

Martín Becerra.

De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América latina.

Buenos Aires: Paidós, 2015. 206 p. ISBN 978-950-12-0273-1

Martín Becerra es profesor de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad de Buenos Aires, doctor en ciencias de la comunicación y se especializa en políticas de medios, tecnologías y concentración en América latina.

El libro es un profundo trabajo de investigación sobre el tema del título y no faltan párrafos de opinión del autor al abocarse a problemas de su especial interés. Está formado por una introducción, seis capítulos que enfocan el objeto de estudio desde distintos aspectos, una conclusión y una exhaustiva bibliografía.

La introducción, cuyo título “Cuando lo sólido se transforma”, evoca inmediatamente la frase de Marx: “Todo lo sólido se desvanece en el aire” y se aplica a la idea de que la noción de “industrias culturales” ya no es única, pues se tornó difícil de acotar debido a los cambios producidos por las redes digitales. Becerra plantea, como objetivo del texto: “El estudio de las políticas y sus marcos normativos; del funcionamiento económico del sector de las industrias culturales y del conjunto de la economía en el que este se desarrolla; de los comportamientos, usos y circulación social de los contenidos (información, entretenimiento) y de la configuración tecnológica y condicionamientos de la ‘arquitectura’ del sector a partir del cruce con otras actividades,

como las telecomunicaciones y las redes digitales”.

La cita es extensa como extenso e inabarcable es el objetivo. El libro tiene la pretensión de decirlo todo porque el autor sabe de lo que escribe, pero afronta una tarea imposible si no se la plantea como una investigación abierta permanentemente. Los cambios tecnológicos, económicos, sociales de nuestro país y de América latina no permiten darla por cerrada. Esta cita sirve, también, para mostrar el estilo del investigador. Las oraciones vastas solo separadas por puntos y coma demuestran que el texto se dirige a un público específico: el investigador en políticas de medios. Así se comprende la densidad semántica de los párrafos y su difícil legibilidad.

El primer capítulo trata sobre tres décadas de políticas de comunicación en la Argentina. El segundo desarrolla los conceptos de concentración de medios y libertad de expresión. En el tercero, se tratan los medios públicos vistos como “el agujero negro de la política de medios”; en el cuarto, se explora sobre las múltiples facetas de la publicidad oficial, y en el quinto se pone el acento en las características comunes en regulación de medios en América latina.

El último capítulo aborda las políticas para medios y para redes digitales. Se

puede percibir que el autor se introduce en un problema que no está cerrado para el lector ni para él, no solo por el avance tecnológico sino también por la evidente necesidad de profundizar más en este. Finalmente, las conclusiones son fuertemente argumentativas, ya que Becerra se explaya en su teoría de que el sistema argentino de medios se basa en la idea de “vasallos y mecenas” en un mercado “protocapitalista”.

Reflexionaremos sobre algunos aspectos de los primeros cinco capítulos y realizaremos una breve aproximación por la intensidad con que se aborda cada uno. El primero se abre con un desarrollo amplio del contexto en que nacen la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (no. 26522, de 2009) y la ley llamada “Argentina digital” (no. 27078, de 2014) que intentaba ser un complemento de la anterior pero que terminó siendo contradictoria respecto de la del año 2009, como señala claramente el autor.

Asimismo, el investigador entiende que la erradicación de la censura es un avance positivo de los últimos tiempos pero que, a la vez, se produjo otro fenómeno de tono negativo: el incremento de la concentración de medios. Aquí expone su teoría sobre las relaciones entre medios y poderes que, sintetizada, supone que el “vasallaje” es el caso en que los titulares de las licencias ofrecen espacios a políticos y empresarios que aportan económicamente a sus medios y que el “mecenasgo” establece que un medio dependa

exclusivamente de una fuente de ingresos, léase la publicidad oficial.

Becerra analiza la política de medios kirchnerista entre los años 2003 y 2014 y observa los cambios producidos por influencia del contexto político. Se refiere a la diferencia entre Néstor y Cristina Kirchner respecto del Grupo Clarín. Esto es refutable si recordamos que fue Néstor Kirchner el que cambió la relación con la empresa durante la primera presidencia de su esposa; es decir, no es que a uno le corresponda un modo de encarar la cuestión y a la otra, otro. Cristina Kirchner exacerbó lo que su esposo ya había planteado. El autor afirma que los medios estatales fueron siempre oficialistas en la Argentina pero que nunca se dio una propaganda sistemática y pagada por los ciudadanos en medios impresos, radios, televisión y en las redes, como en el gobierno kirchnerista. Critica duramente a la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) porque postula que la asociación no desea regulación mediática alguna. Becerra asevera que el modelo de mercado propuesto por el contexto presente tiende a la concentración y a la convergencia. Esto remite al título del libro que alude a la concentración con la ley de 2009 y a la convergencia, con la ley de 2014.

El capítulo 2 se explaya sobre en qué consiste la concentración de medios y cómo esto afecta la libertad de expresión. El hecho de que haya pocas voces supone obviamente el silencio de otras muchas. El hecho de que se permitan grandes conglomerados afecta a los medios pequeños y medianos que no cuentan con los recursos

de los más poderosos y que suelen ser fagocitados por ellos. “Un estado democrático implica una regulación mediática”, dice el investigador. Finaliza el capítulo con la indicación de que la concentración de medios es un concepto que debe seguir estudiándose.

En el capítulo 3, Becerra se dedica a los medios públicos. Hace una perfecta caracterización de qué elementos compone un medio público. Cuadros y estadísticas fortalecen la información brindada. Puede cuestionarse que ve a los medios públicos como medios no comerciales. En efecto, son medios no privados, pertenecen al pueblo pero han de ser rentables para funcionar. Se da, entonces, una visión frecuente en los investigadores de la comunicación: imaginar al medio público como un medio cultural, de alta calidad, gratuito, sostenido por los impuestos del pueblo. Esta perspectiva podría catalogarse de utópica, porque no hay organización que no tenga un sustento comercial. Incluso las ONG necesitan de aportes voluntarios.

Luego, el autor se focaliza en el concepto de convergencia. Se centra en los aspectos técnicos o económicos y los desarrolla con amplitud. De todos modos, debemos decir que la convergencia no es solo un fenómeno tecnológico y económico. Es, hace ya bastante tiempo, un fenómeno social y cultural.

El capítulo 4 —sobre publicidad oficial— recuerda que esta constituye un 10% de la torta publicitaria general. Se aboga por la necesidad de un manejo transparente y regulado que evitaría que se la utilice

políticamente para premiar o para castigar a los diferentes medios de comunicación. Señala, como ejemplo, el abuso de publicidad oficial en el programa *Fútbol para todos* durante la era kirchnerista.

En el capítulo 5 se recorre exhaustivamente la situación de las políticas y normativas de medios en América latina. Como los capítulos anteriores, se demuestra la investigación rigurosa que el autor realizó y la extensa bibliografía en que se basó.

Dejamos para el final los textos que se diferencian del resto del libro. El capítulo 6, sobre la regulación de medios y redes digitales, queda inconcluso tal como Becerra enuncia en el título. Por un lado, el avance tecnológico cambia el ecosistema de medios permanentemente y, por otro, es un capítulo que merece más indagación. Se lo trata como un ámbito casi nuevo, aunque ya no lo sea. Finalmente, en las conclusiones, nos encontramos que muchas se derivan de la investigación efectuada pero otras son argumentaciones o teorías del autor a las que el lector puede adherir o no. El autor vuelve sobre la teoría del vasallaje y del mecenazgo y expresa sus puntos de vista sobre las variadas cuestiones expuestas.

Becerra conoce con mucha solvencia los temas que trata. Se puede observar su propia posición frente a muchos de ellos, aunque hace un esfuerzo meritorio (característico de toda su trayectoria académica, en verdad) para analizar la realidad de modo amplio y plural. Ese esfuerzo y ese conocimiento transforman al libro en un hito ineludible para todo aquel que se interese por esta área. Leer este libro en estos

días, a la luz de la propuesta de reforma de las leyes sobre medios de comunicación, realizada por el actual gobierno pero entendida como necesaria por los diversos actores interesados, es fundamental para

entender el presente del sistema de medios argentino. El texto de Martín Becerra que reseñamos es un verdadero compendio de todo lo que hay que saber antes de opinar sobre estos temas.

Patricia María Nigro

Universidad Austral
pnigro@austral.edu.ar

