

La rentabilidad ecosocial: un imperativo para el nuevo modelo de comunicación [Reseña]

Eco-social profitability: a major need for the new communication model [Review]

Fechas | En edición: 11/03/2021 - Publicación final: 01/07/2022

Laura BARRERA-JEREZ

Universidad de Málaga. España. laurabarrerajerez@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3051-055X>

Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento? Indicadores de rentabilidad social y políticas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea

Coordinadores: M. Chaparro Escudero; V. Gabilondo; L. Espinar Medina

Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2019

235 páginas

ISBN: 978-84-17600-11-2



Resumen

Este libro demuestra la necesidad/utilidad de la aplicación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM), junto al Indicador Mediático de Transición Ecosocial (IMTE), para el nuevo modelo de comunicación que necesita el mundo. Este instrumento fue desarrollado por el Laboratorio de Comunicación y Cultura (COMAndalucía) de la Universidad de Málaga, en función de conseguir medios de comunicación más transparentes, plurales y diversos, así como apoyar la rectificación de políticas que los regulen. El libro muestra resultados sobre la aplicación del instrumento en el contexto español y un diagnóstico de países latinoamericanos y europeos donde debería aplicarse también.

Palabras clave

Democracia; Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación; Indicador Mediático de Transición Ecosocial; COMAndalucía; pluralidad; regulación mediática; transparencia.

Abstract

A creative guide for following inspiration, being This book presents a demonstration on the utility of applying the indicators of Social Profitability in Communication (IRSCOM) and Eco-social Transition Media (IMTE) for the new communication model needed worldwide. These instruments were developed by the Communication and Culture Laboratory (COMAndalucía) of the University of Malaga in order to achieve more transparent, plural and diverse media, supporting the rectification of current policies. The book shows results on the application of the instruments within the Spanish context and a diagnosis of Latin American and European countries where this approach could also be applied.

Keywords

Democracy; Indicator of Social Profitability in Communication; Eco-social Transition Media Indicator; COMAndalucía; plurality; media regulation; transparency.

La pandemia por COVID-19 y la reciente escalada en el conflicto ruso-ucraniano demuestran cómo ha cambiado la producción, regulación y consumo mediáticos.

La posverdad, las llamadas *fake news*, la publicidad antivacuna, la torre de televisión de Kiev (Ucrania) bombardeada... La censura de medios rusos en la Unión Europea... Las dificultades para el acceso a datos y la falta de transparencia...

Vivimos en un mundo donde proliferan la concentración mediática y la desinformación, mientras pierden credibilidad el periodismo y los medios.

¿Quién nos cuenta el cuento? Justamente es el cuestionamiento central que nos propone este libro, cuya primera edición fue en 2019, pero que recientemente fue publicado por Espejo de Monografías, en acceso abierto.

Esta obra, de corte académico, demuestra tanto desde la argumentación teórica, como empírica, la necesidad/utilidad de la aplicación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) desarrollado por Laboratorio de Comunicación y Cultura (COMAndalucía) de la Universidad de Málaga, para conseguir medios de comunicación más transparentes, plurales y diversos que garanticen contenidos de calidad y fomenten una audiencia crítica.

Aunque la obra tiene sus cimientos en ese instrumento, aplicado a la radio y a la televisión, la actualización de IRSCOM, con un componente ecosocial, así como sus adecuaciones a contextos distintos al español, hace que este libro cobre mayor significado en el panorama infocomunicacional actual.

Por eso, desde el prólogo, bajo la firma de Enrique Bustamante, se confirma el aporte de la obra como "hoja de ruta de la comunicación en democracia".

El libro incluye descripciones contextuales y funcionales de los medios y las políticas de comunicación y regulación mediática, según cada país de América Latina y Europa Mediterránea al que se refiere. El uso de tablas y gráficos facilita su comprensión.

Aunque tiene un enfoque académico, puede ser comprendido por un público ajeno a este sector. De hecho, de este modo, cualquier persona estaría más preparada para defender sus derechos a la información de calidad.

En total, el volumen se divide en 13 capítulos, con una distribución escalonada: desde España (donde nace IRSCOM) hasta los contextos latinoamericanos y europeos donde no se ha aplicado y cuyas deformaciones funcionales de los medios, justifica la pertinencia de la aplicación de este instrumento.

Inicialmente se hace un recorrido por las políticas públicas de comunicación desde la llegada de la democracia a España. Queda claro entonces la necesidad de regular los medios no tanto desde una matriz tecnológica y económica, sino desde los intereses de la ciudadanía. El texto demuestra una tendencia a la concentración y a la autorregulación desde intereses ajenos a los principios del servicio público.

Para España, la Directiva (UE) 2018/1808 planteó avances sobre la Ley 7/2010, en cuanto a los contenidos y los consumos, sin embargo, aún este país carece de una autoridad audiovisual independiente que regule y reforme el panorama mediático como exigen las condiciones actuales.

De modo que, la definición legal de la Rentabilidad social de los medios y la vigilancia en su cumplimiento son un paso central hacia ese objetivo, como queda evidenciado en el libro.

El capítulo 2 hace aportes fundamentales al describir la opacidad empresarial de las radios comerciales en España y alerta sobre las agrupaciones de emisoras locales bajo una misma propiedad o en régimen de sindicación, asociación o de alquiler. Esto influye en detrimento de la programación local de proximidad.

De ahí proviene la razón de ser de IRSCOM (dividido en 6 ejes: Gestión, Capital Social, Articulación territorial, Programación, Presencia en Internet, Infraestructura). Su aplicación permite conocer quién informa, cómo lo hace, desde dónde se construyen los contenidos y si se cumple la legislación. Así se convierte en un modelo para fomentar las buenas prácticas y en guía para la implementación de políticas públicas más efectivas.

En este sentido, también mapea la radio local comercial en Andalucía y demuestra el fracaso de las políticas autonómicas y nacionales en cuanto a la descentralización de las cadenas, la transparencia en su gestión y las programaciones no alineadas con la formación de una opinión crítica y responsable.

Precisamente, al tomar en cuenta la importancia de esa conciencia cívica que deben promover los medios, el capítulo 3 se dedica al Indicador Mediático de Transición Ecosocial (IMTE), con 3 áreas de análisis: Gestión, programación y participación de agentes de transición.

Si IRSCOM se centra en evaluar y fomentar cambios en los modelos de gestión de los medios y en los reguladores del espacio radioeléctrico; esta nueva variable que lo complementa se enfoca en las rutinas de producción y en los discursos de esos medios, frente a los imperativos ecosociales con los que conviven.

Este es un paso importante hacia la conformación del nuevo modelo comunicativo por el que debemos abogar y que requiere, necesariamente, una decolonización de los imaginarios, como defiende el libro. Por eso, los medios del Tercer Sector son fundamentales y deben tener oportunidades legales y técnicas para actuar.

Además, la transparencia en los medios audiovisuales es tarea de primer orden, (capítulo 4), sobre todo para recuperar la credibilidad mediática. Esa transparencia no debe quedarse solo en el nivel de rendición de cuentas, sino que debe garantizar el acceso a la información pública cuando sea solicitada.

El capítulo 5 cierra la primera parte de este libro y ofrece resultados sobre la aplicación de los indicadores de rentabilidad social al grupo Prisa en Andalucía. Demuestra, nuevamente, el fracaso de ese modelo mediático.

En los restantes capítulos (incluidos en la segunda parte) se describen los contextos de Argentina, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Guatemala, Costa Rica, Colombia, Chile, Grecia e Italia, a modo de diagnóstico para la aplicación de IRSCOM.

En cuanto a los países latinoamericanos, el libro corrobora que la concentración mediática es un problema histórico en el área, alimentado por élites políticas y económicas que controlan los medios.

Al respecto, no se han dado pasos resolutivos contundentes, entre otros factores, por las fragilidades constantes de las democracias en la región y las ausencias, aún más significativas que en Europa, de regulaciones que garanticen a las audiencias una comunicación plural, diversa y desde medios transparentes, en su gestión empresarial y editorial.

El libro también señala (capítulo 9) la responsabilidad de las ciudadanías y se plantea que ellas no han ejercido un verdadero control frente al poder de las élites mediáticas.

Esta cuestión, cambia el foco de atención del libro, que había estado fundamentalmente sobre gobiernos, empresas e instituciones mediáticas.

El señalamiento de las responsabilidades ciudadanas deja abierta una brecha para un debate más amplio y profundo sobre el poder real que tienen esas audiencias frente a un panorama históricamente retorcido y cuyo mecanismo está optimizado para banalizar contenidos y disminuir el pensamiento y la acción críticas.

Entonces, ¿qué tanto debe/puede hacer la ciudadanía para revertir el escenario mediático oligopólico y opaco?

Este libro provoca esa y muchas otras preguntas que se imponen hoy. Es un acercamiento multidimensional y muy pertinente sobre el funcionamiento de los medios. Además, pone en alerta tanto a investigadores y profesionales del sector, como al público en general.

El imperativo del nuevo modelo de comunicación queda más que evidenciado y su rentabilidad ecosocial debe priorizarse.

