

Neoliberalismo, corporaciones y medios de comunicación. Un abordaje exploratorio del contexto actual argentino

Año
2019

Autores
Acosta, Ivana y Barrera Calderón,
Emanuel

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Acosta, I. y Barrera Calderón, E. (2019). *Neoliberalismo, corporaciones y medios de comunicación. Un abordaje exploratorio del contexto actual argentino*. 1er Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, articulando diálogos políticos y académicos en Ciencias Sociales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

1º CONGRESO LATINOAMERICANO DE CIENCIAS SOCIALES de la UNVM 2019

“Articulando diálogos políticos y académicos en Ciencias Sociales “

Título: Neoliberalismo, corporaciones y medios de comunicación. Un abordaje exploratorio del contexto actual argentino

Línea temática: 6. Comunicación y procesos socioculturales

Autores:

Acosta, Ivana. UNVM - UNQ – José Teobaldo 1617, San Francisco (Córdoba). Email: ivanadaria1989@gmail.com

Barrera Calderón, Emanuel. UNC-CONICET y UNVM - Posadas 424, Córdoba. Email: ebarreracalderon@gmail.com

Palabras clave: neoliberalismo, corporaciones, medios de comunicación.

Introducción

En un contexto de crisis del capitalismo neoliberal, los mecanismos orientados a concentrar capital, poder y riqueza en manos de una delgada élite transnacional en el marco del desarrollo desigual entre países centrales y periféricos, ponen en evidencia el crecimiento de las desigualdades sociales en el mundo. Inevitablemente, afloran los riesgos inmanentes a la desmedida explotación del trabajo, depredación ambiental y financiarización de la economía, además de las escaladas de violencia y guerra.

Las “desregulaciones” de los gobiernos de orientación neoliberal dejaron como resultado mercados oligopólicos en sectores tan estratégicos como la alimentación o la energía. En el Norte y en el Sur global, los neoliberales imponen su recetario: privatización de empresas públicas, desregulación de los mercados financieros y reducción del gasto público. Progresivamente, el primitivo capitalismo de producción se transformó en un neocapitalismo de consumo en el que lo simbólico gana cada vez más importancia. En este panorama, el modo de regulación actual se ha adaptado a las nuevas demandas del capital para dar paso al posfordismo.

La construcción de la realidad social está en manos de los medios de comunicación que aprovecharon el sistema para ampliar su poder a través de la concentración y convergencia digital en grandes corporaciones. Ante este panorama, se considera a la pluralidad de medios como factor clave para dar cuenta de los niveles de democracia (Mastrini y Marino, 2008), por lo cual investigar la interacción de los medios, el Estado y la

ciudadanía en la definición de las políticas del sector ayudará a comprender las limitaciones en materia de democracia comunicacional.

Por consiguiente, el objetivo de este trabajo es analizar las políticas de comunicación llevadas durante la presidencia de Mauricio Macri desde 2015 a la actualidad a través de tres casos de corporaciones económicas preponderantes en el campo comunicacional en Argentina: Cadena 3, Clarín y La Nación. Para lo cual, resulta preciso tener en cuenta el momento histórico, y su relación con el contexto político, económico y social, como elementos que permitan estudiar al Estado y las estrategias de estas corporaciones de medios en tanto actores políticos y económicos.

Las corporaciones en el marco del neocapitalismo

En el caso de Latinoamérica en general, y Argentina en particular, los gobiernos de facto mantuvieron una estrecha relación con Estados Unidos y las directivas políticas y económicas, lo cual contribuyó a la conformación de un bloque neoliberal en nuestro continente. Durante este período la política exterior norteamericana - debilitada por la derrota en Vietnam y una economía debilitada - mutó su estrategia de intervencionismo bélico a una especie de “intervencionismo oculto” influyendo sobre distintos gobiernos – en especial latinoamericanos - y estableciendo un movimiento de países alineados a este rumbo político económico que surgía. Así nació lo que se conoce como Estado posfordista que se fortalece de una sociedad fragmentada y de las políticas globalizadoras, la producción a pequeña escala y diversificada, la implementación de la tecnología en todos los procesos de trabajo, reducción de personal, pero con mayor atribución de tareas, la transnacionalización del capital, desregulación de los mercados y la dominación del sector privado.

“Este nuevo sistema de acumulación tiene mayor expansión y obtiene “perfeccionamiento mediante la tecnología de la información; pero (...) no se trata simplemente de dismantelar el sistema estatal de bienestar, sino de diversificar su potencial para la división, la integración y el control, dentro de un contexto general de disminución de los beneficios materiales. A este proceso pertenecen las estrategias de privatización selectiva en favor de los grupos económicamente privilegiados (...). La descentralización, la iniciativa privada (...) desempeñarán un doble papel: para aquellos que no pueden sobrevivir de otra manera, debido a que caen fuera de la cada vez más holgada red social, se trata de una mera necesidad existencial; para aquellos que pueden pagarlo, asume una forma privilegiada. (...) La lógica de un desarrollo tal apunta a una transformación profunda de las relaciones entre el sistema político y la sociedad, transformación que podría conducir a una ‘desformalización’ de la política, es decir, a una pérdida de importancia de las instituciones colectivas y de las organizaciones de intereses, y a una ‘desburocratización’, ‘deslegalización’ y ‘despolitización’ populista - autoritaria de los conflictos sociales.” (Hirsch, 1992: 42- 45).

La profundización de este modelo económico tuvo mayor empuje luego de que el capitalismo quedara como único sistema económico en el mundo ya que se disolvió la Unión Soviética. En América Latina, por otro lado, fue introducido desde los años '60 por las distintas dictaduras. “El neoliberalismo (...) ha pretendido reordenar la economía mundial (...) ha logrado en América Latina una concentración sin precedentes de la riqueza, el empobrecimiento y el desempleo o subempleo de la mayoría de la población” (Chomsky, 1997: 9). Entre las medidas que permitieron la imposición de este modelo se hallan la privatización de los servicios públicos brindados por el Estado, reformas en la educación, salud y control monopólico de los medios de comunicación.

El Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI) que se consolidó a nivel internacional también repercutió en la política, economía y hasta en la información en Argentina y el resto de América Latina, por ello conocer cómo se gestaron este tipo de transformaciones es esencial para ahondar posteriormente en la concentración de medios y la relación que mantienen a partir del lugar que adquiere la iniciativa privada en este contexto. Nuestro país mantuvo la implementación de las políticas neoliberales aun cuando acabó la última dictadura en 1983, sin embargo, el acogimiento a este sistema acaeció durante el gobierno menemista (1989 - 1999). Luego de la crisis del petróleo y a medida que avanzó la década de 1970 el mundo atravesó una etapa de bipolaridad a nivel político y económico¹ en el marco de la Guerra Fría donde se enfrentaban dos sistemas impulsados estructuralmente por Estados Unidos y la Unión Soviética; también fue una época donde se produjeron revoluciones en distintas naciones de Medio Oriente y en Latinoamérica las dictaduras.

Respecto a las particularidades de este modo de regulación en los medios de comunicación, los cambios a nivel empresarial y modificación de las estructuras de propiedad suponen el origen y desarrollo de la concentración de la propiedad de medios, la cual es un proceso que, en un determinado conjunto, tiende a aumentar las dimensiones relativas o absolutas de las unidades presentes en él (Miguel de Bustos, 1993).

Sea por medio de fusiones, absorciones, adquisición de nuevas empresas, otorgamiento de más licencias e independientemente de cuantos mercados de información abarque, la concentración supone la comunión y aglomeración de distintas unidades de negocios que pertenecen a un mismo propietario o sociedad y que responden a una misma

¹ Políticamente el mundo estaba dividido en este sistema defendido por Estados Unidos y el socialista impulsado por la Unión Soviética lo cual dio origen a la Guerra Fría. A nivel económico el capitalismo luego de la crisis del petróleo desarrolló una etapa ligada al neoliberalismo que terminó fortaleciéndose después de la disolución del bloque soviético.

lógica de producción discursiva e informativa. Al respecto Pérez Gómez hace una distinción en función de un criterio estricto y amplio.

“En sentido estricto, sólo se consideran como tales los supuestos de crecimiento externo por medio de operaciones de concentración (fusiones, adquisiciones de control, creación de empresas en participación). Según A. Van Loon y A. Lange² cabe hablar de concentración de medios de comunicación cuando se produce: a) una fusión de empresas de comunicación, esto es, la absorción de una empresa por otra o la asociación de dos o varias para formar una sola; o b) una integración empresarial, es decir, toda forma de adquisición de propiedad o de poder que afecte a las actividades de una sociedad o grupo de sociedades.

En un sentido más amplio cabe considerar como concentración cualquier situación económica real que implique posiciones de dominio o de influencia. Desde esta perspectiva, existe concentración en un mercado cuando una empresa alcanza una determinada posición de influencia en el mismo, con independencia de si ello se debe a una fusión, a la adquisición de otras empresas o a la creación de joint ventures de cualquier tipo.” (2002: 81)

Esta lógica de concentración de propiedades de medios es rescatada por Martín Becerra (2009) cuando hace hincapié en el proceso de transformación de empresas grandes pero con capitales familiares o de un sólo accionista a los grupos multimedia y hasta transnacionales, lo que da cuenta de un escenario de crecimiento, reestructuración, complejización y avance de la concentración de medios en distintos mercados y países. Los grandes grupos de comunicación se reacomodan al nuevo entorno. Internamente están completando el proceso de transformación que implicó pasar de empresas familiares a estructuras multimediáticas conglomeradas. Algunos de estos grupos aprovecharon la globalización diversificando sus intereses en otros países (Becerra: 2009). El autor caracteriza a la concentración:

“como un proceso complejo, de múltiples variables y no unívoco, ya que puede implicar el dominio o control de una empresa sobre el mercado (a partir de compras y fusiones), de cobertura territorial por parte de uno o pocos medios y la raíz política. La concentración supone necesariamente para que puedan darse estos cambios en la estructura y propiedad de medios un control del Estado, los medios son instituciones con una doble acción y mediación de intereses: políticos y económicos. A partir del tipo de mercancía con la que trabajan componen un actor particular y con consecuencias especiales a partir de sus acciones. Intervienen, afectan y constituyen (aunque no determinan en soledad) el espacio público, que es un espacio político” (Becerra, 2009: 54).

² Vid. A. Van Loon y A. Lange, «Concentración multimedia. La reglamentación actual en Europa», Telos, nº 25, marzo-mayo 1991, pp. 62-63. En ese mismo sentido, A. Nieto y F. Iglesias consideran que «concentración informativa es acumulación de poder de informar, consecuencia de transmisiones de patrimonio o acuerdos comerciales, que puede alterar la libre concurrencia de bienes o servicios en el mercado de la información» Vid. A. Nieto y F. Iglesias, Empresa Informativa, 1993, p. 207.

Entonces en un nuevo acercamiento a una conceptualización se puede decir que la concentración de propiedad de medios supone el establecimiento de una posición dominante de un conjunto de empresas en uno o más sectores del mercado informacional. Es facilitado a través de distintos procesos por los cuales las organizaciones se pueden unir en una misma línea como son las fusiones, absorciones, compra de paquetes accionarios y que, en consecuencia, terminan contribuyendo a la construcción de una gran línea editorial y discurso homogéneo en los medios que responden a ese mismo propietario. Se trata de un proceso económico y político que excede ampliamente a la comunicación pero que tiene efectos directos sobre la misma, la circulación de información, opinión pública, la conformación del espacio público e injerencia de la propia sociedad civil; amén que no sólo se produce dentro de las fronteras de un país, sino que se extiende a mercados de otras naciones formando auténticos conglomerados informacionales.

Lo anterior, sumado al desarrollo de la Sociedad de la Información y las nuevas tecnologías de la información y comunicación son parte del contexto donde las empresas dejan de especializarse en un sólo sector e incursionan en otros, también en los nuevos comportamientos de los consumidores y las formas en que se retransmite y circula la información. “La convergencia tecnológica en general, no sólo crea nuevos productos y servicios cada vez de mayor calidad y de mayor invisibilidad de los artefactos que lo soportan haciéndose transparentes los mecanismos operativos, sino que inciden en una mayor homogeneización del mundo (...) El hecho relevante no es que los consumidores producen información, sino que la procesan en múltiples soportes y la metabolizan de manera colectiva” (Roca, 2008: 101).

En este marco surge una nueva etapa distinta de la concentración de la propiedad de medios que está más bien vinculada al ofrecimiento de servicios cuyas infraestructuras por las que se transmiten es la misma y el usuario los adquiere en forma de paquetes. Se trata de un proceso que fue incrementándose desde la década del ‘90 donde “los canales de cable inician el camino de la convergencia tecnológica y la integración de servicios, y merced a la fibra óptica envían al usuario por un sólo conducto, los servicios de televisión, Internet y telefonía; sistema conocido como *Triple Play*. Para entonces, estas emisoras habían dejado de ser un servicio complementario, adquiriendo su propia individualidad” (Porto, 2017: 22). En aquel momento dice Porto (2017: 38) se eliminaron ciertos límites que permitieron favorecer primero la concentración y ahora la convergencia de medios, “Carlos Menem fue quien concedió más medidas favorables a los medios, empezando por eliminar el impedimento a las

empresas gráficas de poseer emisoras audiovisuales. (...) De este modo, se puso en marcha el fenómeno multimedia en el país. (...) se eliminó la obligación de los grupos de instalar emisoras en zonas de frontera y se alentó la firma de tratados internacionales de inversiones para conformar un mercado de capitales en torno a los medios”.

La transnacionalización del capital facilitó en las últimas décadas el crecimiento de los conglomerados informacionales cuyas actividades incluso exceden al propio concepto de transmisión de información y formas de comunicación, por eso la convergencia plantea toda una nueva estructura a través de las cuales estos elementos circulan y son adquiridos.

Por esto algunos autores como Igarza (2008: 11) sostienen que la convergencia plantea el surgimiento de nuevos medios “son nuevas formas culturales que dependen de una computadora para su distribución, representación y uso interactivo. En sentido más amplio, son formas culturales que dependen de componentes digitales físicos para ser almacenadas, distribuidas y representadas. (...) Son sistemas hipermedia adaptativos que proponen una experiencia de inmersión en un entorno permeable, crecientemente inteligente y personalizable”. El autor sostiene que la convergencia pone a los usuarios y empresas que antes eran sólo de medios frente a una resignificación de su rol como productores y difusores de información en lo que concibe como un nuevo género.

Una segunda variante acerca de la convergencia se focaliza en la crisis de los medios a partir de la digitalización de contenidos y que determina la reinención permanente de las empresas que producen información en torno a una rentabilidad y modelo de negocio que no da las mismas ganancias y que hoy deben competir con la información en internet. En primer lugar, Roca (2008: 101) explica que “no se trataba sólo de una convergencia en la tecnología de consumo, sino también de una convergencia en la tecnología de producción.

Frente a esta disyuntiva se plantean distintas estrategias de salvamento al poner el foco en lo que causa la convergencia desde lo económico, de esta forma el futuro obliga a las empresas de medios a buscar un nuevo modelo de negocio y organización, “orientado a la multimedia y el multiproducto para aumentar las vías de financiación y ganar valor en mercados especializados y de nicho, donde está el futuro de los medios informativos” (Varela, 2008: s/d).

Las nuevas estructuras y modelos de negocios de las empresas de medios de información suponen un gran desafío y alientan también algunas teorías acerca de la posible desaparición de los diarios o la televisión, en realidad de lo que debe hablarse es sobre una innovación de estos medios que seguirán estando, pero su evolución y forma de producir y emitir será diferente principalmente atravesados por la digitalización y relación cada vez más

directa con los públicos. Esto es reafirmado por Roca (2008: 102) cuando explica que “en los actuales tiempos de redes sociales y lectura transmedia la convergencia de los medios ya tiene poco a ver con la integración de múltiples aparatos en un solo dispositivo” (Roca, 2008: 102).

Esta visión técnica y económica no es la forma más amplia de abordar un fenómeno que impacta en los medios de comunicación y se torna complejo y dinámico para analizarlo, Los medios no deben entender el concepto de convergencia pensando en sí mismos y sus asuntos internos, sino en la audiencia a la que quieren servir y su cada vez mayor movilidad y capacidad de acceso a la información en múltiples formatos”.

En síntesis, el neoliberalismo encierra un diagnóstico rápido y comprensible por todos de un conjunto de políticas que alteraron la fisonomía del continente (privatizaciones, reducción de protecciones sociales, desregulación financiera, flexibilización laboral, etc.). Sin embargo, pensar el neoliberalismo como una mutación en el “arte de gobernar”, como propone Foucault (2008) con el término gubernamentalidad, supone entenderlo como un conjunto de saberes, tecnologías y prácticas que despliegan una racionalidad de nuevo tipo que no puede pensarse sólo impulsada “desde arriba” (Gago, 2014). Foucault (2008) sostuvo que la innovación radical del neoliberalismo consiste en una forma de gobernar por medio del impulso a las libertades. Lo que a primera vista parece otra de las contradicciones de este modo de acumulación, se vuelve una forma sofisticada, novedosa y compleja de articular, de manera a la vez íntima e institucional, una serie de tecnologías, procedimientos y afectos que impulsan la iniciativa libre, la autoempresarialidad, la autogestión y, también, la responsabilidad sobre sí (Gago, 2014).

En este punto, podemos decir que el neoliberalismo se vuelve una dinámica inmanente: se despliega al ras de los territorios, modula subjetividades y es provocado sin necesidad primera de una estructura trascendente y exterior (Gago, 2014). Desde esta perspectiva, no se deja comprender si no se tiene en cuenta cómo ha captado, suscitado e interpretado las formas de vida, las artes de hacer, las tácticas de resistencia y los modos de habitar populares que lo han combatido, lo han transformado, lo han aprovechado y lo han sufrido. Tal como señala Verónica Gago,

“Una topología primera: desde arriba, el neoliberalismo da cuenta de una modificación del régimen de acumulación global –nuevas estrategias de corporaciones, agencias y gobiernos– que induce a una mutación en las instituciones estatal-nacionales. En este punto, neoliberalismo es una fase (y no un mero matiz) del capitalismo. Y desde abajo el neoliberalismo es la proliferación de modos de vida que reorganizan las nociones de libertad, cálculo y obediencia, proyectando una nueva racionalidad y afectividad colectiva” (2014: 16)

En estos términos, parece difícil convencerse de que el fin del neoliberalismo depende de la declaración de gobiernos que dicen haber dejado atrás esas políticas. No porque haya que simplemente desconfiar de lo que declaman, sino porque el neoliberalismo es una forma anclada en los territorios, fortalecida en las subjetividades populares, proliferante en términos organizativos en las economías informales. Esta perspectiva no implica desproblematizarla como lógica de gobierno, sino profundizar el modo en que ese imperativo se articula con áreas que desde la perspectiva neoliberal parecen ajenas pero cuyas prácticas subyacen y ocultan detrás de las actividades, como sucede con las empresas de medios que comercian como a cualquier bien a la información formas de invención no reducibles, aunque tampoco del todo incompatibles, con el diagrama neoliberal.

Contexto argentino actual

Durante el siglo XIX cuando en la década de 1880 comenzó a gestarse el Estado moderno en Argentina, se adoptaron tres modelos económicos – políticos en el país, sustancialmente diferentes entre sí y que fueron complejizándose conforme más se avanzó en el tiempo. Así desde 1880 hasta la década de 1940 Argentina consolidó su desarrollo como nación a partir de un Estado centralista, de tipo proteccionista y conservador, basado económicamente en un modelo agroexportador. Conforme se acercó la década de 1940 se adoptó un nuevo sistema, conocido como Estado de Bienestar y que en el país tuvo como principal figura impulsora a Juan Domingo Perón primero en la Secretaría de Trabajo y Previsión, el Ministerio de Guerra y la vicepresidencia de la Nación, pero fundamentalmente cuando logró acceder a la presidencia en 1946. Este nuevo enfoque político económico proponía pasar de un modelo agroexportador a la industrialización donde tuviera preponderancia la industria nacional y exportadora.

Tras su esplendor, la sucesión de golpes de Estado estableció una política económica, mediática, cultural y social orientada hacia el plan neoliberal de Estados Unidos y que se profundizarían a partir de los años '60 impulsados por las dictaduras en el país y América Latina (Acosta, 2018). “El neoliberalismo ha pretendido reordenar la economía mundial (...) entre las medidas que permitieron la imposición de este modelo se hallan la privatización de los servicios públicos brindados por el Estado, reformas en la educación, salud y control monopólico de los medios de comunicación” (Chomsky, 1997: 9). En la década de 1990, el capitalismo consolidó su faz neoliberal que redefinió el orden económico a nivel mundial, (Mastrini y De Charras, 2005) con el ingreso de los conglomerados transnacionales en las

telecomunicaciones, la liberación de mercados considerados monopolios naturales; lo cual se conjugó con la implementación de un proceso de “privatización del sistema televisivo en los países en los que aún seguía bajo la órbita del Estado” (Mastrini y De Charras, 2005: 4).

La descentralización en la administración estatal, le dio mayor participación y poder de decisión e influencia al mercado y el sector privado; por lo que se asistió – en este aspecto puntual - progresivamente a un afianzamiento de la concentración en la propiedad de medios y paso de empresas familiares a conglomerados. Lo que más adelante derivó en “la convergencia de los medios con las telecomunicaciones e Internet, la creciente dependencia financiera del sector, la adquisición extranjera de una cantidad importante de sus bienes a manos de las empresas multinacionales y la crisis de los marcos reglamentarios” (Mastrini & Becerra, 2011: 1).

En aquel momento los conglomerados mediáticos lograron expandirse en el mercado por una política de apertura al comercio internacional propiciada desde el Poder Ejecutivo. Carlos Menem, fue quien reformó nuevamente el decreto ley 22.285, que regulaba la propiedad de medios audiovisuales, para adecuar la normativa conforme a las políticas neoliberales que Estados Unidos propugnaba a través del Consenso de Washington, y que al contrario de lo que suele suponerse, impactó directamente en el mapa mediático audiovisual argentino. Lo propio sucedió a través de la ley de Reforma del Estado con la privatización de Entel, en el de las Telecomunicaciones porque éste fue dividido en un mapa concentrado en dos empresas prestadoras del servicio que administraban la mitad de las provincias en el país. El país enfrentó en un proceso que fue desde 2004 a 2009 un cambio de paradigma a raíz de movimientos sociales emergentes que fueron acompañados por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner donde se apuntó a reemplazar la normativa vigente aun desde la época de la dictadura pero que además estaba desactualizada y no era compatible con la visión pluralista para propugnar un mejor debate público en la ciudadanía del gobierno de ese entonces.

En 2009, tras un largo proceso de debates y foros llevados a cabo por todo el país se utilizaron los “21 puntos básicos” para una nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; el proceso de recambio comunicacional buscando propugnar la pluralidad de voces y el acceso de pequeños y medianos actores de medios a un sector altamente concentrado continuó con la aprobación de la ley 27.078 (Argentina Digital). No obstante, desde 2015 cuando la presidencia de Cristina Kirchner finalizó y asumió el gobierno Mauricio Macri, el enfoque y las políticas de comunicaciones cambiaron, retrocediendo a una

concepción neoliberal, ya que está enfocada en la acentuación e importancia de la convergencia.

Vía Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) introdujo modificaciones sustanciales a ley 26.522 y Argentina Digital, al tiempo que aun se encuentra en redacción el proyecto de “Ley de Comunicaciones Convergentes” que es confeccionado por una comisión especial consignada a tal fin. Sin una ley unificada y aun con un sistema divergente el gobierno emitió distintos DNU para el sector, entre ellos el que habilita el inicio de un proceso de convergencia – 1340/2016 – que entró en vigencia el primer día del año 2018.

Con la nueva regulación se eliminaron límites a la concentración de la propiedad, se dejó de considerar a la televisión por cable sujeta a la ley audiovisual para reglamentarse en la ley de telecomunicaciones, y se reformularon las autoridades de aplicación, eliminando instancias de participación de la sociedad civil (Becerra, 2016).

Posteriormente en enero de 2016 se emitió el decreto 1340/16 en el que el gobierno habilitaba un proceso de convergencia que tiene años de gestación en el país y donde las empresas de Telecomunicaciones y las del sector audiovisual podrían ingresar en el otro para otorgar el servicio de *cuádruple play*.

Al poco tiempo de haber iniciado el gobierno de Mauricio Macri, el Ministerio de Comunicaciones que fue formado por medio del decreto 13/2015 fue desafectado y las políticas comunicacionales dirigidas a través del Ministerio de Modernización y la Secretaría de Tecnologías de Información y Comunicaciones. Asimismo, a través del decreto 267/2015, se considera a los servicios de comunicación audiovisual y telecomunicaciones esenciales para ejercer el derecho a la libre expresión y acceso a la información por eso se hacía necesario introducir reformas en el cuerpo legal; todo esto en virtud del dinamismo e innovación permanente que caracterizan a ambos sectores, y que se hace innegable el contexto que gira alrededor de la convergencia tecnológica. La reforma debe ser tan profunda que se precisa, de acuerdo a la política gubernamental, de una ley de Comunicaciones Convergentes pero en el interín también reformar las leyes 26.522 y 27.078 porque no contemplaron estos fenómenos, ya que se desconoce el rol de la digitalización en la multiplicación de espacios de contenidos, en definitiva, este decreto abre un proceso de adecuación de los servicios de comunicación audiovisual y telecomunicaciones a las redes de convergencia tecnológica.

El decreto 267/2015 disolvió el AFSCA y AFTIC, cuyas funciones fueron asumidas y centralizadas en el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) que actuará en jurisdicción de la LSCA y LAD. Se trata de un ente autárquico y descentralizado que estaba en la órbita

del Ministerio de Comunicaciones; posteriormente con la disolución de esta dependencia pasó a la del Ministerio de Modernización de la Nación, que además absorbió las funcionalidades de la Secretaría de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

El decreto 267/15 deroga algunas disposiciones de la ley 26.522:

- Artículo 4 referido a las definiciones de los párrafos 34 (radiodifusión por suscripción), 35 (radiodifusión por suscripción con uso de espectro radioeléctrico), 36 (radiodifusión por suscripción mediante vínculo físico) y 40 (servicio de radiodifusión televisiva a pedido o a demanda).
- También elimina el inciso c del artículo 31 donde se refiere a las condiciones societarias y se especifica que tengan un objeto social único y exclusivo para la prestación de los servicios de comunicación audiovisual.
- El inciso “e” del artículo 44 referido a las condiciones indelegabilidad de licencias a un tercero para distribuir el servicio.
- Asimismo quedaron sin efecto los artículos 73 (abono social), 158 (quienes poseen una licencia legalmente otorgada para la explotación del servicio, obtuvieran una renovación o prórroga no podrán solicitar una nueva extensión del plazo, aunque no impide que participen en un nuevo concurso) y 161 (sobre la adecuación que debían hacer los grupos de medios que tuvieran más licencias de las legalmente permitidas desde que entraba en vigencia la ley 26.522).

Por el decreto 267/15 se modifican las leyes de 2009 y 2014 referidas a los límites a la propiedad de licencias de televisión abierta, por cable y radio; según señala Koci (2016) los cambios que se introdujeron en estos fueron:

- Artículo 25: Condiciones de admisibilidad. Las personas jurídicas no podrán emitir acciones, bonos o cualquier tipo de obligaciones negociables, sin autorización del ENACOM, cuando de estas operaciones esté comprometido un porcentaje mayor al 30% del capital social.
- Artículo 38: Adjudicación para Servicios de Radiodifusión por Suscripción. El ENACOM adjudicará a demanda las licencias para la instalación y explotación de servicios de comunicación audiovisual para suscripción sobre soporte satelital.
- Artículo 40: Prórroga. Las licencias serán susceptibles de una primera prórroga por 5 años que será automática, ante el mero pedido al ENACOM. Las prórrogas posteriores serán de 10

años, otorgadas por el ENACOM. No obstante, el ministerio de Comunicaciones podrá llamar a concurso a nuevos licenciatarios.

- Artículo 41: Transferencia de licencias. Las licencias son transferibles "a personas que cumplan con las condiciones de admisibilidad establecidas para su adjudicación", y deberán ser aprobadas por el ENACOM. Por la ley 26522 eran intransferibles, con algunas excepciones.

- Artículo 45: Multiplicidad de licencias. En el orden nacional, se lleva de 10 a 15 la cantidad de licencias de servicios de comunicación audiovisual cuando se trate de televisión abierta o radio; y en el orden provincial, se indica que no podrá exceder la cantidad de 4 licencias.

- Artículo 54: Apertura del capital accionario. Las acciones de las sociedades titulares podrán comercializarse en el mercado de valores en un total de 45 por ciento. Por la ley 26522 era un 15 por ciento.

- Artículo 63: Vinculación de emisoras. Permite la constitución de redes de radio y televisión con límite temporal. La emisora adherida a una red no podrá cubrir con esas programaciones más del 30 por ciento de sus emisiones mensuales cuando esté en ciudades con más de un millón 500 mil habitantes, entre otras pautas.

El ente de control, ENACOM, que crea el decreto 267/15 también introduce modificaciones en la Ley Argentina Digital, 27.078.

- Se dispone que las operadoras telefónicas fijas y móviles sólo podrán sumar el servicio de radiodifusión paga después de 2018 como mínimo; mientras otorga como mínimo por 10 años la licencia única de comunicaciones a las empresas de cable y radiodifusión.

- Se incorporan al régimen de la ley de telecomunicaciones los servicios de radiodifusión por suscripción y video a demanda.

- Reemplaza el artículo 10 que condicionaba la separación en unidades de negocios distintas el contenido y el transporte de contenidos. No así respecto a la radiodifusión satelital que continuará siendo regida por la ley 26.522.

- Se crea la Licencia Única Argentina Digital, con registro en el servicio de radiodifusión por suscripción" y la vigencia será de "10 años contados a partir del 1 de enero de 2016", como mínimo.

- En cuanto a las autorizaciones de los cambios accionarios en las empresas del sector, se establece que los licenciatarios deben tener autorización del ENACOM para hacer modificaciones en sus participaciones accionarias cuando implique a pérdida del control social.
- Las transferencias de licencias y de participaciones accionarias o cuotas sociales sobre sociedades licenciatarias, deben comunicarse y ser aprobadas por el ENACOM.
- Modifica el artículo 94 de la ley, desde entonces las empresas Telecom, Telefónica y Claro podrán prestar servicios de radiodifusión por suscripción (física o radioeléctrica) a partir del 1º de enero de 2018 pudiendo extenderse el plazo un año más.
- En el artículo 95 se estableció que los prestadores entrantes al mercado de servicios de comunicación audiovisual y que tienen licencia, concesión o permiso para prestar un servicio público no podrán ser titulares de un registro de Radiodifusión por suscripción mediante vínculo físico o mediante vínculo radioeléctrico, a menos que tengan menos del 10% de las acciones. No será aplicable a personas jurídicas sin fines de lucro a quien el Estado le otorgó la licencia, concesión o permiso para prestar el servicio público y tampoco podrán hacerlo las telefónicas.

La profundización de las políticas comunicacionales con tinte neoliberal, tomaron un nuevo giro cuando en 2017 se publicó en el Boletín Oficial de la República Argentina el Decreto 1340/16 en el cual se establecen los lineamientos para implementar redes de convergencia y obtener un mayor grado de conexión entre las redes y servicios de competencia, modernizar tecnológicamente los servicios y ofrecer internet de banda ancha a todo el territorio nacional. En este decreto el Estado ratifica su intención de asegurar a la población la convergencia tecnológica entre la comunicación audiovisual y tecnologías de información y comunicación, por lo que guarda coincidencia y sigue los mismos parámetros de políticas iniciados en 2015 con la sanción de otros dos textos similares que introdujeron reformas en los servicios de comunicación audiovisual y telecomunicaciones para lograr un mayor grado de convergencia de redes y servicios en condiciones de competencia, promover el despliegue de las mismas, facilitar la penetración del acceso a internet de banda ancha y mejorar la calidad y cantidad de estos servicios.

Mediante esta norma se pretende como objetivo crear las condiciones necesarias para que se desarrollen nuevos operadores de telefonía móvil en el mercado e incrementar la competencia, desde el año 2018 podrán brindar también televisión por cable y las que son

empresas prestadoras de televisión satelital habilitadas con una licencia podrán brindar internet satelital.

A partir de 2018 se podrían implementar en las ciudades de Buenos Aires, Rosario, y Córdoba, mientras que en el resto del país la fecha de inicio para la prestación del servicio será determinada por el ENACOM y se tendrá en cuenta aquellas localidades que tengan menos de 80.000 habitantes para evitar la formación de monopolios por presencia de sólo un prestador.

Cartografía de medios audiovisuales y sus dinámicas corporativas: los casos de La Nación, Clarín y Cadena 3

El afianzamiento de las políticas neoliberales entre la década de 1980 y más aun en 1990 bajo la administración menemista repercutió en el sistema audiovisual de medios que dejó de estar concentrado en los medios dependientes del sector público, ya que los capitales extranjeros y la programación de distintos países se vehiculizó a través de la consolidación de los cableoperadores. Por supuesto que la normativa en materia audiovisual se adecuó para poder facilitar el ingreso de estas sociedades a Argentina.

En los '90 se propició política y legislativamente un contexto internacional para que se aprobaran fusiones e ingreso de capitales extranjeros a las sociedades de empresas de medios contribuyendo a elevar el nivel de concentración tanto audiovisual como en el sector de las telecomunicaciones (Becerra, 2006). Hubo dos reformas sustanciales a la ley 22.285 de Servicios de Radiodifusión que transformaron el escenario audiovisual en la década de 1990. Primero con la ley 23.696 (Ley de Reforma del Estado) donde permitía que las empresas del sector tuvieran como accionistas a inversores extranjeros (Acosta, 2018). Más adelante en 1999 el presidente Carlos Menem firmó el decreto 1005/1999 donde volvió a reformar la ley de 22.285 cuya sustancial modificación fue el levantamiento de la prohibición de constitución de redes privadas permanentes (artículo 68); en consecuencia, se permitió en adelante que un solo producto informativo – comunicacional pudiera transmitirse en distintos puntos del país al mismo tiempo.

Esto permitió la ampliación de la estructura del sistema audiovisual de medios en Argentina, la consolidación de cableoperadores con canales de producción nacional, pero predominancia extranjera y que no necesariamente se transmitía en el idioma de origen, además de la proliferación de producciones de contenidos que se reproducían desde Buenos Aires en cadena hacia repetidoras del interior, entre otros.

El caso de Radiodifusora del Centro S.A.

Un ejemplo de lo que sucedió mediante la reforma e implementación de la posibilidad de establecer redes privadas de medios es Radiodifusora del Centro S.A. que formó a lo largo y ancho del país la primera cadena de radios FM y con base en una AM 700 bajo la denominación Cadena 3, sucediendo a LV3 que quebró en 1990.

Su particularidad es ser la primera y única que tiene formación en el interior de Argentina y logró instalarse como líder de audiencias en su propia provincia y ser una de las más escuchadas en la ciudad de Buenos Aires. Asimismo cuenta con otras dos FM orientadas a públicos diversificados como son Popular y Radio 3.

La sociedad se formó en 1990 se benefició de las políticas de medios neoliberales concentrando desde el interior del país en el sector audiovisual la audiencia de las radios, compitiendo con Radio 10, Mitre (Buenos Aires y Córdoba), entre otras. Esto fue posible por las reformas a la Ley de Radiodifusión que también amplió la posibilidad de obtener multiplicidad de licencias con un tope de 24 por sociedad de medios.

El caso de Clarín

Las sucesivas reformas que durante el gobierno de Menem afirmado en el modelo neoliberal – incluso en las políticas de medios – permitió también beneficiar a las empresas de medios del país que estaban en el sector gráfico y que mediante las reformas establecidas ingresaron al escenario audiovisual con fines de lucro.

Tal fue el caso del Grupo Clarín que consolidó su posición dominante en un mercado cada vez más concentrado conforme pasaron las décadas. Principalmente esto sucedió “a través de la reforma introducida por el artículo 65 del decreto ley 22.285, donde se autorizaba a que las empresas podían también ser concesionarios de licencias quienes eran propietarios de medios impresos” (Acosta, 2018: 52). Todo ello en el marco de espera por la decisión definitiva sobre la fusión entre Cablevisión y Telecom la cual encontró a partir del 1 de enero de 2018 un marco legal propicio para culminar su proceso de aprobación.

Luego de la escisión societaria de las unidades de negocios del Grupo Clarín surgieron dos conglomerados separados, éste al que se hace referencia y Cablevisión Holding orientado a los negocios y comunicaciones digitales e internet. Además el grupo fue autorizado por el gobierno nacional a que pueda adquirir la empresa Nextel, cuarto operador de telefonía móvil en un mercado oligopólico donde compiten Claro, Personal y Movistar.

Desde 2017 Cablevisión Holding encara un proceso de fusión con Telecom para ofrecer *cuádruple play* (servicios de cable, internet, telefonía móvil y fija), una fusión aprobada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

El caso de La Nación

Así como la flexibilización de la normativa en los '90 permitió a Radiodifusora del Centro formar una cadena de radios privada, en 2016 con la autorización del ENACOM lo hizo el Grupo La Nación mediante decreto 1340/2016 y así se permitió al grupo ampliar sus objetivos a otros sectores que no fueran el gráfico donde tuvo una posición dominante históricamente.

En los tres casos que se tomaron como ejemplos troncales hay un hilo conductor que se da a través de las reformas por decreto introducidas en momentos clave como fueron situaciones críticas a nivel económico en el país, contextos de cambio y transformación impulsados por la tecnología y una visión mercantilista de la comunicación.

Reflexiones finales

El progreso tecnológico y la complejización de los procesos de información, conformaron un mercado que dista de ser aquel en el que las pequeñas empresas tenían una radio o un canal de televisión, por el contrario, fueron creciendo y formándose grandes cadenas a través de las cuales hoy no sólo se informa, sino que por la misma infraestructura se puede navegar por internet o hablar por teléfono. En la actualidad las gestiones gubernamentales se encaminan a darle un formato jurídico acorde a los cambios que fueron ocurriendo con el tiempo, así fue como la concentración y la convergencia encontraron un nicho dónde desarrollarse y las pequeñas empresas se convirtieron en conglomerados de medios, todo lo cual tiene efectos en la conformación del espacio público y en el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.

En este sentido, es de vital importancia el análisis de cómo estos dos procesos nacieron, se desarrollaron en el país y de qué forma los recibió el sistema jurídico, para tener una idea más acabada de cómo la concentración se ve reflejada en el mapa de medios y también de qué forma se potencia con la convergencia digital afectando directa o indirectamente a la libertad de expresión, información y el derecho a la comunicación en Argentina.

A propuesta de Gago (2014), pueden encontrarse tres ideas sobre las cuales deberíamos reflexionar respecto a la arquitectura discursiva que explica el neoliberalismo

“desde arriba”. En primer lugar, que el neoliberalismo se trata sólo de un conjunto de macropolíticas diseñadas por centros imperialistas. Esto supone toda una serie de corolarios políticos decisivos en la medida en que la fórmula que parece oponerse a esa conspiración internacional es la renovación de una voluntad de intervención estatal-nacional. Este razonamiento también supone un mapa: “un neoliberalismo pergeñado en el norte que se derrama a los países del sur” (Gago, 2014: 4). Esta perspectiva, sin embargo, toma al Estado y a las grandes corporaciones como principales y determinantes actores. Pero lo hace en un sentido transhistórico o ahistórico; es decir, los excluye de las modificaciones concretas de su accionar tras la difusión de las prácticas neoliberales.

Segundo punto a revisar: que el neoliberalismo se trata de una racionalidad que compete sólo a grandes actores políticos y económicos, sean transnacionales, regionales o locales. Más bien, nos interesa pensar en nivel micro en el que la racionalidad neoliberal se ha expandido, pero también transformado y se ha vuelto parte de combinaciones novedosas con otras racionalidades. Y esto, en particular, vinculado a dinámicas sociales de actores que suelen verse más como víctimas del neoliberalismo que como decisivos articuladores de una heterogeneidad social cada vez más veloz, desbordante e inteligible en términos de una geometría política clásica. Finalmente, si sólo se lo concibe en términos macropolíticos, se considera que su superación (si aún puede valer ese término) depende básicamente –en relación a los puntos anteriores– de políticas macro-estatales llevadas adelante por actores de la misma talla.

Referencias bibliográficas

- Acosta, I. (2018) Reconstrucción del escenario audiovisual argentino desde el derecho a la comunicación. Un abordaje interdisciplinario del sistema de medios audiovisuales. Universidad Nacional de Villa María.
- Acosta, I. (2016): “Ir por todo, hacer de todo: transformaciones recientes en el espectro audiovisual y de telecomunicaciones en Argentina”. En Encuentro de Cátedras, legislación de la comunicación y derecho a la información de carreras de Comunicación Social y Periodismo: experiencias pedagógicas de síntesis entre Estado, política, derecho y comunicación. Villa María. Recuperado de: http://catalogo.unvm.edu.ar/index.php?lvl=notice_display&id=32591
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2003). 50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala. Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art473.htm>

- Becerra, M. & Mastrini, G. (2007). La Sociedad de la información en la Argentina: Una mirada desde la Economía Política. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de: <http://piwik.seer.fclar.unesp.br/estudos/article/download/132/130>
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2018). Más dueños que nunca, en Revista Anfibia. Recuperado de: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/mas-duenos-nunca/>
- Becerra, M. (1999). *El proyecto de la Sociedad de la Información en su contexto*. Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Buenos Aires, Argentina.
- Becerra, M. (2014). Medios de Comunicación: América Latina a contramano. Recuperado de: <http://polodemocratico.co/pdf/Medios.pdf>
- Chomsky, N. (1997). *Democracy and markets in de New World Order*. Casa Editora Abril. La Habana, Cuba.
- De Charras, D. Lozano, L. & Rossi, D. (2002). Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2133/726>.
- Gago, V. (2014). La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Hirsch, J. (1992). Los estudios sobre el Estado y la reestructuración capitalista. Editorial Tierra del Fuego. Buenos Aires, Argentina.
- Koci, D. (2016). Análisis de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Derecho de la Información y Ética Periodística. Universidad Nacional de Villa María. (26 de junio de 2016).
- Miguel de Bustos, J. (2003). Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia, in Bustamante, E. (Ed.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa
- Pérez Gómez, A. (2002). Las concentraciones de medios de comunicación. Recuperado de: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q7perez.pdf
- Roca, G. (2008). La convergencia de medios y la guerra de audiencias. Quaderns del CAC. Recuperado de: https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q31-32_Roca_ES.pdf
- Salaverría, S. (2009). Los medios de comunicación ante la convergencia digital. Universidad de Navarra. Recuperado de: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf
- Salaverría, S. (2003). Convergencia de los medios. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, marzo, número 081 Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador. Pp 32 - 39.

Recuperado de: <http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2015/09/Convergencia-de-los-medios-Ram%C3%B3n-Salaverr%C3%ADa.pdf>

Varela, J. (2008). Convergencia de medios ante la crisis. Soitu. España. Recuperado de: http://www.soitu.es/soitu/2008/10/01/sociedadcableada/1222857641_723544.html