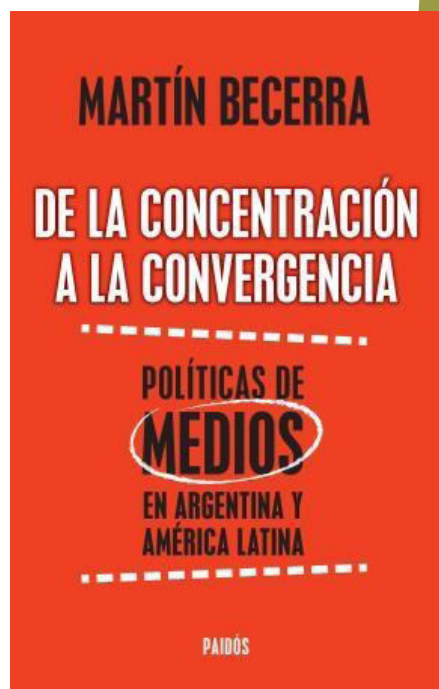




RESEÑA A DE LA CONCENTRACIÓN A LA CONVERGENCIA POLÍTICAS DE MEDIOS EN ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA

*REVIEW TO FROM CONCENTRATION TO CONVERGENCE
MEDIA POLICIES IN ARGENTINA AND LATIN AMERICA*



MARTÍN BECERRA

*Paidós
Buenos Aires*

*2015
206 páginas*

Ignacio Morales Miy

ignaciomoralesmiy@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0001-6730-8446>

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas
y Técnicas (CONICET)

Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales
y Humanidades (ICSOH)

Universidad Nacional de Salta
Argentina

Dar cuenta de la estructura de los medios de comunicación en la Argentina y en América Latina mediante la construcción de un complejo panorama que describe, minuciosamente, la distribución de los capitales en el mercado audiovisual (radio y televisión) desde la economía política, al mismo tiempo que se considera la dinámica de evolución de este campo producto del surgimiento de nuevos actores –las empresas

telefónicas y los capitales extranjeros–, el impacto del crecimiento vertiginoso de las redes digitales –Internet– y de las anfibas corporaciones nacidas en *Silicon Valley* –Facebook, Google, Twitter y compañía– y el contexto social, político, económico, legal e ideológico de las sociedades del centro y del cono sur del continente, que –en su gran mayoría desde el río Bravo para abajo– vienen cuestionando el rol y la función de los *media*, es, sin duda, una tarea que requiere de un esfuerzo académico de largo plazo y la capacidad de vincular un cúmulo importante de datos y de variables de diferente naturaleza.

La experticia en el estudio de políticas, de medios y de tecnología en la Argentina y en Latinoamérica, avalada por varios años de investigación, de docencia y de publicación de libros, le permite a Martín Becerra embarcarse en esta apoteótica labor en su último libro *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina* (Paidós, 2015). Becerra es Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona, investigador de la Comisión de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y docente en las universidades nacionales de Buenos Aires, de Quilmes y de La Plata, además de dictar numerosos cursos de posgrado y conferencias sobre el tema en diferentes países de la región sudamericana. Su extensa y su dedicada tarea de indagación de los procesos de concentración y de convergencia de empresas dedicadas a servicios vinculados con la comunicación y con el entretenimiento está expresada en varios libros publicados (algunos en coautoría), en *papers* incluidos en revistas especializadas y en las entradas que actualiza periódicamente en su blog personal.¹

De la concentración a la convergencia... constituye una invitación a recorrer, a través de seis capítulos y una conclusión, un camino analítico lúcido sobre un mapa que comienza con los principales hitos y las características centrales de las políticas de comunicación implementadas en la República Argentina desde el retorno de la democracia; primer capítulo que presenta de manera rigurosa los claroscuros de las gestiones presidenciales y de las relaciones ambivalentes de

la política con las empresas mediáticas que desembocaron en la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009. El trabajo continúa con la comparación de los diferentes conceptos que se juegan en la denuncia de la concentración mediática y en la defensa del derecho a la libertad de expresión –y en ambos casos, las corrientes filosóficas que los sustentan y las paradojas que se plantean– y con la descripción, cuantitativa y cualitativa, del nivel de desigualdad mediática que presentan los principales países del sur del continente americano. La tercera parte se enfoca en el presente y en el pasado de los medios públicos: la experiencia latinoamericana –la propensión a utilizarlos como instrumentos gubernamentales– y las diferencias con experiencias de otras latitudes –en particular, los casos europeos–, además de los desafíos futuros que plantea la gestión de medios estatales con las nuevas TIC.

Promediando la mitad del recorrido la mirada se concentra en un tema que ha suscitado serios debates en los últimos años: la publicidad oficial, sus (malos) usos, las gratificaciones *non sanctas*, los castigos y la falta de reglamentación legal. La quinta parte plantea y detalla la problemática que acarrea la implementación de políticas para la regulación del sector audiovisual y digital –que se vienen imponiendo desde el poder latinoamericano– en un mundo en el que la tendencia internacional se inclina hacia la flexibilización de regulaciones debido al surgimiento de tecnologías de la información que se reproducen en múltiples plataformas. En el último capítulo el autor entra de lleno en el tema de la convergencia digital, en el futuro de los medios masivos de comunicación y en la difícil oportunidad que se le presenta a Latinoamérica para generar estructuras democráticas de acceso a la información en la era digital; de manera que se reduzca la brecha interna que en la actualidad la constituye como una de las regiones más desiguales del planeta. El final del camino tiene como broche de oro un sucinto y perspicaz ejercicio de reflexión sobre la deficiencia crónica del sistema de medios argentino, fundamentando su causa en la incompleta maduración de la estructura de capitales empresariales vinculados al negocio audiovisual y de la gráfica.

Un libro que se destaca por la amplitud de temas que logra condensar en cada apartado, por la minuciosidad con la que describe cada escenario –con una cuantiosa suma de datos duros, chequeados y comprobables– y por la profundidad, la intertextualidad y la prospectividad que despliega en cada reflexión. Un trabajo de nivel académico escrito en lenguaje asequible a los legos que estimula a entrar en un debate apasionante y necesario sobre la concentración y la convergencia de los medios masivos de comunicación desde un pensamiento responsable y ecuánime; lejos de las soluciones dogmáticas y mágicas que proponen tanto quienes insisten en dejar la estructura de medios librada a los designios del mercado, como quienes reducen el problema solamente al nivel de lo ideológico.

Sin duda, una lectura indispensable para entender las vertiginosas modificaciones que se vienen dando en la evolución y en la relación entre medios de comunicación, tecnologías y políticas en América Latina, la cual constituye un aporte fundamental a la amplia bibliografía que circula sobre el tema en la región. Las más de 200 páginas que vinculan reflexión y datos contundentes sobre la estructura económico-política mediática latinoamericana nos enriquecen con una clave de lectura lúcida para los estudios contemporáneos de las ciencias de la comunicación basados en el análisis del discurso, la sociología del trabajo en las redacciones, los estudios de recepción de las audiencias, los ensayos sobre la producción audiovisual en televisión y cine, los trabajos etnográficos sobre las experiencias de comunicación popular y/o alternativa, etcétera.

Sin ir más lejos, *De la concentración a la convergencia...* muestra que goza de saludable actualidad al potenciar dos libros de reciente publicación. Entender el armazón mediático es fundamental para comprender tanto el funcionamiento de la construcción de la agenda mediática (*agenda setting, surfing, cutting y building*) y el *framing* (o encuadre de la noticia) que describe minuciosamente Natalia Aruguete, en *El poder de la agenda. Política, medios y público*

(Biblos, 2015), como para vislumbrar el uso y las dinámicas del marketing político que utilizan quienes llegan al poder en la actualidad, explicado de manera brillante por Adriana Amado, en *Política pop. De líderes populistas a telepresidentes* (Ariel, 2016).

NOTA

1 Disponible en <www.martinbecerra.wordpress.com>.