marketing para el desarrollo de las industrias culturales.
  - Fortalecer los medios de comunicación públicos, brindando infraestructuras y recursos suficientes para desarrollar su trabajo en el marco de un sistema de gestión complementaria de servicio público.
  - Fijar límites efectivos a la concentración de propiedad.
  - Reformular el COMFER hacia estructuras colegiadas y representativas.
  - Reconocer y promover a los medios comunitarios y otras formas no comerciales, de acuerdo con el 33% del espectro radioeléctrico para emisoras no comerciales.
  - E incorporar en el nuevo marco regulatorio de radio y TV el concepto de dividendo digital para el máximo aprovechamiento del ancho de banda, reasignando frecuencias que aseguren un acceso en igualdad de oportunidades a las TICs de todos los sectores sociales, en especial los más vulnerables.
- *¿Cómo incluir lo local en la nueva ley? ¿Qué cuestiones sería necesario asegurar para garantizar que los municipios o gobiernos locales tengan oportunidades en el acceso y participación en los medios de comunicación?*

En las últimas dos décadas, las tendencias del desarrollo de los sistemas de televisión por pago y de transmisión digital de contenidos orientados a la convergencia priorizaron la resolución de necesidades

de públicos con demanda solvente. Entre esas cuestiones la dimensión territorial y las relaciones sociales locales no fueron eje de las políticas de acceso tecnológico ni de la satisfacción de nichos de mercado.

Por eso, la primera inclusión de lo local debería venir de la mano de garantías de servicio universal, ya sea de accesos razonables de banda ancha, previsión de licencias de TV de baja potencia y fomento a las radios de baja potencia no comerciales –que aún hoy en las áreas metropolitanas como Buenos Aires son “truchas” por no haberse regularizado el espectro radioeléctrico–.

Ante un marco de alta concentración en la prestación de servicios, como se dio con los procesos de sucesivas fusiones de cables locales (VCC-Cablevisión-Multicanal), el canal local de circuito cerrado de TV que la ley 22.285 exige se ha reducido a uno que sirve a regiones de millones de personas, por ejemplo en las Zonas Norte, Oeste y Sur del Gran Buenos Aires.

Otra vez la ley fue burlada y la concentración de anunciantes, sumado al alto costo de operatividad del servicio post-convertibilidad, hace que muy pocos puedan producir y distribuir contenidos. Deben precisarse los conceptos de producción local / producción propia para no asimilar una localidad a un conglomerado de ciudades, como pasa con la ley actual, que le es funcional al monopolio.

Mientras tanto, la TV abierta local es un agujero legal. Estos espacios de difusión que han servido y pueden ser muy útiles como semilleros de jóvenes productores y como pequeñas ágoras de debate público y reconocimiento social. Reducirlos condena a muchos a jugar con las tecnologías de Internet confiando en los sistemas de comunicación más horizontales.

También debe aclararse que bajo el ordenamiento histórico de la radiodifusión, la única jurisdicción reconocida para la política de asignación de frecuencias es la federal y no existe una cantidad significativa de emisoras provinciales o locales. Hasta un decreto promulgado por Duhalde que abrió la autorización de la explotación de frecuencias a las administraciones subnacionales fue cuestionado y suspendido por un amparo judicial. Esto debe reverse en una legislación democrática.

- *¿Cómo se puede asegurar la diversidad cultural, social y de género?  
¿Cómo avanzar hacia un pluralismo comunicacional?*

- Si retomamos una mirada sobre la democracia, entiendo que es organización social de la libertad política y de la soberanía popular

y, fundamentalmente, un campo de constitución de sujetos múltiples. ¿Cuáles son los sujetos sociales enunciados o aludidos por los medios? Aun sin entrar a terrenos de confrontación político-partidaria, deberíamos considerar cierto antagonismo como condición propia de una democracia social, siguiendo el pensamiento de Mouffe<sup>7</sup> y otros; excepto que teóricamente validemos una concepción restringida de pseudo consenso racional universal donde se pretenda eludir el debate de diferentes proyectos hegemónicos por una silenciada ausencia de alternativas. No podemos resignarnos, en el plano nacional y en el plano federal o local, a que se considere bien gestionado a un canal de TV o una radio sólo porque no genera déficit o porque tiene una pantalla con balance programático de interés general.

Propongo retomar criterios de corresponsabilidad y restringir esta terrible delegación, operada por los vecinos-ciudadanos, que se le concedió al emprendedor con o sin escrúpulos que pone una antena para emitir contenidos o publicidades. Producto de las tentaciones mediocéntricas, hace dos décadas debía advertirse que la comunicación en la sociedad no pasa sólo por los medios, sino también y sobre todo por los colectivos y grupos sociales. No tenemos que perder de vista que, más allá de la explosión de nuevas formas de contacto tecnológico, los sistemas de socialización y toma de decisiones siguen articulados en torno a las instituciones de la modernidad.

Además de reducir las brechas de accesibilidad tecnológica, no olvidemos operar sobre las brechas de conocimiento, de capacidades y de apropiación cultural. Por eso, resulta vital fomentar las prácticas colaborativas en la realización de programación y la educación para un uso-consumo crítico de medios.

- *¿Hay condiciones políticas para la discusión y sanción de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?*

- Algunos politólogos sostienen miradas esperanzadoras sobre la constitución de un proyecto post neoliberal en Argentina y postulan que el campo social estaría recuperando nociones más amplias de ciudadanía sobre prácticas que retoman la reivindicación de derechos políticos y sociales.

La realidad compleja de nuestro país –inserto en una dinámica regional y continental– me llevaría más bien a remarcar limitaciones en la posibilidad de re-constitución de identidades políticas de acción

---

<sup>7</sup> Chantal Mouffe, politóloga y filósofa post estructuralista. Universidad de Westminster (Inglaterra).



colectiva en el marco de hegemonía discursiva del proyecto de la Sociedad de la Información. Estas limitaciones se suman a la pésima traducción que los principales grupos mediáticos hacen diariamente de los postulados políticamente correctos del respeto al derecho a la información y el ejercicio de la libertad de expresión, que dicen respetar, y vulneran.

De todas formas, el posicionamiento de importantes actores sobre este tema, además de la adopción de una norma digital para los servicios audiovisuales, generan la ventana de oportunidades por la cual podría posicionarse un proyecto de ley en las cámaras del Congreso Nacional.

Insisto proponiendo aspectos de políticas de comunicación más que en especular sobre cómo, cuándo y si, en definitiva, será sancionada una nueva Ley de Servicios Audiovisuales, ya que una cosa es concurrente con la otra.

El Gobierno realizó cambios en el COMFER apuntando a terminar con un modelo de gestión donde la fiscalización y el control de cumplimiento de las normas eran negociados en una mesa cooptada por intereses particularistas de los empresarios de medios. Es una evidencia del cambio de políticas. También lo ha sido el posicionamiento público de la presidencia proponiendo una lectura menos ingenua de las políticas de construcción de la noticia.

No será sencillo, como nunca lo fue, y la peor actitud sería quedar como espectador ante un escenario de fuertes jugadores que no siempre se expresan en el ágora pública, pero sin dudas inciden en la escasa visibilidad de esta cuestión.



# Entrevista a Luis Lázaro<sup>8</sup>

Por Alejandro Aymú

Hace tiempo que la Ley de Radiodifusión está en debate y finalmente parece haber llegado la decisión política de modificarla para hacerla más democrática y ponerla en consonancia con el importante avance tecnológico en materia de comunicaciones. El texto del proyecto, que lleva el título de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, fue elaborado gracias al aporte de varios sectores y especialistas en comunicación. Luis Lázaro es uno de los que más empeño puso en su diseño y espera que la discusión realizada en los foros y el debate en el seno de la sociedad conviertan el proyecto en ley lo antes posible.

- *¿Existe una deuda con la Ley de Radiodifusión?*

- La democracia no ha logrado resolver los problemas estructurales que tiene la ley 22.285 y tampoco pudo dar cuenta de los cambios que se han ido dando en ciencia y tecnología. Hoy, una parte importante del consumo de la comunicación pasa por medios electrónicos como el cable o el satélite, servicios que en la norma de la dictadura son caracterizados como complementarios. Hay muchas características que deben ser contempladas en la próxima regulación de modo tal que se fortalezca el proceso democrático y profundice el modelo de un país inclusivo y federal.

- *¿Cómo prevé el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fortalecer lo público sin fomentar el manejo gubernamental de los medios de comunicación?*

- En principio, lo que la ley plantea es el acceso al organismo de regulación para distintos sectores sociales, las provincias, el sector empresario, los trabajadores y algunos de los ámbitos del estado nacional que se ocupan de determinadas problemáticas como la niñez o la discriminación. Después de tantos años de altísima concentración en el mercado, la gestión de lo público hoy tiene mucho que ver con la gestión de gobierno y, en ese sentido, hace falta un compromiso gubernamental, para hacer más medios que rescaten ese sentido de lo público.

- *¿Se van a articular los mensajes que se emitan desde los medios de comunicación públicos con áreas del gobierno como Justicia, Derechos Humanos o el INADI, que llevan adelante políticas públicas?*

---

<sup>8</sup> Luis Lázaro es el Coordinador General del Comité Federal de Radiodifusión, integró instancias de dirección de distintos medios públicos y participó en el diseño de políticas de comunicación para distintas gestiones.

- Eso no está planteado porque tiene que ver con políticas de comunicación, no con la legislación. La función de un canal público de comunicación estatal, como Canal 7, es de tipo generalista y no se dedica solamente al entretenimiento ni a la información, sino que tiene que combinar contenidos y debe hacerlo respetando a los distintos sectores sociales a los que está destinado el mensaje y a las distintas identidades culturales que integran la Nación. Con lo cual yo diría que esa es la definición del concepto de lo público en términos de la gestión de un medio de comunicación estatal. Esto no quita que el Estado pueda tener a futuro otros medios como canales de noticias u otros vinculados a la promoción de los derechos humanos o culturales, como Encuentro. Lo que es importante es que la ley no va a restringir, sino que va a fomentar una mayor oferta de contenidos por parte del Estado.

- *¿Cuál va a ser el alcance real de estos nuevos contenidos? Me refiero a la igualdad en el acceso.*

- Lo que uno encuentra hoy es un escenario cooptado por el mercado. Lo que hay que hacer es introducir y plantear un esquema de mayor participación de contenidos y señales de carácter público con nuevos actores sociales. Esto tiene que ver con la diversidad, el pluralismo y el federalismo porque la idea es que haya una autoridad de aplicación que haga cumplir las cuotas de producción propia y local, de manera que en cada uno de los lugares en donde haya una licencia de radio o TV se respeten esos contenidos. Esto es cumplir con los procesos de recuperación de la información, con la identidad local y la generación de puestos de trabajo y el desarrollo de las economías regionales.

- *¿Cuál es el rol que van a cumplir organismos como el COMFER?*

- El COMFER es la expresión de la ley de la dictadura. La máxima aspiración es que desaparezca este organismo y se cree uno que represente a la democracia y al interés de la sociedad. El objetivo es que el nuevo organismo esté integrado y conducido por el Poder Ejecutivo con participación del Parlamento y donde estén representados, en un consejo federal, las provincias, los licenciarios, las universidades nacionales y los distintos actores involucrados con la comunicación.

- *¿Se creará una defensoría del público o de la audiencia?*

- Sí, apuntamos a eso. Por ejemplo, hay contenidos que infringen la ley, aunque no la de Radiodifusión sino la Ley del Menor o contra la discriminación. En esos casos el organismo actuaría como poder

fiscalizador para aportar pruebas a un proceso judicial. La defensoría del público debería ubicarse en la demanda de las audiencias y tratar de estar más conectada con las necesidades sociales de acceso a la información. Una estructura que no sea la misma que la autoridad regulatoria, para canalizar por las vías que correspondan las asignaturas del público.

*- Con respecto a la regulación de los mensajes que se emiten ¿Cuál será el rol de organismos contra la discriminación o espacios como el observatorio de medios?*

- El observatorio sobre la discriminación es un acuerdo de distintas instituciones y se reúne en la medida en que sea necesario. Puede ser que la sociedad o los productos audiovisuales evolucionen con menos discriminación y mayor integración social y que en ese caso no sea necesario tener un observatorio. Es importante dejar en claro que no hay una regulación sobre los mensajes, sino opiniones que no son vinculantes pero que tratan de llamar la atención de la sociedad y de los medios sobre algunas conductas.

*- ¿Qué pasará con la propiedad y la gestión de los medios de comunicación?*

- Hay que generar espacios que hasta ahora están vacantes. Durante la década del 90 se estigmatizó al Estado y al sector público para beneficiar negocios del sector privado, no sólo de la comunicación, y lo que se vivió fue la desarticulación y el debilitamiento del sector público en forma inversamente proporcional a la concentración y a la expansión de los conglomerados privados. Hubo casos emblemáticos como Canal 7, la agencia TELAM y Radio Nacional que fueron abandonados y puestos al borde de la privatización o el cierre. Recordemos que recién en el 2005 se logró reformar el artículo 45, que había sido declarado inconstitucional dos veces justamente por discriminar frente a la ley a sectores sociales como titulares de licencias.

*- ¿Qué espacio habrá para nuevos sectores sociales en la gestión de medios?*

- La propuesta es que haya una mayor oferta de emisores, mayor oferta de voces: privadas-comerciales, voces públicas, voces sociales y todos deberán responder a la ley por exigencias similares en cuanto al contenido de las emisiones, requisitos técnicos y calidad profesional de las prestaciones. En ese sentido, la ley tiene que ser igualitaria y defender el interés general por sobre el interés sectorial. La norma debe apuntar a establecer exigencias y, aun diría más, cuanto menos

comercial sea el medio, mayores serán los requisitos de producción propia y de producción local, porque la lógica de ese contenido está ligada a la sociedad que lo genera.

- *¿Cómo se establecerá el régimen de licencias?*

- Habrá regulaciones y, en la medida en que exista un organismo fortalecido por la sanción democrática de una ley, éste va a tener la posibilidad de lograr el cumplimiento de las normas de una manera mucho más efectiva que el COMFER, creado en la dictadura y sometido permanentemente a una nueva intervención. La expectativa tiene que ver tanto con la nueva regulación, como con la posibilidad real de lograr su cumplimiento.

- *¿Cómo se sostendría a estos medios sociales o no lucrativos? En Europa, por ejemplo, se cobra un impuesto a los usuarios.*

- Son modelos diferentes de gestión. El europeo era un modelo de servicio público que comenzó lentamente a privatizarse y que era sostenido por fuentes de financiamiento como los gravámenes al público y publicidad. Nosotros tenemos un esquema en el que la televisión abierta y gratuita se financia por publicidad y, en el caso de la televisión pública, se lo hace en forma mixta con publicidad e impuesto. Con la llegada de sistemas pagos o sistemas de abonos, se introdujo un doble financiamiento: el cobro de un abono y de publicidad. En grandes líneas, estos modelos que se vinculan con las características comerciales del mercado no diferirán demasiado a los actuales. Quizás estén más regulados para evitar ciertas desventajas que los servicios gratuitos puedan tener frente a los sistemas pagos.

- *¿Qué pasará con la publicidad no tradicional y su incidencia en los mensajes?*

- Lo que va a cambiar es que se exigirá el tributo sobre el total de la publicidad emitida, sobre todo en el cable. Hoy hay una gran torta que escapa de los impuestos porque son señales emitidas fuera del país y que se distribuyen en el marco de la vieja ley sin ninguna facultad del organismo regulador para aplicarles sanciones en forma directa. La venta que realizan estas señales de sus productos no tributan. Se trata de equilibrar la distribución de esa torta. Si se viola la Ley de Radiodifusión, por ejemplo en cuanto al horario de protección al menor, la sanción que le corresponde irá al distribuidor de cable. Lo que se pretende en la futura norma es que el operador de la señal esté registrado en el país y necesite habilitación para distribuir ese contenido con total responsabilidad material y económica, tanto por el contenido como por la publicidad.

- *¿Qué se está pensando en relación al plan técnico?*

- Todo plan técnico responde a un modelo de comunicación y de país. Tiene que ver con qué distribución se realiza en función de la capacidad que tiene el espectro para responder a determinados modelos de comunicación. Tenemos que articular diversos emisores y actores sociales que, en algunos casos, fueron excluidos en estos años, básicamente el sector social, y que recién a partir de una serie de experiencias de organización y trabajo lograron, con la reforma del artículo 45, cambiar esa situación. De lo que se trata es de aprovechar el escenario de mejoras tecnológicas para optimizar las posibilidades del espectro y multiplicarlo logrando que, al aumentar la cantidad de posiciones, puedan equilibrarse los actores.

- *¿Qué va a pasar con el Triple Play?*

- El *Triple Play* tiene que ver con el escenario de la convergencia entre la radiodifusión y las telecomunicaciones y la posibilidad de prestar simultáneamente los servicios de Internet, televisión y telefonía. Al día de hoy no está permitido que servicios de telefonía y radiodifusión se presten de manera simultánea y si bien algunos radiodifusores podrían tener licencia para telefonía, como el caso de los celulares, no se puede ofrecer en forma combinada TV, telefonía e Internet a los domicilios.

- *¿Se limitará realmente el poder que tienen hoy los grandes medios?  
¿Se les hará cumplir con las normas?*

- Siempre tiene que haber un límite. En un escenario con pluralidad de voces y diversidad, es necesario generar principios de regulación frente a las conductas monopólicas u oligopólicas. Implica establecer reglas de juego que estén para ser cumplidas. En la nueva ley hay prevenciones frente a la concentración indebida del mercado, a los monopolios, tanto en el orden nacional como en el plano local.





# Entrevista a Jérica Tritten<sup>9</sup>

Por Ianina Lois

El sentido de los medios públicos y la radiodifusión como servicio son dos ideas que por lo general prefieren no discutirse. Sobre todo si van en contramano con la tendencia homogeneizadora con la que los grandes grupos de medios trabajan la comunicación.

El canal Encuentro se propuso, desde su creación, romper con esa lógica y apostar a que la televisión también puede educar. El porqué y el para qué de los canales del Estado también parecen cuestiones a debatir si se piensa en una nueva Ley de Radiodifusión.

- *¿Por qué es necesaria una nueva Ley de Radiodifusión?*

- No solamente es necesaria una nueva ley, para nosotros como sociedad es una vergüenza que estemos regidos por una norma de una dictadura. Me da vergüenza como argentina y como ciudadana tener una Ley de Radiodifusión que haya sido pensada por genocidas, que además fue pensada desde una ideología liberal con intenciones políticas y económicas. Por otro lado, en 25 años la tecnología avanzó un montón. Es imperioso modificar esta ley.

En este sentido me aúno a la gente de Carta Abierta en esto de pensar la comunicación –cualquier comunicación– como un servicio y no como un negocio, esa es la gran diferencia. Me parece maravillosa la propuesta de armar comisiones ciudadanas para discutir esta ley, cuestión que ha tenido muchísima resistencia en estos años de democracia. Es genial que se discuta desde la ciudadanía el proyecto, cómo queremos que sea, qué esperamos de nuestros medios de comunicación. Siempre desde el marco de que la comunicación tiene que ser un servicio, no un negocio y el televidente es un ciudadano, no un consumidor.

- *¿Qué tiene de especial este contexto para pensar una nueva Ley de Radiodifusión?*

- Me parece que hay una mayor conciencia democrática. Hablamos mucho sobre lo democráticos que somos los argentinos; este año se cumplen 25 años de democracia y una de las discusiones en el canal Encuentro es que ya hay una generación adulta que se ha educado, criado y formado cívicamente en democracia. Esto es lo que hace especial este momento.

---

<sup>9</sup> Directora de Contenidos del canal Encuentro.

Hace unos meses, vivimos las discusiones por las retenciones y, más allá de la posición que cada uno tenga, es celebratorio que se televisen y se mire –en las casas y en los bares– un debate en el Congreso Nacional hasta las 3 de la mañana y que genere opiniones en la sociedad.

En relación a la Ley de Radiodifusión, por esta idea de servicio, hay que recordar que las ondas de radio, el espectro radioeléctrico, pertenecen al pueblo, son nuestras. Los canales privados son licencias dadas por el Estado, por eso nosotros como ciudadanía tenemos el deber de discutir qué contenidos queremos encontrar en un canal de televisión o una radio.

Por supuesto, debe haber una regulación que asigne las licencias en función de la calidad de sus contenidos y, justamente, por esto venimos bregando desde canal Encuentro: calidad en los contenidos, en la imagen y en el relato.

- *¿Es posible afirmar que la discusión por la ley surge como una necesidad?*

- La discusión surge como necesidad absoluta. Yo hice mi primaria y mi secundaria en un barrio muy pobre del conurbano bonaerense, y en la escuela nos educaron desde la idea de que el Estado no sirve, que es deficitario, que no puede producir cosas de calidad y por eso hay venderlo como mercancía.

Nosotros queremos cambiar ese concepto, hacer el mejor canal de televisión y poner los medios al servicio de la educación. Revertir la lógica que dice que el Estado no puede producir nada de calidad: como televisión producimos con calidad y a la vez, lo hacemos desde el Estado, desde lo público. Canal Encuentro no ha sido muy publicitado por los grandes medios comunicadores, su única publicidad es su propia imagen y sus propios contenidos.

Tampoco hay que olvidar que los canales –la televisión privada y la pública– tienen que ser federales. Por ejemplo, la información sobre la temperatura no puede ser que sea solo la de Capital Federal, si no el que vive en el interior del país no se siente parte de un proyecto conjunto.

- *¿Cuál es o debería ser la relación entre educación y televisión?*

- Canal Encuentro es el canal del Ministerio de Educación, los contenidos están supeditados a las currículas pero formateadas desde lo televisivo. Por ejemplo, nos informan que hay falencias para enseñar nuevas tecnologías en escuelas rurales y hacemos una serie de 100

horas específicamente para educación rural, o sabemos que hay dificultades en el tema ciencia y reforzamos los programas sobre ciencia. Hacemos una televisión de calidad, divertida, con los contenidos educativos que nos llegan del ministerio.

Creo que toda la televisión educa, nosotros tenemos contenidos pedagógicos, pero toda la televisión es educativa. Cuando (Bernardo) Neustadt hablaba de las ventajas de estar en el primer mundo, educaba a toda una generación. Ahora la televisión pone al aire “Bailando por un Sueño” y te dice que esa es la forma válida, legitimada por los propios medios, de progreso económico, del rol femenino en la sociedad, de maneras e ideas de producir hechos culturales, entre otros supuestos sociales. La televisión en su totalidad educa, no es un mero objetivo o responsabilidad de la “televisión educativa”, entonces debemos tener el compromiso de producir bajo esta premisa. El principal consumo cultural de la Argentina es la televisión. La mayor parte de las familias argentinas pasa un promedio de 4 horas por día frente a una pantalla de TV por eso hay que dejar de decir que lo que se emite es lo que la gente quiere, para, de esta forma, seguir legitimando la concepción de consumidores y no de ciudadanos de derecho.

- *¿Cuáles son las principales cuestiones que debería incluir la nueva ley?*

- Los 21 Puntos de la iniciativa por una Radiodifusión Democrática sintetizan muy bien lo que debería incluir la ley. Esta es una iniciativa ciudadana que surge de un grupo de gente de la televisión, del cine, de la radio, periodistas, profesores, maestros y alumnos que hablan de los medios, desde la calidad, la equidad y el cumplimiento de la ley: democratizar los espacios pero también los contenidos de los medios de comunicación audiovisual.

En lo que concierne particularmente a los medios públicos, éstos tienen la obligación de construir y mantener medios de absoluta calidad, a la vanguardia de los medios de naturaleza privada, por el solo hecho de que el espacio público nos pertenece a todos y no es un emprendimiento destinado al lucro, sino a la participación ciudadana y a la transformación social.

Además, discuto con la idea de que los medios de comunicación son el cuarto poder. Es decir, claramente tienen una influencia fabulosa: sus lenguajes penetran en la vida cotidiana, en la vida privada, en la intimidad; pero hay que entender que la televisión está conformada por miradas humanas, no es la realidad en sí misma, es importante sacarle ese poder, casi mágico, que se le asigna a una cámara. Por

eso la apuesta de los debates por una nueva Ley de Servicios Audio-visuales es estimular el análisis de los propios medios, sino éstos se convierten en meros vehículos productores de verdades absolutas y no hay discusión posible.

La ley no debe incluir solamente la parte técnica o tecnológica, hay que hablar del relato. Discutir la inclusión por la diversidad del relato, de las voces, del disenso, de las diversas construcciones culturales. Discutir el modelo de país que queremos. La televisión pública tiene la obligación de mostrar eso. Debe servir a eso.

# Entrevista con María Cristina Mata<sup>10</sup>

Por Luis Pablo Giniger

Muchas veces quienes forman parte del ámbito académico prefieren mantenerse alejados de las discusiones sobre políticas concretas y efectivas, sobre todo cuando se trata de medios de comunicación y poder. No es el caso de María Mata que, desde su espacio en la Universidad de Córdoba y otros foros, hace tiempo reclama la modificación de la actual Ley de Radiodifusión.

- *¿Por qué es necesaria una nueva ley que regule las comunicaciones en la Argentina?*

- La primera respuesta que podemos y debemos darnos se vincula con el sentido reparador que tiene el dotarnos de una ley que suplante la vigente, dada por la dictadura militar, inspirada en principios y *modus operandi* reñidos con los principios democráticos. Otra respuesta que también se ha escuchado, y con razón, alude a la necesidad de producir una norma ajustada a las nuevas características tecnológico-culturales propias de las comunicaciones audiovisuales. A todo ello añadiría que necesitamos una nueva ley para generar las condiciones de posibilidad de otro modo de pensar y hacer efectivo los derechos de comunicación en nuestro país. Si aceptamos que la mayor parte de las interacciones públicas que tenemos los argentinos se desenvuelven atravesadas por la presencia y labor de los medios masivos de comunicación, si pensamos que dentro de esos medios la televisión y la radio son los más consumidos y de mayor penetración social, no podemos eludir el hecho de que esos medios están concentrados en muy pocos emisores dotados de gran poder económico y que requerimos de una norma que ayude a la desconcentración y la multiplicación de posibilidades expresivas. Sin ello, no es posible pensar en procesos de información y debate público y plural de ideas; en agendas variadas y enriquecedoras; en la circulación de distintos puntos de vista. Y sin esas condiciones es impensable que se fortalezca y profundice el sistema democrático como campo de conflictos, de disputas y de resoluciones sustentadas en la confrontación de ideas e intereses por parte de todos los actores sociales.

- *¿Cuáles son los puntos más importantes del proyecto?*

---

10 María Cristina Mata es investigadora y autora de varios libros y artículos sobre temas vinculados a la comunicación social. Además es docente y Directora de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Universidad Nacional de Córdoba.

- Desde el punto de vista que asumo para referirme a la necesidad de la nueva ley, considero que los aspectos más importantes son tres. Por un lado, los que se refieren a la naturaleza de los organismos que regularán y entenderán en los servicios de comunicación audiovisual, que serán colegiados, con representación del poder ejecutivo, de la legislatura nacional -con participación de las minorías- y de organismos de la sociedad civil. Por otro, el acceso que a partir de la nueva ley tendrán las organizaciones sin fines de lucro como prestatarias legales de servicios de comunicación audiovisual; la reserva del 33% del espectro para estos prestadores debe contribuir indudablemente a una multiplicación de la oferta comunicativa y, en consecuencia, a potenciar las posibilidades expresivas de diferentes sectores. En el mismo sentido es importante la multiplicación de medios públicos -pertenecientes a estados de diferente jurisdicción y a universidades- que la nueva ley permitirá y la creación de la figura del Defensor del Público. Finalmente, otro aspecto relevante presente en diversos artículos del proyecto de ley se refiere a la limitación de la concentración monopólica de medios y actividades vinculadas con la comunicación audiovisual.

*- ¿Qué opinión tiene sobre el tratamiento que el proyecto hace en relación a la concentración mediática?*

- Puede discutirse, y de hecho se está expresando en los foros en los que el proyecto se está debatiendo en diferentes ciudades y ámbitos, tanto la cantidad de frecuencias de que podrá disponer cada prestataria comercial, así como cierta “ingenuidad” atribuida al proyecto en tanto no contiene reaseguros contra modalidades de encubrimiento de propietarios. Personalmente considero que la reducción de licencias de servicios abiertos de 24 a 10 por prestario, la limitación de licencias de TV paga que en este momento son irrestrictas, la reducción temporal de las licencias y su prórroga mediando la realización de audiencias públicas, la revisión periódica de las licencias son, entre otros aspectos, elementos superadores que tienden a la desconcentración del mercado y a impedir la constitución de monopolios y oligopolios. Y esto no quiere decir que no deban, tras la sanción de la ley, extremarse los controles para evitar las trampas.

*- Si bien, como usted señala, el proyecto establece la reserva de un 33% del espectro para las organizaciones sin fines de lucro, ¿hay garantías para que éstas puedan desarrollar políticas de comunicación?*

- No hay garantías. Hay quienes opinan que podrían haberse incluido artículos que de algún modo las ofrecieran, aunque ellas siempre dependerán en última instancia de la capacidad de la sociedad civil para organizarse y producir alternativas de comunicación. Podrían haberse establecido cláusulas que al menos habiliten posteriores normas o iniciativas obligadas por la ley para consolidar en términos económicos el funcionamiento de los medios de organizaciones sin fines de lucro; podría haberse explicitado el tratamiento que recibirán estos medios por parte del Estado -en sus diferentes niveles- en términos de distribución de la publicidad oficial. Seguramente habrá que trabajar mucho para que en términos sociales y políticos se reconozca la necesidad de que este tercer sector de medios pueda subsistir y fortalecerse.

- *¿Se trata de un proyecto moderno desde el punto de vista de la tecnología y la legislación vigente en otras partes del mundo?*

- Sin dudas. El texto del proyecto revela que sus autores han apelado a la revisión de las normas más avanzadas –en términos de actualidad, pero en ciertos casos también en términos de comprensión político-cultural de la comunicación– para elaborarlo. Y este hecho, más allá de que se compartan o no los criterios adoptados, es algo que lo enriquece en tanto pueden discutirse los principios asumidos analizando de qué modo ellos han contribuido o no en otros países, a ese fin que se aspira alcanzar: la democratización de la comunicación audiovisual.

- *¿Qué opinión tiene de los foros que se están realizando en el país para debatir el proyecto? ¿El debate es rico, es suficiente?*

- En principio la idea de los foros es una iniciativa relevante. La experiencia directa e indirecta que tengo respecto de la dinámica y los resultados que se han dado en alguno de ellos me indica varias cosas. Por un lado, que los funcionarios encargados de promoverlos desde el estado nacional han asumido con seriedad la tarea desarrollando una atenta escucha de aquellas discusiones y proposiciones que lo ameritan. De por sí ello no asegura que los contenidos de críticas y propuestas sean atendidos o al menos explicitadas sistemática y claramente a fin de que ellas puedan enriquecer el posterior debate parlamentario. Por otro lado, me indica que la participación de la sociedad es enriquecedora: se proponen ideas, se discuten aspectos generales y en cierto caso detalles, se expresan inquietudes sectoriales. Pero también se advierte que en los foros hay buena cantidad de declamaciones elogiosas o de multiplicaciones de expresión de denuncias y quejas que no constituyen aportes sustantivos. No creo

que esto sea un problema en sí mismo. Por el contrario, creo que revela que como sociedad tenemos una débil asunción de lo que pueden implicar los derechos a la comunicación. Y en ese sentido pienso que los foros deben ampliarse, extenderse como de hecho se está haciendo desde organizaciones sociales, universidades, desde ciertos municipios, para que al menos esta problemática comience a ser parte de una agenda común.

*-¿Qué le sobra y qué le falta al proyecto?*

- No soy una experta en legislación y consecuentemente no estoy en condiciones de advertir si existen cláusulas o aspectos que pueden “sobrar” y por ende representar una innecesaria complejidad normativa. Desde la perspectiva de la democratización de las comunicaciones, insisto en que faltan contenidos orientados a potenciar el funcionamiento de los medios audiovisuales sin fines de lucro. Pero tal vez deberían existir también cláusulas que garanticen una mayor descentralización y federalismo en el funcionamiento de los órganos de adjudicación de licencias; cláusulas que indiquen cómo se va a potenciar la producción de radio y televisión local mediante reinversiones y financiamientos que en cambio sí se destinan a la producción cinematográfica; cláusulas que no sólo se refieran a la necesidad de proteger los derechos de la infancia, sino orientadas a poner freno al sexismo y racismo tan al uso en los medios masivos de comunicación... En un sentido mucho más específico, y tal como lo destacó una compañera del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía que desarrollamos en el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba durante el foro realizado en nuestra ciudad, creemos que el proyecto debería habilitar –en términos de principios y operativamente– que se incorpore la idea de la ciudadanía comunicativa, es decir, la explícita concepción de que las normas en la materia deben tender al ejercicio de los derechos que todos y todas tenemos a poder informarnos y expresarnos. Por ello, creemos que el artículo 19 del proyecto, referido a la figura del Defensor del Público, debería ampliarse y completarse añadiéndose, como misión y función de la Defensoría la promoción de esos derechos a través de actividades y acciones tendientes a su reconocimiento y ejercicio, alentando especialmente la labor de las universidades y los medios públicos en este sentido. Por otro lado, sería importante que se reglamentara el funcionamiento de la defensoría de tal manera de garantizar su funcionamiento federal y su cercanía a los habitualmente excluidos del escenario comunicativo. Pensar un funcionamiento ligado a grupos sociales e instituciones que garanticen no sólo la denuncia de violaciones puntuales a la ley, sino la promoción de iniciativas para el ejercicio de los derechos de comunicación.



- *Dado que hubo muchos proyectos que nunca fueron siquiera discutidos, ¿qué tiene de especial este momento político para presentar el proyecto?*

- Sabemos que se han dado variadas interpretaciones acerca de las motivaciones que el Poder Ejecutivo puede haber tenido para presentar en esta coyuntura este proyecto. Desde el “manotazo de ahogado” hasta las especulaciones sobre el enfrentamiento con el Grupo Clarín, pasando por un nuevo arreglo con otros sectores empresariales como las empresas telefónicas... por derecha e izquierda se ha situado el proyecto como un dato más de la táctica gubernamental. Todas esas interpretaciones dan cuenta, a mi juicio, de un modo empobrecedor de valorar lo que este proyecto significa, sin perjuicio de los muchos intereses que incluso pueden estar en juego desde el Poder Ejecutivo en torno al tema. Por el contrario, creo que el proyecto puede situarse en otra trama, más vasta y definitoria de un proceso imperfecto y controversial que estamos protagonizando en nuestro país y que, en diversos órdenes es un proceso de redistribución de algunos recursos sociales y de reivindicación de derechos y de promoción de mayor equidad. Situado en esa trama, el proyecto puede leerse como una decisión de avanzar hacia mejores condiciones de construcción de la vida en común que venían siendo reclamadas por diversos sectores. Y no sólo me refiero a la labor que hace tiempo comenzó a desarrollar la Coalición por una Radiodifusión democrática y que durante 2008 alcanzó una considerable visibilidad pública, sino a movimientos más imperceptibles –porque justamente no encuentran cómo expresarse en los medios concentrados– pero que pueden entrecruzarse en el accionar de muchas organizaciones sociales que han reconocido el valor de la información para la defensa de sus derechos, en el accionar de muchos sindicatos de trabajadores del sector comunicación que han excedido largamente sus prácticas reivindicativas para constituirse en agentes de una comunicación plural, en las reflexiones de muchos intelectuales acerca del modo en que las corporaciones mediáticas se apropian ilegítimamente del derecho de comunicar.

- *¿Cree que la ley será sancionada? ¿Es optimista al respecto?*

- Tengo dudas y no fundadas en una mirada optimista o pesimista sino pensando en dos cuestiones: por un lado, en el panorama político que exista en el momento en que el proyecto llegue a la instancia parlamentaria y, por otro, en las consecuencias que tiene para el actual sistema de medios. En torno a lo primero, no sólo me refiero a los resultados electorales y la futura composición de las cámaras, sino a la fuerza o debilidad con la que cuenten, en ese escenario, quienes dentro del

gobierno han logrado que sea éste y no otro el proyecto presentado. Creo que sería ingenuo pensar que aun dentro del oficialismo existe un absoluto consenso con las medidas que se propugnan. Y más ingenuo aun creer que desde la oposición política –cuya reacción ante el proyecto ha sido invariablemente adversa y, aun peor, distorsionadora de su espíritu– no se va a tratar de impedir que avancemos socialmente en la dirección propuesta. Más allá de las declamaciones acerca de la “imposibilidad de oponerse a la democratización de la comunicación” que esgrimen algunos legisladores nacionales, las críticas que algunos formularon al procedimiento de debate social a que se está sometiendo el proyecto antes de su tratamiento parlamentario, o el insustentable recurso al “autoritarismo” de una propuesta que avanza notoriamente en la participación política y social en los órganos que entenderán en materia de servicios audiovisuales de comunicación –algo que nunca se ha dado en nuestro país–, muestra claramente la voluntad de un no innovar que es contraria a esa democratización que se reconoce necesaria.

En cuanto a lo segundo, el sistema de medios es un poder concentrado y no hace falta demostrarlo. Pero si en los años inmediatamente posteriores a la recuperación del sistema democrático los que trabajamos en algunos proyectos e iniciativas para lograr la sustitución de la Ley de Radiodifusión de la dictadura teníamos ciertamente pocas expectativas, creo que hoy sentimos que contamos con más fuerzas para dar la batalla. O al menos, que somos muchos más quienes estamos dispuestos a hacerlo a pesar de las resistencias que existen.

# Entrevista a Pablo Hernández<sup>11</sup>

Por Adrián Pulleiro

Uno de los puntos que más interrogantes despierta en relación a una nueva norma para regular las comunicaciones es el de la digitalización de los servicios de televisión y radio y, fundamentalmente, la posibilidad de ofrecer *Triple Play*.

Pablo Hernández ha estudiado los procesos de concentración económica sufridos en nuestro sistema de medios y particularmente se ha especializado en los procesos de convergencia tecnológica y digitalización.

- *¿Por qué es necesaria una nueva Ley de Radiodifusión?*

- Hoy y siempre estuvo vinculada con la necesidad de una política a largo plazo y la idea de organizar el sistema de medios en relación con estrategias de desarrollo. No hay en Argentina una tradición de planificación en el sector, cosa que sí ocurre con otras actividades. La ley es necesaria para integrar diversas cuestiones. No es ningún misterio, pero no se ha hecho nunca, salvo en alguna ocasión muy coyuntural. Actualmente esa necesidad tendría que ver con la posibilidad de instalar un escenario previsible aprovechando la coyuntura favorable que marcaría la digitalización de los servicios de radiodifusión.

- *¿Por qué eso no se dio hasta el momento?*

- Si uno sigue la tradición de la relación Estado, sistema de medios y clase política en toda la región, puede ver que ahí hay una relación estrecha y desprolija vinculada con debilidades institucionales, falta de continuidad democrática y sobre todo la cercanía entre las elites que gobiernan el aparato del Estado, los propietarios de medios y los propietarios en general. En términos generales, esa relación tan estrecha ha cancelado cualquier posibilidad de debate público. Los procesos de concentración, las propiedades familiares de los sistemas de medios y los grupos que llegan al gobierno han impedido la posibilidad de un debate serio y sobre todo la posibilidad de generar un proyecto transformador desde los sectores populares.

- *¿Por qué a mediados de 2008 volvió a instalarse el tema?*

---

<sup>11</sup> Pablo Hernández es Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Docente e investigador de la Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación en la UBA. Titular de la Cátedra de Políticas y Planificación en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Es autor de varios artículos sobre políticas y medios.

- Desde la vuelta a la democracia hubo muchas iniciativas y proyectos sectoriales pero siempre en términos de los especialistas o de los directamente involucrados, no en términos de un debate público que pueda influir en los medios de comunicación. Este se produjo a partir del rol que jugaron los principales medios contra la posición del oficialismo en el enfrentamiento gobierno-empresarios del campo y habilitó una respuesta del gobierno con la instalación del tema. El oficialismo siempre tuvo cierta predisposición a tratar el tema, sin embargo, esa iniciativa no se diferenciaba de todas las previas, como las que hubo en su momento con Fernando de la Rúa o las que hubo en los 80. Fue esa conflictividad lo que hizo que el tema se instalara.

- *¿Cuales son, desde su visión, los principales elementos que debería contener una ley para ser considerada democrática o de la democracia?*

- En términos generales y en este momento, no me apartaría de los 21 Puntos promovidos por la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Es decir, primero la dimensión que hace al derecho a la comunicación, el problema de la visibilidad social y la posibilidad de producir discursos por un sistema mediático para que circulen y sirvan para la visibilidad de otros y, en un sentido más amplio, la pluralidad de emisores y puntos de vista políticos. Por eso creo que los 21 Puntos se constituyen en una referencia básica en lo conceptual y una ventaja en lo político, porque representan un acuerdo muy amplio frente al no debate que siempre proponen los principales agentes económicos del sector.

- *¿Cómo ve la necesidad de regulación y legislación en relación al escenario que plantea la digitalización?*

- Ahí surgen varios problemas. Por empezar, cuando hablamos de digitalización lo hacemos dentro de un sistema de vínculo físico, mediante una fibra óptica o un cable, por aire o vía satélite. Dentro de ese vínculo físico, la digitalización ofrece mayor posibilidad de circulación de mensajes, datos, etc., pero no representa un cambio tan significativo respecto de lo que hoy puede obtener alguien que tiene un servicio de banda ancha de 5 o 6 megas y que está conectado con cualquier opción audiovisual que hay en el planeta. Ahí hay una zona que es muy difícil de regular. En este nivel entraría lo que es el servicio de *Triple Play*, en donde hay una conectividad a nivel mundial en la que el usuario tiende a la autoprogramación. Allí la regulación de los contenidos es muy difícil porque es poco lo que se puede hacer más allá de controlar el acceso a algún dominio, cuestión que tampoco

tiene mucho sentido. En cuanto a regular la prestación del servicio, el asunto es cómo se garantiza cierta pluralidad de emisores y acceso a la posibilidad de emitir en un horizonte digital donde hay oferta de aire por espectro y por vínculo físico. En particular lo que hay que tratar es de garantizar la maximización de esa oferta en términos de garantizar la presencia de muchos actores en cada una de las zonas. Por ejemplo, adoptando un principio como el europeo del canal común para las redes y el principio de neutralidad tecnológica. Sería algo así como competencia entre e intra redes.

- *¿Usted qué propondría?*

- Yo soy partidario de permitir los servicios cruzados, no en términos de propiedad, pero sí que los prestadores puedan ofrecer todos los servicios, que todas las redes –la eléctrica inclusive– puedan transmitir por ejemplo, televisión, para garantizarle al usuario que por cualquiera de las redes se puedan recibir los servicios. Al mismo tiempo, hay que controlar que no sean los mismos los dueños de todos los servicios. En el sistema de redes físicas habría que ir a un sistema de uso público y de competencia entre redes e intra redes, eso significa que el que tenga una red no pueda decir quién pasa y quién no por la red, ese es el principio del canal común. Es decir, si yo soy operador de la red tengo dos límites concretos: no soy el dueño y no le puedo decir a nadie que no pase. En Argentina la red de teléfono es pública pero la red de televisión por cable –al no haber sido regulada– pertenece al dueño-operador, quien puede definir quién pasa y quién no. Por eso cualquier intento de legislación debería establecer el uso público de esa red también o, por lo menos, deben dejar pasar a cualquiera. Al mismo tiempo, la legislación debería avanzar en la desvinculación entre operador de la red y productor de contenidos. En términos de aire, la digitalización lo que ofrece es la potencialidad de ampliar la cantidad de emisores. En Argentina, esta situación no es particularmente problemática porque hay 43 canales de televisión. El espectro no está saturado y podría haber 50 o 60 canales más. El obstáculo ha sido la alianza entre ciertos sectores económicos emisores y el Estado, que produjo más de 50 años con pocos operadores.

Con esto quiero decir que hoy por hoy la premura en la digitalización del espectro no tiene que ver con la provisión de servicios de radio-difusión, que podrían mejorar, sino con la liberación de espectro para telefonía celular, Internet y los servicios de valor agregado que son muy rentables, a través de la explotación del dividendo digital.

- *¿Y en el caso de la radio?*

- En la Argentina, la oferta de la radio es absolutamente distinta y más democrática que la televisiva. Ahí la digitalización permitiría todavía más operadores. Pero incluso en el caso de las zonas más conflictivas, en un ordenamiento digital, se podría ir a un esquema con todos los operadores adentro. Hay formas para reordenar el espectro, de hecho las FM están y el Estado nunca planificó lo que iba a pasar con las FM. Y funcionan.

- *¿Y en relación con la ley?*

- En términos de digitalización de la radiodifusión las FM están marcando un horizonte posible para la televisión. De hecho hay unos 300 canales locales que salen por cable que podrían pasar al aire. El otro tema es que los usuarios no van a dejar de pagar el servicio de cable –por más que haya una oferta más variada por aire que habrá que mantener gratuita– porque lo que lo tracciona es el servicio de banda ancha. El usuario próximo de la televisión por aire es el pobre, por eso el problema es qué tipo de servicio se le brinda a los sectores que no están en el sistema de vínculo físico. Ahí hay que ampliar la oferta con un tipo de televisión tal vez más económica, no va haber veinte Telefé en nuestro mercado. Para la mitad de la población que no accede a la banda ancha eso es mejorar el acceso, con una programación que no tiene que estar exclusivamente vinculada a lo comercial. Estratégicamente la banda ancha será tan necesaria como el agua potable o el gas y por ende su naturaleza jurídica puede cambiar.

- *¿Qué debería decir una nueva ley respecto al tema de la digitalización?*

- Es bastante complejo, pero resumiendo debería existir una normativa específica para los procesos de migración digital. Podría definir la norma, aunque tampoco es un tema tan urgente. Una norma única de televisión digital tampoco es una necesidad urgente. La norma no es un problema, la cuestión es quién cobra derechos, fabrica los decodificadores y los televisores. En realidad no es una cuestión técnica. De hecho, hoy en Argentina se están brindando servicios con dos normas distintas. Por otro lado, se está discutiendo también si la televisión digital va al celular, que es lo que permitiría la norma europea y la japonesa, y es lo que las telefónicas quieren. Entonces la ley debe asumir la convergencia de los servicios que son audiovisuales, no importa por qué soporte vayan si a cada emisor le cabe la responsabilidad de estar emitiendo para un público indiferenciado. En lo específico, no soy partidario de ninguna urgencia para la migración digital porque la urgencia la pone el que va a vender aparatos y los que necesitan

espectro para otros servicios. Nosotros somos “compradores” de tecnología, no debemos obligar a la gente a que cambie los aparatos en dos años, el problema es cómo aumentar la oferta comunicacional, y eso se puede hacer en el mundo analógico. Además, en la mudanza tecnológica hay que mantener la radiodifusión como servicio y por lo tanto conservar una parte del espectro para el servicio gratuito. Hay que priorizar las normas estándar de digitalización, el famoso 5x1, donde había un operador va a haber cinco. El criterio rector no tiene que ser la alta definición sino un horizonte de más canales. Y por último, el principio de neutralidad tecnológica: todos los participantes de la cadena se tienen que poner de acuerdo de manera que el usuario no quede preso de ninguna pauta tecnológica. Todo contenido tiene que poder circular por cualquiera de las redes.

A su vez, tiene que haber una política clara para que el operador que posee hoy una frecuencia analógica tenga derecho a una frecuencia digital, no a seis. Que quede claro que hay un proceso de migración y que se devuelven las frecuencias analógicas. Si se otorgaron frecuencias para experimentar, no implican derechos adquiridos, como Canal 13 que desde el 99 tiene el 12 para experimentar en digital, sobre ese canal no tiene ningún derecho. Es decir hay que hacer un plan de migración y establecer prioridades. No necesariamente tiene que estar en esta ley, pero sí tiene que establecer en los criterios generales que se va a priorizar la pluralidad de emisores.





# Entrevista a Soledad Vallejos<sup>12</sup>

Por Ianina Lois

Son muchos los aspectos a discutir a la hora de diseñar un nuevo proyecto de ley. La cuestión de género es una de ellas y en el ámbito de la comunicación pocas veces es tenida en cuenta cuando se habla de contenidos e igualdad de derechos. Soledad Vallejos es periodista y se ocupa en particular por la problemática de la mujer.

- *¿Por qué es necesaria una nueva ley?*

- Para empezar porque entre el momento de aprobación de esa ley (1980) y el presente, la situación de los medios cambió radicalmente, tanto a nivel nacional como internacional. No sólo surgieron nuevas tecnologías, sino que hubo un reacomodamiento notable de las dinámicas y conformaciones de las empresas que intervienen en la comunicación: la consolidación de los multimedios, la concentración y sus consecuencias en los medios argentinos –para trabajadores y público–, la producción de contenidos para distintos soportes, la circulación y reproducción de muchos de ellos, la insistencia en la falsa idea del periodismo ciudadano como panacea democrática facilitada por los medios. Todas son cuestiones que al momento de la sanción de la ley estaban lejos de imaginarse, por lo cual ni siquiera están previstas en el texto inicial.

En segundo lugar, la ley actual no deja de ser un texto remendado a lo largo de los años en función de coyunturas, ya no hay nada en ella que recuerde una idea rectora en cuanto a políticas públicas de comunicación. Por eso mismo es preciso, habida cuenta de que una regulación es imprescindible ante el panorama que recién se abre y que seguramente cambiará de maneras impensadas en los años por venir, plantear un debate y generar un texto legal asumiendo el deber (y el derecho) que tiene el Estado de dictar sus políticas en un terreno tan fundamental como la comunicación.

- *¿Cuáles son los principales puntos que debería incluir la nueva legislación en Argentina para poder denominarla democrática o de la democracia?*

- Sin duda debería garantizar la claridad de los esquemas de propiedad y regularlos de manera transparente, ya que la actuación de

---

<sup>12</sup> Soledad Vallejos es Licenciada en Ciencias de la Comunicación UBA. Periodista del diario *Página 12* y del suplemento *Las 12*. Además se desempeñó como periodista para diversos medios nacionales.

monopolios genera un paisaje de falsa pluralidad, facilita el enmascaramiento de operaciones políticas y económicas en función de intereses privados, influye en la instalación de temas de agenda no necesariamente vinculados a cuestiones de políticas públicas y sí –en cambio– asociados a intereses sectoriales. Sin embargo, un texto legal que fragmente los esquemas de propiedad e impida, o al menos imponga límites reales y efectivos a la concentración, es necesario pero no suficiente para tener efectos democráticos.

Es preciso, también, que asegure una distribución equitativa y diversa de los espacios en los medios de comunicación, que sean equivalentes en su alcance –no es lo mismo un minuto de aire a las 3 de la mañana que a las 10 de la noche o al mediodía–, que establezca una política pública en el sentido de atender a la composición de la sociedad (en cuanto a minorías sociales, económicas, culturales, etc.), que interpele a los distintos sectores para propiciar la integración o al menos el diálogo entre ellos y que sirva a los efectos de construir ciudadanía. Una ley democrática necesariamente debe entender la comunicación y los medios no sólo en su aspecto de iniciativa emprendida por privados, sino en su dimensión política, cultural y social.

*- ¿Cómo incluir el enfoque de género en la nueva ley? ¿Qué cuestiones son necesarias asegurar para garantizar la equidad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación en los medios de comunicación?*

- Incluir una perspectiva de género significa dejar de lado nociones de corrección política, que no hacen más que invisibilizar la carga política, y tomar el riesgo de asumir que existe una brecha entre mujeres y varones, y que esa brecha no es natural ni viene de la nada, sino que ha sido construida. No es un aspecto menor que las periodistas queden asociadas casi exclusivamente a ciertos rubros mediáticos como las noticias sociales, las notas de color, las de vida cotidiana, etc. y sean minoría –cuando no inexistentes– en otras áreas como economía, política y ciencias y que no lleguen a ocupar cargos de responsabilidad y decisión en las distintas empresas de comunicación. Efectos de las mismas condiciones son los contenidos de las agendas periodísticas y los modos de tratar la noticia: se sigue hablando de crímenes pasionales, se sigue asumiendo una perspectiva masculina y sexista en rubros precisos (resulta altamente notable en las coberturas deportivas, aunque no son las únicas) y también en la lectura y la producción de la información. En su gran mayoría, los contenidos de los medios siguen homologando lo masculino con lo universal, con lo cual invisibilizan los sesgos de género.

Recuerdo un estudio médico sobre dolencias cardíacas y uso de aspirinas: en la investigación se había estudiado solamente casos clínicos de varones, a pesar de lo cual sus resultados fueron enunciados como aplicables a varones y mujeres. Ningún texto periodístico dio cuenta de ese sesgo notable. Quiero decir, ninguno de los periodistas que trabajó con ese tema comprendió que era necesario leer con atención las características del estudio. De aplicar una perspectiva de género, eso difícilmente hubiera pasado por alto. Ese caso resultó especialmente modélico por lo grosero del error, pero situaciones muy similares se dan en otros terrenos de producción de noticias. También sucede en programas de entretenimientos, por no comentar los de variedades.

Sería un excelente y necesario primer paso que el Estado demuestre una auténtica preocupación por estos sesgos y regule y haga cumplir normativas sobre discriminación, tanto como sobre la igualdad real de oportunidades como puertas adentro de los medios.

- *¿Cómo se puede asegurar diversidad cultural, social y de género?  
¿Cómo avanzar hacia un pluralismo comunicacional?*

- Asegurar lo diverso es, de entrada, un objetivo imposible. En cambio, lo que puede hacerse es crear las condiciones que faciliten la convivencia de la diversidad, asegurando bases como la igualdad de oportunidades en el acceso –distribución, consumo y producción de contenidos–, la atención por parte de los responsables de los medios a involucrados en distintas áreas de la sociedad civil y el trabajo en una agenda pública vinculada a intereses de distintos sectores sociales. No necesariamente para conciliarlos o llevarlos a un consenso sino, como mínimo, para establecer ámbitos de debate con información, interlocutores y espacios suficientes. Una ley democrática necesariamente debe tender a propiciar el pluralismo comunicacional y para ello debe establecer vínculos sólidos y dinámicos entre las autoridades competentes por parte del Estado, las representaciones que se da la sociedad civil, el saber especializado y los actores privados, cada uno con sus propios intereses.

- *¿Qué tiene de especial este contexto político para pensar que una nueva Ley de Radiodifusión es posible?*

- No sé realmente por qué este momento y no alguno anterior, pero sí podría decir que resultaría aun más difícil en años venideros. La aplicación del *Triple Play* en el mercado argentino y la consolidación de multimedios que han crecido hasta alcanzar dimensiones insospechadas hacen pensar que la implicación del Estado, su participación decidida para hacer valer su rol de organizador de los espacios comunicacionales, tiene que ser ahora porque luego será todavía más

difícil. Probablemente el debate y los cambios que intenten aplicarse, que aún no están del todo claros, al menos en lo referente al proyecto oficial, sean más enmarañados de lo esperable teniendo en cuenta también que el contexto internacional –en especial en cuanto se refiere a la comunicación y su regulación y financiamiento en Europa– se encuentra agitado y en pleno debate.

- *¿Qué grado de pluralidad está alcanzando el debate público sobre el proyecto? ¿Hay lugar en ese debate para las organizaciones de mujeres?*

- Más que de pluralidad creo que habría que hablar de sectorización por un lado y de invisibilidad por el otro. Sectorización en cuanto a que, al menos hasta el momento, quienes se interesan en el tema son aquellos directamente involucrados: empresas, especialistas en el campo, trabajadores y estudiantes de la comunicación. Creo que no se logró romper una barrera que permita explicar a la ciudadanía de qué se trata el proyecto, por qué es necesario, hacia dónde podría apuntarse a partir de un cambio, etc. Eso quedó muy claro cuando el COMFER intimó a Radio Continental para que dejara de emitir en una frecuencia de FM su programación de AM: la discusión pública que dieron los propietarios de los medios y sus figuras más notables centró mentirosamente el asunto en un debate sobre la libertad de expresión.

En caso de que el debate se amplíe y que efectivamente se logre poner en agenda la ley de radiodifusión y sus modificaciones, creo que necesariamente las organizaciones de mujeres deberían tener un espacio en él, pero no en términos de una concesión, sino de interés propio. Existe, por otro lado, todo un sector específico de saberes vinculados al género y los medios de comunicación, tanto en ámbitos universitarios (pienso, por caso, en el Instituto Interdisciplinario de Estudios de Género, de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, en algunas cátedras de Ciencias de la Comunicación también de la UBA; seguramente existan otros espacios similares en las provincias) como vinculados al movimiento de mujeres. Existe también una amplia experiencia internacional. Pero ante todo un papel muy importante en un debate, de cara a una posible nueva ley, debería ser asumido por el Consejo Nacional de la Mujer que lamentablemente, en los últimos años sobre todo, ha brillado por su ausencia en estos temas que bien son de su injerencia.

- *¿En qué medida la nueva ley recortará la influencia de los grandes grupos para equilibrar el mapa de medios de comunicación en la Argentina?*

- Al menos en el texto del proyecto que se maneja en estos días de debate, la nueva ley tendrá la capacidad de impactar de manera notable y con contundencia sobre el mapa de medios, por las nuevas regulaciones que propone en cuanto a esquemas de propiedad, de reglamentación del servicio y de obligaciones hacia la comunidad, tanto como la obligación de exigir cierta idoneidad a los licenciarios.

Medidas como la apertura del juego que implican las concesiones de licencias a entidades sin fines de lucro, las disposiciones que limitan las combinaciones y el máximo de licencias posibles, la obligación de compartir infraestructuras urbanas para volver más plural el mercado tienen el potencial para transformar radicalmente el panorama actual, tanto como para sentar bases nuevas para el futuro. El requerimiento de idoneidad para los licenciarios (no haber participado de gobiernos de facto, acreditar fehacientemente una relación profesional con la comunicación y los medios) y el límite impuesto para serlo en caso de funcionarios públicos es también un punto fundamental, con la capacidad de regular fuertemente prácticas existentes y que han tenido consecuencias de importancia tanto en el mapa de medios local como en los contenidos. Si a eso se suma que ya (principios de abril) ha entrado en vigencia la resolución sobre licitaciones de servicio de cable, el panorama se completa y aclara. La combinación de todas esas herramientas tiene, al menos potencialmente, la capacidad de dar vuelta por completo el juego, de transformar en profundidad el peso de los grandes grupos en tanto actores comunicacionales y políticos, tanto como de comenzar a incorporar nuevos actores.

- *¿Qué peso tiene la discusión sobre las nuevas tecnologías y el Triple Play para la aprobación de una nueva normativa y cómo deberían ser abordadas?*

- La carrera de las nuevas tecnologías obliga, por un lado, a plantear un debate interdisciplinario pero, a la vez, a plantear definiciones dinámicas y una atención siempre despierta nuevas derivaciones de las transformaciones. El *Triple Play* es un ejemplo claro de que es preciso legislar y analizar de una manera distinta a la que suele aplicarse a los medios: las posibilidades que abre tanto comercialmente como a nivel de distribución, de contenidos, de manipulaciones y crecimiento de los esquemas de propiedad no terminan en una única definición. Sus posibilidades tampoco. Por eso debería haber un monitoreo constante, con especial atención al caso local, con investigación propia a diferentes escalas y una legislación ágil.



# Entrevista a Edgardo Form<sup>13</sup>

Por Luis Pablo Giniger

En nuestro país el cooperativismo es un factor tan importante que un cuarto de la población está asociada o vinculada directamente al movimiento.

A pesar de su gran influencia (aporta a la economía casi el 10% del Producto Bruto Interno), en materia de comunicación las cooperativas continúan expresamente excluidas desde la última dictadura militar. La razón no es difícil de adivinar, por su importancia es el único sector en condiciones económicas y culturales de competir de igual a igual con los grandes pulpos de los medios de comunicación.

- *¿Cuáles son las razones que hacen necesario el debate sobre una nueva Ley de Radiodifusión?*

- El movimiento cooperativo argentino, y desde luego el IMFC, impulsa desde el día número uno del retorno a la democracia la necesidad de establecer una nueva Ley de Radiodifusión que esté en consonancia con el país, el mundo y con la vigencia plena de las leyes. Una norma que de igual manera actualice su marco a las innovaciones tecnológicas que tuvieron lugar desde el año 1980 hasta el presente. La ley vigente data de los tiempos de la dictadura, está concebida desde el punto de vista de la Doctrina de la Seguridad Nacional, y es claramente coercitiva y limitativa de las libertades públicas. La información es un derecho humano inalienable y, como tal, hay que defenderlo. Aunque parezca increíble, esta ley, aún vigente, contempla –entre otras cosas– que las fuerzas armadas supervisen el otorgamiento de las licencias a las emisoras.

- *¿Por qué aún no ha podido cambiarse?*

- Es que hace falta tener voluntad política. Pero no sólo eso, hace falta organización social y popular que impulse estos cambios. En este sentido, nos parece que la Coalición por una Radiodifusión Democrática viene jugando un papel importante en la sensibilización de la opinión pública y su incidencia en los poderes políticos para que se apure el trámite de llevar al Congreso de la Nación un nuevo proyecto de ley. Las entidades cooperativas, el IMFC en particular, participan desde el inicio en esa organización y el año pasado tuvimos varias

---

<sup>13</sup> Edgardo Form es Gerente General del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos (IMFC).

iniciativas: participamos junto con la Coalición en una audiencia que concedió Cristina Fernández de Kirchner, allí se le hizo entrega de la carpeta con los 21 Puntos, y la Presidenta se comprometió a generar un amplio debate en la comunidad –como se hizo– antes de presentar el proyecto definitivo al Congreso.

- *¿Por qué las cooperativas de servicios públicos no pueden brindar servicios de radiodifusión?*

- Entidades cooperativas y mutuales tuvimos una audiencia específicamente por ese tema en la casa de gobierno. Participaron la presidenta de la Nación, autoridades de la Secretaría de Medios de la Nación, como Enrique Albistur, el titular del COMFER, Gabriel Mariotto, el Secretario General de la Presidencia, Oscar Parrilli y el presidente del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), Patricio Griffin. Ese encuentro se hizo dentro del período en el que tuvo lugar en el país el conflicto con sectores del campo, y destaco esto porque imagino que, a diferencia de las reuniones que por esos días tenían lugar en la casa de gobierno, la que tuvo con nosotros la presidenta de la Nación se realizó en un clima muy cordial y distendido. En ese marco, Griffin recordó que existe una limitación para que las cooperativas puedan administrar medios electrónicos de difusión –radio y televisión– con el argumento de que son entidades monopólicas. Él dio el ejemplo de un pueblo con mil o dos mil habitantes cuyos vecinos se organizan para proveerse de servicios diversos, entre ellos el de radio y TV... ¿se puede calificar a ese tipo de expresión asociativa como un emprendimiento monopólico? La Presidenta de inmediato dijo que, en efecto, es una aberración jurídica y que consecuentemente la ley que deberá surgir cuanto antes del Congreso de la Nación tiene que erradicar absolutamente ese concepto.

- *Lo paradójico es que en la última reforma del artículo 45 de la ley, a partir de la cual se habilitó a las cooperativas para que brinden el servicio, se excluyó precisamente a las únicas en condiciones reales de prestarlo: las de servicios públicos.*

- Exactamente. Son las que por su dimensión, su arraigo y el tipo de servicios que brindan estarían en mejores condiciones. Nadie puede pensar que una cooperativa de trabajo en una versión reducida, con seis asociados, va a instalar una emisora de radio o de TV, pero una que distribuye el fluido eléctrico en una comunidad, que tiene el servicio de telefonía, agua corriente o redes cloacales, ¿por qué no podrían operar servicios de radiodifusión? Es una limitación muy grosera que hay que resolver, pero evidentemente hay intereses muy poderosos



de los multimedios oligopólicos o monopólicos que quieren tener el predominio de la información y de alguna manera establecer –como lo vienen haciendo– las agendas prioritarias en términos políticos. El movimiento cooperativo aporta al país cerca del 10% del PBI, tiene cerca de 10 millones de asociados y casi un siglo de existencia. Todo lo que genera lo hace en función del país, porque la riqueza que produce se queda en la Argentina, genera empleo con dignidad y aporta en definitiva a la calidad de empleo de la gente. ¿Cómo no va a tener un espacio habilitado por ley para difundir sus principios, sus valores y sus realizaciones? Estamos en esa pelea.

- *¿Cuántas cooperativas hay en el país que ya podrían prestar el servicio y para cuánta gente?*

- El peso específico del cooperativismo lo podemos representar con cifras, poquitas pero representativas: hay más de 7 millones de compatriotas que reciben luz eléctrica gracias a las cooperativas de electricidad y otro tanto –o más– que utilizan el teléfono fijo o celular gracias a las cooperativas telefónicas. Digamos que los dos sectores, o las dos ramas que más se han desarrollado en los últimos 20 años son las de servicios públicos. Hoy en día hay muchas cooperativas que brindan servicios de radiodifusión, pero como la ley se los impide han debido recurrir a figuras jurídicas de fantasía para no vulnerar la norma jurídica. Pero trabajan por cambiar ese tema y aspiran a cuanto antes ser reconocidas y que se les otorgue la licencia correspondiente. En este sentido, encontramos un eco positivo, por lo menos la actitud de escucharnos con respeto, pero hasta tanto no salga la ley es indudable que por más buena voluntad que tengan los funcionarios no se podrá avanzar en la oxigenación indispensable que requieren las comunicaciones en la Argentina.

- *¿Comparten la base del proyecto?*

- Nosotros compartimos la idea que defiende la Coalición por una Radiodifusión Democrática de que el espectro debería dividirse en tres tercios entre las empresas privadas, el Estado y las organizaciones sin fines de lucro. Toda concentración vulnera la democracia, la libertad de expresión y el interés general, por lo cual desde el cooperativismo siempre hemos pregonado y trabajado en función de democratizar las comunicaciones.

Las reuniones previas nos permitieron expresar los puntos de vista del movimiento cooperativo y, justo es decirlo, encontramos un eco favorable. El anteproyecto propiamente dicho recién lo conocimos el miércoles 18 de marzo, durante el acto realizado en el Teatro Ar-

gentino de La Plata. Allí se anunciaron los fundamentos ideológicos y jurídicos del texto, el cual recoge los 21 Puntos de la Coalición a los que hice referencia. También, como lo expresó la Presidenta, incluye un trabajo importante en el campo del Derecho comparado, consistente en el análisis de los marcos normativos vigentes en los países con mayor tradición democrática y regulaciones eficaces en el terreno de la comunicación audiovisual. En tal sentido, y como una forma de enriquecer el anteproyecto, hay una serie de notas complementarias a una serie de artículos, donde se citan las fuentes de los estudios realizados.

- *¿La sociedad está debatiendo la cuestión? ¿La radiodifusión le interesa a quién no está específicamente en el tema?*

- Si tuviera que ser muy categórico diría que en la sociedad esa preocupación no figura entre los asuntos prioritarios de la agenda ciudadana. Entre otras razones –y tal vez fundamentalmente por lo que voy a decir– es como consecuencia del operativo de silencio que utilizan los grandes medios. Hay un total ninguneo del tema. Sí, en cambio, le interesa y preocupa a un conjunto de organizaciones populares, mutuales, ámbitos académicos y organismos que luchan por la defensa de los derechos humanos. Entre otros, me parece que debemos destacar al espacio Carta Abierta. Lógicamente, el tema también está presente en quienes están más próximos a la radiodifusión y el periodismo. Probablemente los temas que hoy pesan en la opinión pública pasen más por la seguridad, por la situación económica y por el empleo que por la Ley de Radiodifusión. A mí me parece que, lamentablemente, las cuestiones relacionadas con la cultura, la libertad de expresión y la libertad de creación están todavía demasiado acotadas a la intelectualidad y no en la ciudadanía en general. Quizás sea en parte por la herencia que nos dejó la última dictadura y todo lo que vino después. Nosotros hacemos mucho hincapié, y coincidimos cada vez con más sectores en que hay que poner el énfasis en la batalla cultural, precisamente porque ahí es donde hemos sufrido la gran derrota. Obviamente los grandes medios, que representan a los grandes intereses, piensan lo mismo pero en función de privilegiar lo que ya tienen y crecer en influencia. Ellos también dan la batalla cultural, pero con principios y valores absolutamente opuestos a los que nosotros pregonamos. Es una contienda muy dura, por eso nos parece muy importante que se haya puesto en debate el Anteproyecto a través de foros en todo el país. Esta es una forma indudablemente democrática y participativa que permitirá recoger las más variadas opiniones, instalar la problemática en la sociedad y sobre todo crear el consenso y el respaldo necesarios para llegar con el proyecto defi-

nitivo al Congreso Nacional y someterlo al tratamiento parlamentario. Al respecto, me parece importante destacar la decisión política del Gobierno, habida cuenta que anunció la presentación del proyecto de ley antes de las elecciones legislativas del 28 de junio.

*- Finalmente, más allá de la valoración general, ¿qué le agregaría al proyecto que se hizo público?*

- Sin duda comparto los lineamientos generales del Anteproyecto. Es un trabajo muy serio, donde se recogen los avances en materia tecnológica y, sobre todo, se adecua el marco normativo a las exigencias de un modelo que procura dar cabida a las diversas expresiones ideológicas, políticas, religiosas y culturales. Ahora bien, sin perjuicio de mi coincidencia y valoración con el texto en general, debo señalar dos aspectos que deberían modificarse en la versión definitiva del Proyecto y, consecuentemente, en la futura ley. Por un lado, deberá dejarse en claro y sin lugar a interpretaciones equívocas, que las cooperativas –inclusive, claro está, las de servicios públicos– forman parte del 33% de entidades sin fines de lucro y, por ende, no estar sometidas a ninguna clase de restricciones. El otro concepto que debería modificarse es el referido al carácter de “interés público” que deben recibir estos servicios de comunicación social. En nuestra opinión y la de calificados dirigentes cooperativistas y sociales, la ley debe consagrar categóricamente que se trata de un “servicio público”. Y esto no es un matiz semántico, sino toda una definición que implica, entre otras cosas, el papel del Estado en la regulación y en la propia incidencia en los contenidos, la administración de medios audiovisuales públicos y otros aspectos que garanticen el derecho humano a la difusión de ideas.



# Entrevista con León Rozitchner<sup>14</sup>

Por César Zubelet

La filosofía muchas veces es la que está en mejores condiciones para indagar sobre algunas problemáticas de difícil respuesta. ¿Por qué se mantiene vigente aún la Ley de Radiodifusión de la dictadura? Para Rozitchner muchas veces la pregunta misma esconde la respuesta y sus opiniones ayudan a reflexionar sobre las trabas y obstáculos que han hecho que hasta ahora el tema ni siquiera haya sido discutido en el Congreso.

- *¿Es posible hoy una nueva Ley de Radiodifusión en nuestro país?*

- Antes de hablar de una nueva ley tenemos que analizar el funcionamiento de lo que llamamos democracia, especialmente en la época del neoliberalismo, en una etapa en la que el poder económico y militar de un imperio pretende dominar el mundo. Si no partimos de este contexto, ni pensamos sobre la estrategia de distorsionar el saber para someter a los pueblos, no podemos hablar de los medios.

Los medios de comunicación son el momento “pacífico” de una estrategia global de dominación, sostenido por la implacable amenaza de muerte cuyo poder represivo y armado es su otro extremo. El capital financiero es el sostén de ambos, que lucra para sostenerse tanto en la paz como en la guerra. En ambos casos se trata de alcanzar a dominar la voluntad de los hombres y someterlos.

- *¿Cuál es el rol actual de los grandes medios de comunicación?*

- La pobreza y el hambre en África, Latinoamérica y otros países producen un exterminio masivo de poblaciones. Es en ese contexto donde la comunicación es un medio estratégico fundamental: hace que sus habitantes reciban una visión completamente distorsionada de la realidad. La gente no tiene la posibilidad de adquirir conciencia sobre quiénes lo someten, y de esta forma poder enfrentarlos. Los medios son empresas de “divertimiento” para distraernos y distanciarnos de la realidad, esto es de las tragedias, los dramas o las alegrías verdaderas del mundo.

---

<sup>14</sup> León Rozitchner es filósofo y docente universitario. Se graduó en la Universidad de París (Sorbonne) y entre sus numerosas obras sobresalen: *Freud y los límites del individualismo burgués*, México, Ed. Siglo XXI, 1987; *Las Malvinas: de la guerra sucia a la guerra limpia*, Biblioteca de Política Argentina, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1985; y *La cosa y la cruz: cristianismo*, Buenos Aires, Losada, 1997.

- *¿Qué pasa con la cultura en los primeros años del siglo XXI?*

- Estamos viviendo en un mundo idiotizado, embrutecido. La “cultura”, como campo donde se experimenta la creación del sentido colectivo, todavía tenía algún arraigo de libre creatividad en el siglo pasado. Es cierto, no se puede esperar que una buena película, una novela o un poema te cambie la vida. El arte a través de las películas sólo cobra sentido cuando puede formar parte de un contexto de resistencia colectiva que la información le abre. Tiene que haber una idea directriz que se apoye en la humanización de la comunicación, que tome a los grandes colectivos u organizaciones sociales como el fundamento para la elaboración de una nueva cultura. Si no pensamos esto como un punto de partida, no podemos hablar de ninguna nueva ley.

- *¿Hay condiciones que puedan hacer pensar en que la ley corra mejor suerte que en otras oportunidades?*

- La comunicación no ha dejado de ser un instrumento de dominación que se prolonga todavía desde la dictadura. La actual ley que nos rige exige tener al frente –el público lo ignora– a tres representantes de las FFAA, aunque se la elude con el nombramiento de un Interventor. El poder corruptor de los llamados *lobbies* de los media no es más que el poder de compra de las voluntades de los representantes políticos. Los medios son los que despliegan con su pedagogía política una representación distorsionada e invertida de la realidad social: conforman, controlan y jerarquizan el imaginario, el afecto y el pensamiento. Los medios aparecen interpuestos entre la realidad y la población mayoritaria para que la vivan, la miren y la entiendan por su intermedio. Todos los medios de comunicación del mundo globalizado están siempre “en cadena”: emiten un solo y único mensaje. La gente no puede pensar porque los medios “le hacen la cabeza”. Además me pregunto: ¿cómo se va a plantear una ley nueva que contradiga la existente sin construir previamente un espacio independiente y libre de los medios? En los medios no podemos hacer un debate sobre los medios. Debemos hacerlo a través de una acción política cultural colectiva que prepare a la gente para poder transformarlos. Pero si al final la corrupción que ejercen con sus *lobbies* los medios va a determinar el voto de los representantes en el Parlamento, ¿no sería la ocasión de un plebiscito para que la voluntad pública se imponga? Sólo habrá democracia si hay medios de comunicación libres.

- *Se habla mucho de la necesidad de que organizaciones sociales y sin fines de lucro puedan gestionar medios de comunicación ¿Qué le parece?*

- Tendría que haber una financiación del Estado para los medios que pertenecen a organizaciones sociales de manera que puedan sostenerlos. De lo contrario, ¿de qué forma podrían hacer frente a los altos costos de infraestructura? ¿Para qué sirve la libertad formal de tener un medio si, por ejemplo, no se pueden afrontar los gastos de mantenimiento, colocación de antenas o todo lo necesario para hacer funcionar un canal de televisión? Ahora sólo el capital con sus grupos financieros lo puede hacer. Si esto no está previsto en el contenido de la ley, sus normas, por más correctivas que puedan ser, no tocan el problema fundamental que es dotar de medios materiales al colectivo democrático para que la información dé cuenta de sus necesidades reales.

- *¿Qué elementos debe contener una nueva Ley de Radiodifusión?*

- La nueva ley requiere analizar antes qué significa la comunicación en democracia para no responder a los intereses de dominación del capital financiero, que son los únicos que tienen el derecho real de acaparar las transmisiones: tienen los medios para comprar los medios. Lo que sucede es que el derecho es para los que tienen más dinero. Hay que ver cómo cambiamos esa ley de la dictadura genocida, que en realidad es la ley de los grandes poderes dominantes desarrollados bajo su amparo: ellos necesitan que esa ley subsista. Si no la cambiamos seguirá el condicionamiento del gran capital económico-político que construye lo que se llama la “cultura nacional”.

- *¿Hay un debate sobre este tema? ¿Cómo se lo puede fomentar?*

- Debe abrirse una discusión pública que los medios cierran, porque en esos mismos medios no percibimos nada de este debate. Este tema no se está discutiendo verdaderamente, salvo algunas excepciones, y esta ley no puede ser votada mientras no haya un debate que incluya las escuelas, los colegios, los trabajadores y los llamados “trabajadores intelectuales”, entre otros. Si el Poder Ejecutivo piensa que son los medios los que están prohijando un “golpe político” –los mismos que el Poder Ejecutivo prohijó al renovarles las licencias– ésta sería una buena oportunidad para reconquistar el poder público a través de un requerimiento colectivo.

Con esto no quiero decir que no haya que trabajar por tratar de conseguir la mejor ley posible, pero pienso que debemos partir de algún otro punto de vista para pensar cómo podemos conseguirlo ahora. El planteo debe ser radical: si no definimos el significado de la comunicación en un mundo globalizado, donde el capital privado organiza el saber y la imaginación de la gente –su subjetividad por lo tanto, esa que

le queda sometida—, no podremos vencer la tiranía de los medios de comunicación sobre los argentinos: los medios seguirán oponiéndose a nuestra soberanía. La verdad sobre nosotros mismos seguirá siendo tan marginal como nuestros millones de pobres e indigentes.