

LEY DE MIEDO

NI DECRETOS, NI URGENCIAS

Publicado 01 | Marzo | 2016

POR

MIRTA VARELA



El Ministro de comunicaciones Oscar Aguad declaró que trabaja en un nuevo proyecto donde se harían confluir la **Ley de servicios de comunicación audiovisual** con la **Ley Argentina digital** para que “**la convergencia de tecnologías sea una realidad en Argentina**”. Las declaraciones son imprecisas -ya que nadie supone que la innovación tecnológica está aguardando el permiso del Ministro para hacerse realidad- pero ponen igualmente el dedo en la llaga de la Ley de servicios de comunicación audiovisual recientemente derogada. Porque, ¿con qué argumento se puede defender la existencia de varias leyes que debieran responder al único objetivo de garantizar la libertad de expresión? La defensa acrítica de la Ley de servicios de comunicación audiovisual le hace un flaco favor al rechazo de las políticas de comunicación del actual gobierno y deja abierta la puerta para las limitaciones en internet. Las declaraciones de Evo Morales acerca de que “las mentiras en las redes sociales hacen mucho daño a Bolivia y a la democracia” no pueden ser interpretadas como un exabrupto y las diferencias entre los gobiernos de Evo Morales y de Mauricio Macri -que parecen disolverse dentro de la cancha de fútbol- no alcanzan para alejar la amenaza del horizonte. Sobre todo si, como intento argumentar, el modo en que se formularon algunas leyes del kirchnerismo (como la Ley antiterrorista), permite los excesos del macrismo. Por lo tanto no alcanza con pronunciarse contra los decretos de Macri.

De más está decir que los decretos firmados por Mauricio Macri con el fin de derogar la Ley de servicios de comunicación audiovisual son inaceptables. Si ninguna prerrogativa presidencial debiera ser utilizada para avasallar las

decisiones de otros poderes, la utilización del decreto resulta aún más inadecuada cuando se trata de comunicación. Porque por esta vía, la urgencia del Presidente impone un estado de emergencia a toda la sociedad que ya no puede discutir en libertad las leyes que afectan la libertad de expresión. De ahora en más, las opiniones quedan reducidas a decretos sí o decretos no, de la misma manera que el kirchnerismo redujo todo debate al pronunciamiento a favor o en contra de Clarín. Entre presiones y decretos, urgencias y necesidades, se habla mucho sobre la regulación de los medios pero se evitan los planteos de fondo: ¿por qué se regulan temas y valores en el caso de la radio y la televisión pero se determina la neutralidad del servicio de internet? ¿eso significa que las radios por internet podrían emitir mensajes discriminatorios? ¿o que los diarios y las revistas no comunican?

Una primera respuesta a estos interrogantes puede hallarse en el insistente reclamo de **Arecia (Asociación de revistas culturales independientes de Argentina)** para que se promulgue la **Ley de promoción de la producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios gráficos y digitales**. El argumento central del proyecto fue la “democratización de la prensa gráfica” que se obtendría mediante la creación de un fondo, beneficios impositivos, un porcentaje de la pauta publicitaria oficial y algunas cuestiones significativas ligadas a la circulación. Este proyecto reclamaba protección para los “medios gráficos y de internet”, siempre que fueran “independientes y autogestivos”. De esta forma, se ponía en evidencia la superposición de criterios para la clasificación de los medios. Según un criterio técnico, se clasificaban en medios audiovisuales, gráficos y de internet; según uno económico-ideológico, en independientes y autogestivos, pero también se introducía un tercer elemento que describe -al tiempo que valora- las publicaciones, ya que no se trata de fomentar cualquier tipo de revistas, sino sólo las culturales.

En verdad, esta superposición de criterios y normativas no es azarosa y sería importante discutir las antes de que el Ministro Aguad avance en la elaboración del anunciado proyecto donde haría confluir la Ley 26.522 y 27.078. Porque la confusión de argumentos atenta contra la transparencia y deja abierta la puerta para distintas formas de control y de censura, especialmente en el ámbito de internet. La Ley de servicios de comunicación audiovisual abarca cuestiones de orden técnico, financiero y cultural. Dicho en otros términos, la ley administra el espectro radioeléctrico, al mismo tiempo que establece que las radios privadas deben emitir un 70% de producción nacional, mientras que la televisión abierta un 60% y que entre las 6 y las 22hs. los programas deben ser aptos para todo público. Lo que intento señalar es que a pesar de que se promocionó como una ley que considera la comunicación como un derecho humano, se trata de una ley que

no enuncia principios formales universales. Muy por el contrario, avanza sobre temas concretos que considera de bien público, tales como la salud -en particular el tabaquismo y probablemente por eso las tabacaleras se dedicaron a invertir en cine ya que según la OMS nueve de cada diez películas argentinas muestra fumadores-, la discriminación, la protección de la infancia y de algunas minorías. También especifica algunos sujetos y entidades -como los Pueblos Originarios, las Universidades o la Iglesia Católica- a quienes busca garantizar canales de expresión. En cualquier caso, mi argumento es que la ley no considera la radio y la televisión como meras tecnologías, sino como verdaderos medios de comunicación en los que tiene sentido regular el lenguaje, los temas o los horarios.

Esto no tendría nada de excepcional sino entrara en colisión con el modo en que se define el objeto de la ley, es decir, los medios audiovisuales -y no los medios sin ninguna otra especificación técnica-. Porque no existe ningún argumento razonado que lleve a imaginar por qué la ley debería garantizar que las universidades nacionales cuenten con señales de radio y televisión pero no con un periódico o una revista impresa o digital. Personalmente, no acompañé ningún razonamiento por el cual se privilegie el acceso a señales de radio y televisión de la Iglesia Católica. En verdad, es tan evidente que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual quiso dejar afuera a la prensa gráfica obedeciendo a intereses políticos y económicos y no relativos a la libertad de expresión que la discusión sobre este punto fue abortada antes de nacer. Y se invirtió el orden: en lugar de garantizar la libertad de expresión y la pluralidad por todo medio existente o por crear, se pretendió asegurar que la radio y la televisión democratizaran su comunicación.

La inversión de principios no es sorprendente ya que, como señalaron Christian Henkel y Julián Morcillo en *La palabra liberada. Una crítica marxista a la Ley de Medios* la ley se basó en el mito de que el Estado debía ser garante de la liberación de la palabra, cuando es el Estado el mayor órgano de control en las sociedades en que vivimos. Pero la “urgencia” llevó a reducir la cuestión a esta ley o ninguna ley. Y, lo que es menos visible pero aún más grave, a dejar atada la libertad de expresión a una cuestión técnica y a la competencia de mercado. Porque en su artículo 1° la ley dice explícitamente que tiene por objeto regular los servicios de comunicación audiovisual y “el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”. De esta manera, la letra de la ley presupone que la “democratización” es un resultado del “fomento de la competencia” que se reduce al ámbito de los medios audiovisuales.

La ley Argentina Digital, en cambio, deja establecido desde el artículo 1° que “excluye cualquier tipo de regulación de contenidos, cualquiera fuere su medio de transmisión”, lo cual pone en evidencia que ambas leyes se adecuaron a formas de comercialización preexistentes de los medios audiovisuales y de internet y no a un principio republicano o pluralista. Mientras las empresas de radio y televisión producen y distribuyen programación, las empresas de internet, se “limitan” a hacer llegar la señal técnica. El carácter “neutral” de esa señal (así es definido en la ley) se considera garantizado, en tanto el servicio no ofrece “contenidos” propios, algo que se vería afectado con el llamado triple play.

Vale aclarar que desde el punto de vista histórico, los medios de comunicación se organizaron muy rápidamente en base a formas estables consideradas “neutrales” como la página impresa o las señales de radio. Algunos periódicos en el siglo XVIII ocupaban sólo el espacio que consideraban necesario, al punto de dejar media página en blanco si no había información de interés para publicar. Pero la prensa definió rápidamente una periodicidad y una cantidad de páginas fijas, sin importar si había muchas o pocas noticias con que llenarlas durante el período establecido. En los noticieros de radio y televisión el espacio de la página del diario se tradujo en un tiempo fijo. De manera que, paradójicamente, tanto en la prensa gráfica como en la radio y la televisión, la forma (considerada neutra desde el punto de vista técnico) es lo que determina la cantidad de información, mensajes o “contenidos” a transmitir.

La radio se convirtió en un medio de comunicación de masas cuando adoptó la forma de broadcasting, es decir, un modelo con un único emisor –el Estado o una empresa– para numerosos receptores que no tienen capacidad de emisión ni comunicación entre sí. Este modelo arrojó un manto de olvido sobre el uso militar de los aparatos de radio y también “triunfó” sobre los radioaficionados que pujaron por una radio de emisores-receptores. Las emisoras radiales comenzaron transmitiendo música, obras de teatro y locutores leyendo los diarios o relatando partidos de fútbol y construyeron con ello un lenguaje propio con el que capturaron su audiencia. Para cuando se instalaron los sistemas de televisión, se siguió el exitoso modelo radial. Lo que intento decir es que la radio y la televisión son sistemas técnicos que inicialmente también fueron considerados “neutros” pero la forma política, económica y espectacular que adoptaron, los convirtió en lo que hoy conocemos. La decisión de los estados de producir o regular la radio y la televisión –al punto de organizar sistemas monopólicos como la BBC– no responde a una necesidad técnica sino política.

De allí que sea tan importante subrayar que la libre circulación de información por internet no se deriva de una característica técnica y que puede ser limitada si no conseguimos tener claro en qué consiste. En 2014, el acceso a los dominios fue limitado mediante la exigencia de un pago que el gobierno argentino anunció como simbólico pero que, sin duda, no lo era para muchos ciudadanos que vieron caer sus registros si no pagaron a término. Pero además sentó un precedente de gravedad que no tuvo ninguna repercusión. En **el discurso pronunciado por el célebre semiólogo Eliseo Verón como representante de Clarín durante la audiencia pública convocada por la Corte Suprema de Justicia** en relación con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual dijo, entre otras cosas, que la ley había nacido obsoleta y que internet no es un medio de comunicación, sino una forma de circulación y acceso a otros medios. La descripción que Verón realiza de internet no es diferente de las etapas primitivas de otros medios: la radio comenzó poniendo en circulación música, teatro, lectura y sólo en una etapa posterior alcanzó un lenguaje propio. En cualquier caso, la ley puede ser obsoleta sólo si se define en relación con la técnica audiovisual (y no con un principio de libertad o pluralismo). E internet no es un medio de comunicación sólo si consideramos que es un instrumento técnico para la circulación de otros medios. Personalmente, no puedo estar más en desacuerdo con los dichos de Verón sobre internet y no sólo porque intentó favorecer a Clarín, sino porque sus argumentos se demuestran falaces. La regulación existente en China que permite ejercer la censura en internet, es una infeliz prueba de que internet es reconocida en ese país como un medio de comunicación y no como una mera técnica “neutral”, si algo así pudiera existir.



Las leyes no pueden hacerse a la medida de las personas o las empresas pero tampoco debieran hacerse a medida de las técnicas. Las técnicas son cambiantes y mucho más en este mundo que tanto sorprende a nuestro Ministro de Comunicación. Si lo que pretendemos garantizar mediante una legislación relativa a los medios es la libertad de expresión y la pluralidad de voces, debe quedar claro que esto atañe a cualquier soporte existente o por inventar. Si de lo que se trata es de limitar la concentración de poder en algunos pocos medios, el uso de nociones como convergencia, multimedia o triple play –que hacen base en lo técnico y económico– encubren el hecho de que la industria cultural funciona –por definición– como una unidad. Es lo que vieron con claridad Adorno y Horkheimer cuando acuñaron el término industria cultural en *La dialéctica del iluminismo* a fines de los años cuarenta. Allí dijeron que “Film, radio y semanarios constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí y todos entre ellos”. Por ese motivo, la utilización del plural “industrias culturales” no hace más que encubrir una pluralidad inexistente. Y por eso mismo, la democratización de los medios no se va a alcanzar como resultado de la competencia mercantil. Hay que decir que Adorno y Horkheimer vieron

en la producción industrial de la cultura una forma de barbarie. Entendieron que adoptar las formas de producción automatizada para hacer programas de televisión no es humano. Y no es más humana una radio o una televisión realizadas en forma industrial aunque se trate de una industria nacional. Y no es un atenuante que los shows políticos produzcan dividendos nacionales o que se transmitan fuera del horario de protección al menor, como no es algo a celebrar que se produzca dinero con las mineras, aunque ese dinero quede en Argentina. Lo cuestionable, en cualquiera de los casos, es que un pretendido argumento técnico (que no hace más que encubrir una decisión política) determine las decisiones humanas y no a la inversa. En otro apartado, Adorno y Horkheimer agregan algo que no ha perdido vigencia: “Quienes tienen intereses en ella gustan explicar la industria cultural en términos tecnológicos”. Lo inquietante es por qué una ley debiera explicar los medios en términos tecnológicos. ¿No defiende acaso los intereses de los ciudadanos?

REFERENCIAS

Christian Henkel y Julián Morcillo (2013)

La palabra liberada. Una crítica marxista a la Ley de Medios. Buenos Aires: EUDEBA.

Max Horkheimer y Theodor Adorno (1988)

Dialéctica del iluminismo. Buenos Aires: Sudamericana.

“Oscar Aguad: ‘La Ley de Medios forma parte del pasado’” en: *La Nación*, 14/02/16.

“Para Eliseo Verón, la Ley de Medios nació ‘obsoleta’” en: Audiencia pública por la ley de medios, extracto de la emisión en directo realizada por TV pública (28/08/13) y publicada en su canal de youtube por el Canal 10 de Córdoba, consultado 26/02/16.

Ley de servicios de comunicación audiovisual.

Ley Argentina digital.

Proyecto de ley de promoción de la producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios gráficos y digitales.

BIO | MIRTA VARELA

Es doctora en Letras (UBA), investigadora del Conicet y profesora titular de la cátedra de Historia de los Medios en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Entre otros, escribió ***La televisión criolla*** (Edhasa, 2005), una historia cultural de las dos primeras décadas de la TV en Argentina. Desde 2010 coordina la **Red de Historia de los Medios (ReHiMe)** que publica los ***Cuadernos de ReHiMe***. Realizó estancias de investigación en la Universidad de Paris 8 y fue becaria de la Fundación Alexander von Humboldt en Berlín. Dirige el grupo Medios, Historia y Sociedad en el Instituto de Investigaciones Gino Germani donde participó de la conformación del **archivo audiovisual**.

·POSTEOS



| créditos |

Idea de la Sección: Mirta Varela
Diseño de la Sección: Jorge Pablo Cruz
Fotomontaje del Posteo: Tao777

ReHiMe | Red de Historia de los Medios
www.posteo.rehime.com.ar
2016

