

PALABRAS FINALES

Guillermo Mastrini, Luis Albornoz, Mariana Baranchuk, Gustavo Bulla,
Trinidad García Leiva, Santiago Marino, Diego Rossi

En un abarcador estudio sobre la televisión en América Latina, John Sinclair (1999) destaca que históricamente en la región existieron lazos informales entre el Estado y los propietarios de medios de comunicación. El predominio de un modelo comercial y privado se complementó con pactos no escritos de mutua conveniencia, que implicaron acuerdos que estimulaban tanto la legitimidad del sistema político como la estructura de medios. De esta forma los propietarios de medios gozaron de amplia libertad para operar en el mercado, mientras que el Estado mantuvo un control informal sobre los contenidos. En un destacado trabajo sobre las relaciones entre la radio y el poder político en la Argentina, Rosa María Brenca y María Luisa Lacroix remarcaban la existencia de un "privatismo oficialista". Este modelo de relación atravesó distintas etapas históricas y aparece implícitamente aceptado por vastos sectores de la clase política. No obstante, como bien señala Sinclair, esta simplificación no excluye la existencia de contradicciones entre el sector político y el sector empresarial.

La situación en la Argentina se corresponde en gran medida con lo indicado por Sinclair para la región. Sin embargo, el país presentó durante 15 años (1974-1989) una situación pocas veces vista a nivel mundial: el cuasi monopolio estatal funcionando en forma competitiva y comercial. En efecto, no fueron pocos los años en que numerosos canales de televisión y estaciones de radio estuvieron en manos del Estado. No obstante, el manejo estatal no implicó una política de servicio público sino que se limitó a imponer el control de los contenidos de forma directa. La administración económica de los canales y sus contenidos siguieron guiadas por la misma impronta que había tenido durante la etapa privada: comercial, financiada por publicidad y compitiendo por una audiencia masiva.

Esta situación permite comprender tanto las contradicciones en el bloque hegemónico, como la debilidad de los distintos sectores políticos y militares que se sucedieron en el gobierno para establecer y/o sostener una agenda propia en materia de políticas de

comunicación. Estas dificultades resultan todavía más llamativas y preocupantes en el caso de los gobiernos electos por sufragio universal. Sólo en la segunda presidencia de Juan Perón (1952-1955), el Congreso de la Nación fue capaz de sancionar una norma global para el sector. Las tres normas restantes fueron sancionadas por los gobiernos militares de Eugenio Aramburu (1957), Eduardo Lanusse (1972) y Jorge Videla (1980). Tras este estrepitoso fracaso del parlamento, realizado por los últimos veinte años de continuidad institucional, se esconde la permeabilidad de los representantes del pueblo ante los reclamos y los intereses de los propietarios de los medios. Desde 1983, la necesidad de aparecer en los medios como forma de legitimación de la clase política ha transformado la histórica permeabilidad en situaciones de dependencia. Los propietarios de medios, por su parte, conforman un grupo heterogéneo, con intereses diversos y contradictorios, especialmente entre las distintas actividades económicas involucradas en el sector comunicacional. De hecho, más de una vez, fue la propia puja de intereses entre sectores la que trabó el proceso legislativo¹. Por su parte la sociedad civil en general y los movimientos sociales en particular, o bien no han otorgado suficiente importancia al tema o bien, cuando lo han hecho, han permitido que predomine la fragmentación sobre el esfuerzo colectivo en busca de una comunicación más democrática.

De esta forma, la definición de políticas de comunicación en la Argentina presenta una aparente paradoja: la fuerte intervención del Estado y la carencia de una política de Estado, en el sentido de una política de servicio público que valore los intereses y necesidades del conjunto de la sociedad y de los estamentos particulares que la conforman. No resulta difícil comprobar que el Estado ha tenido una decisiva influencia en el sector de la radiodifusión (definiendo licencias, otorgando subsidios, sancionando el marco legal, etc.) y, a la vez, que ha carecido de una política sostenida en el tiempo. En general se observan medidas de coyuntura que luego tuvieron consecuencias prolongadas en el devenir histórico. Por ejemplo, no es arriesgado señalar que las decisiones tomadas por el gobierno de Aramburu tenían como principal objetivo desterrar cualquier vestigio de peronismo de los medios audiovisuales. Sin embargo, fue a partir de su decreto-ley y de las definiciones realizadas en su gobierno que se consolidó el modelo de televisión comercial que todavía

¹ Ver Albornoz, Mastrini, Mestman, "Radiodifusión: los caminos de la regulación", 1996.

rige en el país. Por su parte, la actuación del gobierno de Carlos Menem permitió la conformación de los grupos multimedia que hegemonizan el panorama comunicacional actual. Es importante recordar que esta política fue consagrada en dos artículos perdidos en medio de la Ley de Reforma Económica sancionada por el Congreso en el inicio de su gestión y al final de la noche. Es claro que definir una política de comunicación excede ampliamente el hecho de sancionar una ley. Como se ha visto, en los últimos años el sistema de democracia formal imperante en el país no ha sido capaz siquiera de establecer esto último.

Estos hechos se refuerzan si se consideran las cuatro instancias donde la radiodifusión tuvo estelar importancia. En dos de ellas, se promovieron ideas de servicio público. Tanto el trabajo de la Comisión para el Estudio de la Radiodifusión de 1938 como los planes de sectores peronistas en 1973, involucraban ideas tendientes a expandir el manejo público de los medios. Ya desde una perspectiva conservadora que seguía el modelo de la BBC británica de control social, la comisión del 38, como desde la perspectiva de sectores del llamado socialismo peronista en los años 70, se intentó avanzar en pos de una mayor presencia pública en el manejo de la radiodifusión y en la definición de una política de Estado en la materia. En ninguno de los dos casos se alcanzaron los resultados esperados, y en el caso de la estatización de los canales, la medida fue usufructuada por la última dictadura militar (1976-1983) que se apoderó de las estaciones para apoyar su política represiva.

Los otros dos momentos claves tuvieron una lógica privatista y comercial que, como se ha podido observar a lo largo del libro, fue la que imperó en la historia de la radiodifusión argentina. El éxito de las medidas tomadas durante los gobiernos de Aramburu y Menem en definir modelos a largo plazo distó, pese a él, de satisfacer los objetivos políticos que guiaron su sanción. La desperonización de la radiodifusión no resultó suficiente para desperonizar la sociedad, y la generación de multimedios cercanos al poder durante el menemismo, se reveló una alianza inestable e incluso contraproducente ante el intento de reelección perpetua. De esta forma, las decisiones adoptadas pusieron de manifiesto su

carácter coyuntural, y resultaron mucho más funcionales a los intereses de los propietarios de medios que a los del gobierno o a los de la sociedad en su conjunto.

La dificultad de establecer un proceso regulatorio democrático, o incluso de alcanzar objetivos políticos menos vinculados con el interés público, no debe ocultar las características estructurales, que se describen a lo largo del libro, de la radiodifusión argentina que complementan a las que hemos destacado en estas conclusiones. De esta forma no puede obviarse la temprana dependencia y vinculación con el capital y la producción extranjera; el histórico centralismo del sistema en torno a Buenos Aires tanto en la gestión como en la circulación de información y la producción de contenidos; la sistemática discriminación de los agentes no gubernamentales sin fines de lucro; la convalidación legal (generalmente a través de decretos presidenciales) de situaciones de hecho que vulneraban la ley; el no cumplimiento de la ley y su reglamento en determinados puntos (por ejemplo los que exigen la publicidad de las cuentas de los medios o la autorización del Ejecutivo para realizar traspasos de acciones); la conformación de organismos de regulación y control con carácter centralista, unitario y directamente dependiente del Ejecutivo Nacional; la privatización de la ganancia y la estatización de las deudas. En estos aspectos la continuidad de las directrices de política fueron absolutas, más allá de las características de los gobiernos de turno, lo cual denota un entramado social-institucional hegemónico que no ha podido ser resuelto en términos democráticos.

Otra continuidad histórica puede ser hallada en el manejo de los medios públicos que fueron utilizados, gobierno tras gobierno, como órganos de difusión de la actividad oficial, ante la indiferencia de la ciudadanía. Canal 7, Radio Nacional, el Servicio Oficial de Radiodifusión, así como numerosas estaciones de televisión y radio provinciales y municipales constituyen el peor ejemplo de la radiodifusión gubernamental que, a partir de la propiedad estatal, ha contribuido al desprestigio de lo público.

Al inicio de este libro, se indicaba la reapertura del debate en torno a las políticas culturales y comunicacionales. Entendemos que el mismo no puede quedar circunscripto a los intereses del reducido sector de empresarios de medios. De ser así, las decisiones en

materia de comunicación se limitarán a definir el núcleo selecto de licenciarios, a otorgar subsidios a las empresas sin contraprestación alguna, y a intentar penalizar a quienes osen intentar generar polos de expresión por afuera de la "legalidad" hegemónica. La sociedad civil, sus organizaciones, y el movimiento social deben unirse para instalar otra agenda. Para definir una política de comunicación democrática que no limite la libertad de expresión a la libertad de empresa, que comprenda la importancia económica del sector pero a la vez genere una circulación de producciones simbólicas diversas y plurales, una política que recupere conceptos como servicio público, acceso generalizado de la población a contenidos múltiples y diversos, y mecanismos de participación de la población en la definición de las directrices generales del área. La historia recorrida en este libro demuestra que si un conjunto de sectores de la sociedad civil (organizaciones y movimientos sociales, trabajadores y sindicatos, intelectuales y universidades públicas, usuarios y asociaciones de audiencia, entre otros) no comienzan el debate forzando a los responsables políticos a asumirlo, será muy difícil que este proceso surja por mera voluntad de quienes pretenden representar al pueblo en el Congreso de la Nación.

Bibliografía

Albornoz, Luis, G. Mastrini y M. Mestman (1996) "Radiodifusión: los caminos de la regulación" en Causas y Azares, Número 4, Buenos Aires

Brenca, Rosa María y M. L Lacroix (1986) Radio y poder en la Argentina 1920-1953, Cuadernos de Periodismo N°1, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Sinclair, John (1999) Latin American Television. A global view, Oxford University Press, New York.