

# La concentración mediática argentina: De eso no se habla

Martín Becerra y Guillermo Mastrini\*

El año 2006 ha consolidado la recuperación de los grandes medios de comunicación y del conjunto de las industrias culturales de la Argentina, a partir del crecimiento de los dos vectores más importantes que guían su lógica comercial: las ventas al público y los ingresos por publicidad. El próximo año, se anticipa, la publicidad se expandirá aún más y, en el contexto del año electoral y de la consecuente previsión de gasto macroeconómico, los niveles de consumo cultural puede que también se amplíen.

Pero esta breve descripción prospectiva que podría figurar con una valoración positiva en la sección de Negocios de cualquier medio de comunicación, oculta una trampa: que el lucro sea el objetivo rector de las industrias de la información, la comunicación y la cultura constituye un singular condicionamiento al tipo de convivencia que establecemos como sociedad. Máxime cuando, por haberse naturalizado el principio cardinal de la maximización de la ganancia en las industrias que tienen por materias primas a la información y al entre-

\* Becerra Profesor de la Universidad Nacional de Quilmes y Conicet y Mastrini de la Universidad de Buenos Aires, autores de *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, editado por Prometeo en 2006.

tenimiento, prácticamente no existen espacios públicos, estatales (no gubernamentales) o comunitarios, de producción y distribución de información y cultura con otra perspectiva diferente de la hipercomercial.

En el marco de la recuperación económica de las industrias de medios de comunicación, se han acelerado los procesos de concentración de la propiedad y de centralización geográfica, que tuvieron un escenario soberbio de gestación en la década del 90, y nada hace suponer que se detengan en el futuro inmediato. Estos procesos no son inocuos: como señala el periodista uruguayo Danilo Arbilla, “si ya es malo que la venta de jabones quede en pocas manos, peor es que la libertad de expresión quede en pocas manos”.

Las industrias de información y comunicación mediatizan el fluido simbólico, noticioso y de buena parte de los conocimientos de las sociedades contemporáneas. Estas industrias culturales condicionan la agenda pública, facilitando la emergencia de algunos sucesos o cuestiones desde una perspectiva definida (nunca neutral) y obturando la puesta en agenda de otros temas: un ejemplo cabal es el de la tematización de la “inseguridad” en los medios de una Argentina que se perturba con una selección intencionada de episodios. Esta (discrecional) selección se resiste a comprender los hechos en sus contextos y sus determinaciones de producción.

Uno de los principales puntos de apoyo de las teorías sobre comunicación y cultura es la premisa de que la circulación de información diversa y plural estimula la convivencia democrática, protege y legitima la diferencia de opiniones, permite consolidar posiciones, espacios y procesos de construcción cultural con dimensión autónoma y colabora con el contraste entre perspectivas y análisis para elaborar, colectivamente, síntesis superadoras a partir de lo real. Y aunque la concentración y la centralización de las industrias culturales erosiona la elemental diversidad de voces que deberían escucharse en una sociedad de tipo democrático, en la Argentina constatamos que como en la película de María Luisa Bemberg, y a pesar de algunas nobles excepciones, “de eso no se habla”.

Históricamente se ha definido que la forma de garantizar el pluralismo es a través de la diversidad de medios y de la expresión pública de diferentes definiciones políticas. Este derecho no debe quedar confinado a la garantía de una estructura de propiedad no oligopólica, sino que también debe asegurarse la multiplicidad de contenidos en los medios. Esta diversidad de propietarios y contenidos debe quedar reflejada en todos los niveles relevantes: el político, el cultural y el lingüístico.

Si la diversidad es garantía de pluralismo, los procesos de concentración implican en general la reducción de propietarios, la contracción de voces y una menor diversidad.

Estos procesos de concentración de industrias culturales se aceleran en la medida en que el sector de la información y la cultura se destaca como un es-

pacio ya no sólo de formación de la opinión pública, sino también de formación y multiplicación de capital. Pero el caldo de cultivo de la concentración se potencia si, además, la única lógica de funcionamiento alentada por la regulación estatal es la que pondera el propósito comercial de los medios, como sucede en la Argentina. En efecto, la historia legal de la radiodifusión en el país prescribe el carácter lucrativo como lógica operativa de los medios de comunicación. La vigente Ley de Radiodifusión 22.285, decretada por el dictador Jorge R. Videla en 1980, sufrió numerosas modificaciones en los últimos 16 años, pero casi todas ellas redoblaron el énfasis hipercomercial del sistema comunicacional vernáculo.

En la reciente presentación de nuestro libro *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, el representante de Media Watch de Eslovenia, Lenart Kucic, sintetizó los tres efectos más relevantes de la concentración en los medios de comunicación:

1) la tendencia a la unificación de las líneas editoriales producto de la reducción de voces: por ejemplo, ninguna de las emisoras televisivas propiedad del grupo News Corp (del magnate Rupert Murdoch) se apartó del ferviente apoyo a la invasión a Irak por parte del gobierno de George W. Bush con el que Murdoch simpatiza abiertamente;

2) la existencia de conflicto de intereses entre el propósito informativo y el entramado económico del grupo de comunicación concentrado: el tamaño creciente de los grupos no reconoce fronteras de actividad en el ámbito de la comunicación, sino que se extiende a muchos otros sectores económicos, por lo que la información política y económica (tanto la que se brinda como la que se omite) suele estar filtrada por estos intereses;

3) la necesidad de concretar economías de escala y reducir costos laborales y administrativos conduce a los grupos de comunicación a maximizar los recursos físicos y humanos aprovechándolos para sus diferentes medios y unidades de negocio: la consecuente merma en la calidad de los contenidos afecta así al usuario final.

En la investigación que desarrollamos sobre la estructura y concentración de industrias de la cultura y la información en América latina, que se enmarca en un programa del Instituto Prensa y Sociedad (<[www.ipys.org](http://www.ipys.org)>), se revela que la Argentina exhibe índices de concentración de medios superiores a la media de la región, en un doble sentido: por un lado, en cada una de las industrias de la información (como la prensa escrita, la televisión abierta o de pago) los cuatro principales operadores dominan más del 75% del mercado (audiencia/abonados/lectores); y por el otro, en ningún otro país latinoamericano el tipo de concentración multimedia “conglomerada” (grupos de comunicación con pre-

sencia en casi todos los mercados de medios y también en telecomunicaciones) es tan alto y complejo como en nuestro país.

Esto indica que la concentración no es similar en todas las latitudes, ni en un mismo lugar en diferentes períodos históricos. Por el contrario: se trata de un proceso dinámico y en constante modificación. En el caso argentino, el panorama descripto continúa profundizándose: si bien el Congreso eliminó durante el 2005 (con más de dos años de retraso en relación con una declaración de inconstitucionalidad por parte de la Corte Suprema de Justicia), la prohibición para que las organizaciones no comerciales puedan acceder a licencias radiales y televisivas de baja potencia, en los últimos años la conducción del Estado ha eludido la responsabilidad de sancionar una ley audiovisual democrática. Por otra parte, el interventor del COMFER sostiene una política que ha implicado que la nueva norma que permite a la economía social acceder a la propiedad de medios de comunicación, se aplique con dosis homeopáticas.

El Poder Ejecutivo, además, no vaciló en congraciarse con todos los grupos de comunicación a través de una dadivosa extensión de las licencias de radio y televisión sin exigir, de modo público, contraprestaciones que permitan mejorar el servicio y que habiliten el acceso de los usuarios al control de éste. La remanida “batalla por el *rating*” televisivo por parte de las dos emisoras líderes en audiencia, por la que se burla cotidianamente el compromiso de programación anunciado por las propias emisoras, es sólo una pequeña demostración de la anomia instalada en el sector.

Las mismas políticas de transferencia de activos y de potestades a los grupos concentrados se aplican en un sector muy articulado con los medios de comunicación: las telecomunicaciones. En este caso, el Poder Ejecutivo suscribió una polémica acta de compromiso con las principales empresas del sector por el cual se compromete a cederles la propiedad de la red de telefonía que hoy es de patrimonio estatal (está concesionada sólo de modo temporal a Telefónica y Telecom). Otro ejemplo: este año la justicia determinó que el Poder Ejecutivo implemente el fondo fiduciario del servicio universal por el cual, desde 2001, las operadoras telefónicas deberían destinar el 1% de sus ingresos (este costo las empresas lo trasladan indebidamente a los usuarios) a garantizar el acceso a las redes telefónicas en las localidades más alejadas de los principales centros urbanos del país. Hasta ahora ni la Secretaría de Comunicaciones de la Nación ni la Subsecretaría de Defensa del Consumidor ni la Comisión Nacional de Comunicaciones han podido, han querido o han sabido materializar este derecho. Cabe destacar que en este sector se asiste a una fuerte puja de grupos concentrados entre las telefónicas que pretenden ingresar al negocio de la radiodifusión mediante la prestación de servicios conjunta de telefonía, Internet y televisión por cable conocida como “triple play”, y los grandes grupos de medios, con *Clarín* a la cabeza, que utiliza sus fuerzas para impedirlo.

En tanto, el año 2006 se cierra con una nueva ola de fusiones y adquisiciones en los grupos de comunicación que pretenden en el futuro disputar el mercado a *Clarín* y Telefónica, los más consolidados. Merecen destacarse la cada vez más activa presencia del grupo español Prisa (diario *El País*, cadena Ser, Canal+, entre otros) que, en sociedad con Godó (editor del diario *La Vanguardia de Barcelona*), está ya gestionando varias radios encabezadas por Continental; los cambios accionarios y directivos en el grupo América-La Red, que afectan indirectamente al diario *Ámbito Financiero*; y la expansión de medios gráficos vinculados de modo orgánico al estamento gobernante en varias provincias del noroeste del país.

Hemos reservado para el final de este ensayo sobre el contexto de desarrollo de las industrias de información, comunicación y cultura de la Argentina la referencia al debate acerca de la discrecionalidad del Poder Ejecutivo en su relación con algunos medios y las presiones a la prensa que denunciara, en octubre de este año, la Relatoría Especial para Libertad de Prensa de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Entendemos que una de las cuestiones pendientes y postergadas por la conveniencia de “no hablar” de temas incómodos, es asumir que las relaciones del Estado con el sistema de medios incluye pero no se agota en el tipo de articulaciones de carácter informativo que el gobierno —entendido como administración contingente del Estado— promueve con los medios. Ni siquiera en la discrecional asignación de la pauta de publicidad oficial.

Así como recordamos que desde la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 existen disposiciones elementales sobre el derecho a la información que son ley en la Argentina pero distan de ser garantizadas para todos los habitantes del país, creemos que el escenario de concentración de la información, la comunicación y la cultura nos habilita a formular una necesaria distinción conceptual entre “libertad de prensa” y “libertad de expresión o de comunicación”.

En un país con altos niveles de concentración mediática y de centralización geográfica de la producción industrial de los contenidos culturales, la libertad de prensa podría, eventualmente, estar garantizada. Si existen obstáculos, presiones o intenciones de los poderes públicos, éstos deben denunciarse y corregirse en el marco de la ley. Lo mismo vale para las interferencias y amenazas a la libertad de prensa que puedan registrarse por parte del sector privado corporativo. Otro tanto puede afirmarse respecto de la discrecionalidad de asignación de recursos del Estado (que no se refieren únicamente a la publicidad) y también de los principales anunciantes privados cuando se corrobora la interferencia con los propósitos informativos de los medios.

Pero si no existieran presiones gubernamentales a la prensa, ya sea a escala nacional, provincial o municipal, ¿podría hablarse de libertad de expresión

garantizada? Desde nuestra perspectiva, la libertad de prensa no alcanza para realizar integralmente el principio, fundamental, de la libertad de expresión.

Los sujetos de los derechos de libertad de expresión no son los dueños y los editores de los medios, ni siquiera sus trabajadores: la titularidad de estos derechos comprende al conjunto de los habitantes. La mayoría de éstos son privados de acceder sin restricciones al derecho a producir, almacenar, editar y difundir informaciones y opiniones en un contexto de concentración con una lógica hipercomercial que guía el funcionamiento de las actividades de comunicación. Por supuesto, además de los usuarios, también los periodistas, reporteros gráficos, diseñadores y otros profesionales de la comunicación son afectados por la concentración, ya que este proceso impacta en las relaciones laborales e influye en el ejercicio de la autocensura para cuidar la fuente de ingreso, así como en las peculiares estrategias de financiamiento de muchos de los formatos periodísticos que son dominantes en el medio radial, por ejemplo.

De este modo, el derecho a la información incluye la libertad de prensa, pero la libertad de prensa, siendo condición necesaria, no es condición suficiente para la materialización del derecho que asiste al conjunto de la sociedad. Creemos que es hora de comenzar a hablar de estas cuestiones condicionadas por los procesos de concentración de las industrias culturales, cuestiones que tensionan nuestra convivencia cada día, para contribuir a mejorarla.