

**COMISION DE MEDIOS AUDIOVISUALES  
EN CARTA ABIERTA**

**Documento – diciembre de 2008**

---

Parte 1

**Problemas de comunicación**

A la hora de pensar en los problemas de comunicación del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, suele aludirse a cierto aspecto técnico o instrumental, de equivocación en las formas o en la elección de los canales y voceros. Y aunque todo ello pueda ser cierto, no atañe en absoluto a lo esencial. El gobierno tiene serios problemas de comunicación, pero ellos apenas se relacionan con cuestiones de instrumentación o de eficacia, subsidiarias de otros asuntos verdaderamente relevantes.

No obstante, debemos detenernos en distinguir la estrategia comunicacional del gobierno con la política comunicacional que impulsa.

**Los medios**

Por estos días el gobierno ha comunicado una noticia de irrefutable relevancia. Por sus consecuencias fácticas y su importancia estratégica, la eliminación de las AFJP y la reconstrucción de un sistema previsional único y estatal deberían asegurarle el recupero de la iniciativa política y de la confianza popular. Sin embargo, y aún con un consenso sustancial en favor de tales medidas, la noticia parece haber sido tomada con cierta reserva por la opinión pública (acaso por efecto de la grosera manipulación llevada a cabo una vez más por parte de la opinión publicada). De aquí emerge una primera e insoslayable dificultad comunicacional del gobierno, que sólo puede negarse por complicidad, ingenuidad o dogmatismo: los medios masivos de comunicación ocupan de manera orgánica el lugar de la oposición política, compensando con creces la ineficacia de aquélla.

Los medios de información de mayor alcance e influencia, capaces de producir agenda y de construir opinión, se encuentran en manos de agentes que han decidido jugar decididamente en contra de las políticas gubernamentales, apelando para ello a múltiples estrategias de ocultamiento, manipulación y tratamiento asimétrico de la información. Frente al monopolio privado de la palabra pública, la necesidad de que el estado modifique la legislación vigente sobre radiodifusión parece impostergable si se tiene conciencia de que, más que sobre un gobierno en particular, la amenaza se cierne sobre la propia democracia, impensable por debajo de un umbral mínimo de pluralismo - y buena fe - en la opinión.

Los medios públicos, de influencia más limitada, no llegan a compensar tal desequilibrio comunicacional por diversas razones, entre las que se cuentan los altibajos en sus niveles de profesionalismo y la dificultad que supone el intento de transmitir mensajes alternativos a través de estéticas dominantes respecto de cuya utilización, para peor, suele carecerse de la necesaria pericia. Por otro lado, las cooptaciones y alianzas tejidas por el gobierno con algunos medios resultan cuanto menos temerarias (el caso de Infobae o C5N es paradigmático), mientras

que los medios alternativos están afuera del paradigma comunicacional oficial y, aunque vastos sectores intentan promoverlos, adolecen del alcance y la influencia necesarios para contrarrestar el aceitado despliegue del conglomerado mediático.

### **Y los discursos**

Sin embargo, la cuestión relativa al desnivel desfavorable en la opinión que resulta de la actual configuración de los medios de masas en Argentina, y que podría comenzar a corregirse paulatinamente con la impostergable sanción de una nueva normativa que garantizara una efectiva pluralidad de voces, no es ni la única ni la más profunda de las dificultades comunicacionales del gobierno. En efecto, más allá de los medios están -amplificados o negados por ellos - los discursos. Suele afirmarse desde ciertas posiciones que intentan ubicarse a la izquierda del gobierno, que en variados aspectos no se ha avanzado más allá de la gestualidad o del discurso. Independientemente de la mayor o menor entidad de tales críticas, no hay razón para restar valor a las palabras y los gestos en una época en la que el discurso político se encuentra bastardeado.

El intento de restituir a la política su centralidad en la organización social y económica es también una disputa semiótica. Precisamente en este aspecto, las resistencias en el universo de la recepción son inocultables, constituyendo una barrera difícil de franquear. El discurso antipolítico, que los medios construyen/retoman/reenvían a y desde la sociedad parece constituir un anticuerpo resistente y efectivo a la hora de contrarrestar las intervenciones que, desde el discurso y la acción, intentan restituir un ideario de integración social sobre cuya derrota se ha afianzado el neoliberalismo más salvaje.

Desafortunadamente, la comunicación gubernamental parece adolecer de toda estrategia y, lo que parece peor, de todo diagnóstico acertado frente a ese estado de cosas. A la narrativa mediática, estructurada sobre la base del conflicto entre la "gente" y los "políticos", el gobierno opone un discurso argumentativo de corte ilustrado, también destinado a la "gente". Así, frente al núcleo duro y extenso de la antipolítica, las interpelaciones del discurso oficial despiertan adhesiones tibias y contradictorias entre los propios, y exacerbados odios militantes en los ajenos. Resultaría indispensable, entonces, pensar en otra discursividad. La "gente", colectivo imaginado sobre el espectro de los sectores medios urbanos, sólo en segundo grado puede ser el sujeto de la interpelación de un gobierno popular. Es necesario, antes que nada, volver a referirse al Pueblo, apelar a su movilización simbólica. Tal vez recién entonces una política popular pueda comenzar a ser oída; y a hacerse escuchar.

El sujeto destinatario es un constructo. Como tal, la democratización de la opinión pública no es otra cosa que la democratización del uso de los medios públicos.

Parte 2

**Lugares comunes, sentido común.**

El gran Otro mediático, privado y monopólico realiza permanentemente la construcción política de la realidad global y nacional. Articula y ordena discursos que dan forma a un sustrato de sentido común que hunde sus raíces en los fantasmas más reaccionarios de las clases medias para devolverlo naturalizado.

Lugares comunes que la repetición de los medios y la presunta autoridad de opinólogos creados a su medida transforman en sentido común universal.

La apelación a la "verdad de los hechos" y al "lenguaje de la gente" enmascara que la "cruda realidad" tiene estructura ficcional. Se presenta a modo de natural lo que es una puesta en escena preparada y ambientada. La realidad mediatizada es un relato; "En vivo y en directo" nos remite a la artefactualidad de Derrida ya que ninguna percepción está despojada de interpretación o intervención técnica y la "actualidad" que fija agendas suele ser "actuada" o interpretada a través de numerosos dispositivos artificiales, jerarquizados y selectivos. Ni la realidad ni las palabras son transparentes. Acierta Barthes: el sentido común es la domesticación de la realidad.

Es aquí donde los medios inciden sobre la palabra -que es la expresión del pensamiento- declarando la muerte de categorías por anacrónicas y travistiendo otras para robarles su significación histórica. El robo y supresión de la categoría "pueblo" por la de "gente" es probablemente la más grosera, pero también han desaparecido otras que describen el contexto sociopolítico persistente y gravoso. Desapareció la palabra imperialismo sin que desapareciera el imperialismo, los trabajadores no son una clase para los medios y crecen las replicas a la categoría compañeros desde el progresismo. La universalidad de que todos somos sujetos de derecho, sobre la que Evita propuso su paradigma de que *donde hay una necesidad existe un derecho*, trocó en la de que todos somos consumidores "iguales ante el producto". Ciudadano se opone con "habitante" y los niños son "menores"...

**Los soportes**

El abismo tecnológico, hace imposible describir el fenómeno de los medios como "la relación homóloga inter pares" que propone Antonio Pasquali.

Es mas bien una suerte de compulsión desigual que Umberto Eco análoga con la lucha de clases en la que todos somos proletarios comunicacionales. Y cada vez más dependientes, si reconocemos la inexorable, indetenible e inminente convergencia de los soportes tecnológicos. Televisión, computadora personal y teléfono comparten dispositivos. Las derivas futuras no son tan impensables como novedades científicas sino como nuevos usos y apropiaciones del medio. Por lo tanto, la ley deberá garantizar la distribución equitativa y la implementación de las nuevas tecnologías.

Existe cierta idealización con respecto a la capacidad democratizadora de algunos contenidos o de algunas tecnologías. No hay contenidos o tecnologías neutras. Tampoco existe un glosario de contenidos o un dispositivo tecnológico que determinen por sí mismos la distribución plural de las condiciones de producción y reconocimiento del discurso mediático. Más aún: una política democrática no se

agota en un repertorio de procedimientos republicanos formales. Como interpretante y resultante de los contenidos y la tecnología, la acción política se articula en los medios masivos y en todos los sectores de la sociedad.

La problemática de los medios resulta, entonces, una tríada que vincula tres vértices: el conceptual, el tecnológico y el ideológico. Una relación triádica, debido a que cualquier acción o modificación en algunas de estas zonas produce una acción o modificación en las otras dos, por lo que es imposible su resolución con procedimientos formales y, menos aún, tomando estas cuestiones por separado. Asistimos a cambios cualitativos de tal magnitud que reportan un nuevo paradigma. En el área tecnológica, la digitalización representa una nueva configuración del dispositivo mediático. En el campo ideológico, una ley de la democracia puntúa una agenda que nada tiene que ver con la ley nacida durante la última dictadura militar (*Ley 22.285/80*).

### **La madre de todas las batallas - La ley**

La concepción del estado moderno lo exige árbitro entre las fuerzas sociales y es el soporte legal su marco de acción. Es la ley, cuanto la más elocuente, la que impide el abuso del poderoso sobre el débil y es, por tanto, siempre el poderoso el beneficiado por la ausencia de ley y la abdicación del estado. En un contexto dominado por el poder de la información una ley de servicios audiovisuales de la democracia será una ley en defensa propia: Una nueva Ley de Radiodifusión que admita a otros oferentes simbólicos y esté regida por otra racionalidad que no sea la del lucro; que procure una adecuada reserva del espectro para lo social, lo comunitario y lo público además de lo privado; y, sobre todo, que este imbuída del concepto de la información como derecho, rechazando la categoría que toma al público como cliente.

No es gratuito que la ley vigente, la 22.285 sea una ley al amparo de la doctrina de la seguridad nacional. Que la dictadura más horrorosa, sangrienta y perversa de nuestra historia haya promulgado su propia ley parece una cuestión de sentido común. En el contexto de la represión ilegal del terrorismo de estado, signado por el secuestro, la tortura, el asesinato, la desaparición forzada de personas, el robo vil, la corrupción y el robo de niños; bajo la doctrina de la seguridad nacional y firmada en el mes de septiembre de 1980 por Videla, Martínez de Hoz y Harguindeguy tiene una impronta autoritaria y centralista insalvable. De hecho toda actualización, en democracia, del marco regulatorio con base en esa ley no hizo mas que favorecer la concentración de los medios y su influencia sobre el relato histórico y social. El aumento de la cantidad de licencias para cada empresa es el ejemplo emblemático, pero, además, los huecos legales propiciaron todo tipo de abuso.

La matriz ideológica de la ley se revela, sin embargo, en el art. 45 que en su redacción original determinaba el otorgamiento de licencias a personas físicas o personas jurídicas de carácter comercial, salvado recién en 2003 por la Corte Suprema de Justicia que lo declaró inconstitucional en un dictamen relativo de una causa iniciada por una mutual cordobesa, y modificado en 2005 por la Ley 26.053 que habilita a organizaciones sin fines de lucro, exceptuando a las cooperativas de servicios públicos. Fue el mismo año en el que el decreto 527 suspendió por diez años el conteo del transcurso de las licencias de servicios de radiodifusión.

**Primero la ley**

El momento es ya. La mejor oportunidad es aquella en la cual la acción se lleva a cabo: siempre es el momento porque nunca es el momento.

La nueva ley de radiodifusión de la democracia incide directamente en los intereses materiales concretos de los monopolios mediáticos, en una legión de operadores culturales complacientes con esa situación y en un burocratismo parasitario gestor del inmovilismo y la prebenda.

No hay fundamentos que justifiquen la continuidad de una ley anacrónica que no contempla la evolución tecnológica. A las puertas de la definición de la norma digital una nueva ley marco es el previo indispensable. Primero la ley. Y en ella la creación de un organismo de control fuerte y federal con participación de los sectores involucrados.

Desde la recuperación de la democracia, no faltaron proyectos para una nueva ley de radiodifusión: fueron 37 Proyectos, entre ellos 2 oficiales, que sucumbieron a las presiones ejercidas por los grupos económicos que condicionaron insalvablemente o se asociaron impudicamente con el poder político.

Raúl Alfonsín no supo, no pudo y no quiso promover una ley democrática. Carlos Menem aprovechó la ley vigente para agudizar la concentración de la propiedad de los medios en el negocio de unos pocos. En el gobierno de la Alianza no sólo se negó el tema sino que incluso se encorsetó y condicionó a los medios estatales, cuando a tres días de asumir vetó la ley que creaba RTA, sancionada por unanimidad en ambas cámaras un mes antes: un multimedio no gubernamental con control social y parlamentario. Para Fernando De la Rúa la cuestión de los medios quedaba resuelta en una agencia de publicidad.

Ante la fuerte impronta de la iniciativa política del gobierno, el híbrido opositor políticos-medios sólo atina a ironizar cuando tiene algunas responsabilidades gubernamentales o agraviar cuando las tuvo y no las tiene.

En el contexto de los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner y de sus declaraciones en ese sentido, se vuelve fosforescente su deuda manifiesta en la demora de una ley de radiodifusión que vaya en consonancia con su acción política en el marco del proyecto nacional.

Aunque aún no esté en la agenda del colectivo social la discusión sobre la nueva ley salió de los estrechos círculos académicos y de especialistas en comunicación, llegando a espacios gremiales, sociales y comunitarios. Pero estas discusiones no fueron reflejadas por los grandes medios; los medios no discuten sobre la propiedad de los medios.

Una ley democrática de radiodifusión es sólo el primer paso formal hacia una política comunicacional de inclusión social, y además, que la sanción de una nueva ley debería insertarse en el marco más amplio de una política comunicacional; que contemplara el conjunto de acciones del Estado en relación al sector, el control, regulación y gestión de medios públicos, así como el manejo de la información pública.