

Mediaciones en conflicto entre la sociedad y el mercado

Luis Lazzaro

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA / UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

luislazzaro@hotmail.com

Resumen

Para comprender los alcances del nuevo escenario es importante consignar cómo se gestó el más serio y más orgánico intento por democratizar el modelo de comunicación en la Argentina. Eso explica mejor los ataques e impugnaciones –jurídicas y políticas– a la Ley 26.522, sus reglas y a su impronta participativa. Esa ley y el conjunto de políticas de creación de infraestructura, producción y acceso digital adoptaron una perspectiva a favor de la diversidad en cuanto a la introducción de nuevas tecnologías, como la Televisión Digital Abierta, en el mundo de la cultura audiovisual. El retorno del paradigma del mercado como organizador de las prácticas sociales y políticas de la Argentina plantea medidas que empobrecen el pluralismo en la comunicación y fomentan una gestión donde convergencia y concentración mercantil van de la mano.

Palabras clave: regulación, mediaciones, paradigmas, 21 puntos

El paradigma del mercado como organizador de las prácticas sociales y políticas de la Argentina vuelve a desafiar –desde el cambio presidencial en diciembre de 2015– valores centrales de la democracia, con medidas que empobrecen el pluralismo en la comunicación y fomentan una gestión donde convergencia y concentración mercantil van de la mano. Los primeros actos gubernamentales del período macrista coinciden en alejar las perspectivas de apropiación social de los medios de comunicación para devolverlos –vía decretos– a la lógica empresarial del *laissez faire*¹ de la economía liberal. Intentan desandar un camino signado por el protagonismo y participación de actores que –aún– se resisten a abandonar la escena.

Para comprender los alcances del nuevo escenario es importante consignar cómo se gestó el más serio y más orgánico intento por democratizar el modelo de comunicación en la

1 Expresión francesa que alude al “dejar hacer, dejar pasar” de la economía de mercado sin regulaciones.

Argentina. Eso explica mejor los ataques e impugnaciones –jurídicas y políticas- a la Ley 26.522, sus reglas y a su impronta participativa. Acciones que procuran invalidar el legado de una época en que la comunicación auspició políticas de distribución de la palabra y diversidad de mediaciones como valores constitutivos de la democracia.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual debe entenderse como expresión de un proceso que incluyó niveles de participación social directa pocas veces vistos en la historia política nacional. Se trató de convocatorias dotadas de poder real de uso y ejercicio de la palabra como regulador de relaciones reales de fuerzas en lo económico y social. Es lo que sucedió con los Foros Participativos de Consulta Pública (abril a agosto de 2009), que dieron contenido previo al debate parlamentario que consagró –en octubre de ese año- la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Su metodología participativa y su contenido antimonopólico recibieron elogios de la comunidad internacional, incluyendo las Relatorías de Libertad de Expresión de las Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos.

Este resultado es inseparable de la existencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (2004), espacio en el que unas 300 organizaciones coincidieron en disputar el modelo comunicacional como necesidad política de la democracia mediante 21 Puntos para una nueva ley de comunicación audiovisual.

Más de un centenar de aportes y modificaciones surgidos de la consulta pública y del proceso de elaboración participativa de normas integran el corpus de modificaciones hechas al anteproyecto que luego se convirtió en ley. Ello fue procesado durante más de 24 encuentros multitudinarios en universidades públicas de todo el país donde se abordaron no solo aspectos jurídicos sino también problematizaciones de las relaciones entre la sociedad, la comunicación y la política.

La temática del poder mediático surgió con libertad en los propios Foros:

“ (...)Por la naturaleza del problema, debemos ser conscientes que el anteproyecto es más que una ley de medios, y a la vez menos que lo requerido para cambiar la semiosis social (...). El poder mediático privado, desde un interés abiertamente reaccionario, construye la realidad política, una construcción en cada casa, en cada mirada, en cada subjetividad ejerciendo un dominio que desplaza las formas tradicionales de la política. Cuando desde el poder manipulador de los medios se contraponen las movilizaciones organizadas, a otras supuestamente espontáneas, se dice que el pueblo sencillo y trabajador concurre por el choripán y el vino. Lo que ocultan es que a las otras, la masa numérica no la brindan

sujetos libres, sino figuras monstruosas que babeen alienación y repiten con eco inhumanos los video-lectos con que los han formateado los medios (...). Los medios y los monopolios de los medios no se reducen a apoyar la derecha política, ellos son la derecha, asumiendo el papel que antes correspondía a los partidos conservadores. Ellos establecen las agendas públicas, ellos fabrican candidatos y figuras, quién se atreve y quién puede hablar en serio de cualquier tema (...), llaman consenso a su programa restaurador (...).²

La experiencia de medios comunitarios, de cooperativas, de organizaciones sociales coincidió con radios universitarias, organismos de derechos humanos y sindicatos para dar forma a nuevas prácticas de articulación organizativa y comunicacional que luego en el kirchnerismo incidieron en la institucionalidad de políticas a nivel nacional.

El caso argentino fue un claro ejemplo de instalación de una agenda popular sobre una plataforma política convergente en el discurso pero –hasta entonces- refractaria a tomar el eje en su agenda gubernamental. Algunas intervenciones en los foros fueron verdaderos alegatos sobre los medios y su influencia política.

“Entonces yo digo lo siguiente: si no cambiamos esta ley en este país no puede gobernar nadie. Este es un problema de poder, es un problema de poder: o gobierna el pueblo a través de sus representantes o gobiernan los medios a través de las mentiras que difunden todos los días en este país. Y la cambiamos o no gobierna nadie. Gane quien gane. (...) No sólo es un problema de poder, es un problema económico. (...)”³

Es así que la articulación social y política de experiencias comunicacionales –o que entendieron la comunicación como una extensión de la disputa por democratizar el poder político- pudo cuajar en un formato amplio, transversal, coherente y con rigor programático que apareció como otra forma cultural de la política.

La movilización federal –en lo territorial-, multisectorial –desde los representados- y transversal –desde lo político- generó un proceso de acumulación política de tal intensidad que pudo superar el cerrojo de 26 años de democracia –por los que transitó una reforma constitucional- con el poder intacto de los grupos multimedia concentrados de la Argentina, verdaderos administradores del poder político real desde la década de los 90.

El desafío de diversificar la matriz productiva en la comunicación

Durante la década neoliberal se había producido una captura regulatoria total del sistema jurídico de la radiodifusión por parte del sector comercial, liberando el acceso de periódicos al

2 Federico Sones, (Foro Paraná), 2009.

3 Felipe Boccoli, Fecotel, (Foro Rosario). 2009.

mercado audiovisual y permitiendo la expansión transnacional de los sistemas de pago que, en poco años, condujeron a la Argentina al tercer lugar en el mundo (80%) de penetración de la televisión por abonados. En rigor, habría que decir que la concentración mediática fue condición y consecuencia de una de los ciclos más regresivos en el orden social y productivo de la historia nacional.

Los cambios de paradigma de la Argentina en el ciclo 2003-2015, apalancados por la recuperación del mercado interno, la inclusión social, políticas redistributivas y un Estado activo en la promoción social, debieron asumir también el cambio de la mirada mercantil tradicional sobre la comunicación y el desarrollo científico-tecnológico. Un conjunto de iniciativas se desplegaron a partir del año 2009 en forma conjunta y complementaria, desde la ley de servicios audiovisuales hasta planes de conectividad, desarrollo satelital y alfabetización digital.

La ley 26.522 y el conjunto de políticas de creación de infraestructura, producción y acceso digital adoptaron una perspectiva a favor de la diversidad en cuanto a la introducción de nuevas tecnologías, como la Televisión Digital Abierta, en el mundo de la cultura audiovisual. El sentido de la norma, en su versión digital, intentó la promoción de más voces y posiciones en lugar de multiplicar los canales ya existentes en el formato analógico. Ello requería de políticas activas frente a las tendencias del mercado. Sin recursos tecnológicos y sin programas públicos que acompañen este desarrollo, no era (y no es) posible pensar en actores nuevos que visibilicen y permitan la circulación de nuevos discursos y obras nacionales.

La impronta de vincular una matriz productiva con el escenario de nuevas voces en la normalización y desarrollo del sector audiovisual está en línea directa con las exigencias de producción propia, local e independiente fijadas por la ley 26.522, que impulsaron a productoras locales con mayor o menor vinculación con el mercado. También alentaron la formación de nuevos conglomerados productivos buscando el potencial de nuevas pantallas privadas, públicas y comunitarias.

La obligatoriedad del must carry⁴ y las cuotas de contenidos, junto con el ordenamiento de la grilla y el acceso gratuito a contenidos de interés relevante debían servir para impulsar un cambio en la matriz de consumo de contenidos audiovisuales. También la sinergia con otras plataformas como tabletas, notebooks y teléfonos ofrecían una opción accesible a nuevas generaciones y culturas de consumo del audiovisual.

En 2011 la creación del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA) estimuló la producción nacional y la provisión de series, documentales y horas de

4 Alude a la regla que obliga a transportar los canales abiertos locales por los sistemas de televisión por cable.

ficción para nuevos operadores. Productores independientes, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales y señales con producciones propias, fueron convocados a ceder sus contenidos de manera gratuita al banco con el fin de ser distribuidos en nuevas pantallas.

El Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales (CDA) logró producir en su primer llamado más de 500 horas de contenidos, con una respuesta que incluyó a varios centenares de productoras audiovisuales de todas las regiones del país incluyendo a conocidos directores, más de 25 televisoras públicas, provinciales y comunitarias, universidades nacionales y sindicatos. A fines de 2015, los números mostraban 2030 horas de contenidos publicadas en 50 canales abiertos, 555 títulos y 6,5 millones de reproducciones desde la plataforma digital.

Sin embargo, las condiciones generadas por la nueva ley no fueron aprovechadas en forma plena por el órgano regulatorio sectorial (AFSCA) que demoró los planes técnicos y el llamado a concurso de nuevos operadores, lo que hubiera permitido actualizar el mapa mediático con el espíritu plural de la 26.522.

Se concursaron –en forma tardía, en 2015- casi 100 nuevas estaciones de TV digital terrestre en todo el país, de las cuales pudo resolverse apenas un 10% antes del recambio gubernamental. Esta deuda habla también de alguna lectura parcial sobre la urgencia política que requería mover el mapa comunicacional a favor de los más postergados históricamente.

Aún así, el Informe *Repensar las políticas culturales*, presentado en la UNESCO al cumplirse 10 años de la Convención Internacional sobre promoción y protección de la diversidad de expresiones culturales (2005) destacó que “en Argentina, la ley de 2009 de servicios de comunicación audiovisual permitió hacer progresar los contenidos locales en los canales del país en un 28%”.⁵

Entre las mediaciones horizontales y las mediaciones corporativas

Al discutir la distribución de la comunicación, la sociedad había puesto en debate la escena pública y al conjunto del sistema político. El advenimiento del macrismo al gobierno y sus primeras medidas de re-regulación mercantil por la de vía decretos que eluden el debate parlamentario suponen por lo tanto la regresión de estos principios, que impactan directamente en la calidad del sistema político.

⁵ <http://es.unesco.org/creativity/informe-evalua-transformacion-del-paisaje-cultural-mundial-diez-anos-despues-de-adopcion-de>

Los aspectos centrales de la reforma impuesta se sintetizan en la captura de los órganos de aplicación y sus directorios, en forma conjunta con la transferencia de la televisión por abonados (presente en más de 10 millones de hogares argentinos) al mercado de telecomunicaciones, donde se libera a los operadores de obligaciones de servicio social, cultural e informativo como parte del derecho humano a la comunicación, que le asignaba la 26.522 (ver cuadros adjuntos).

Los decretos son la expresión de un cambio de paradigma, que desplaza de nuevo el centro de gravedad de la política de comunicación hacia el mercado globalizado transnacional, articulado con expresiones concentradas locales. El giro desregula el principal medio de acceso a contenidos informativos y culturales de los argentinos, descalzando las obligaciones de canales locales y producción propia. La televisión de proximidad deja de ser un contenido obligatorio a ser distribuido por los operadores que llegan a 8 de cada 10 habitantes en todo el país.

El territorio y el contenido vuelven a alejarse y la distancia que los separa expresa también el alejamiento de ciudadanos con sus derechos de acceso a la información. Pero, a diferencia del mundo analógico en que nació la televisión de aire, lo hace ahora en el tiempo en que el dispositivo de recepción ofrece vías simultáneas para el aire, el cable, el satélite, el contenido televisivo a la carta y el contenido audiovisual por internet.

El desafío por lo tanto es ahora mucho mayor. El contenido no compite solamente con el aire producido con escalas de alta rentabilidad en el mercado nacional que administra Buenos Aires. El canal local pierde la distribución que tenía asegurada a los hogares de su ciudad y, con suerte, es colocado en una góndola de escasa visibilidad en el supermercado mundial de contenidos.⁶

El impacto es cultural. Pero sobre todo político. Dado que en los tiempos de la videopolítica, la esfera pública –el lugar de producción y circulación de la política- tiende a superponerse con el sistema de medios, la discusión del tipo y características del sistema de medios a construir suponía – y supone - implícita y simultáneamente la discusión de la democracia a la que se aspira.

⁶Luego de la denuncia de estas modificaciones producidas por el Decreto 267/15 ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) como violatorias del derecho a la comunicación por parte del CELS y la Coalición por una Comunicación Democrática, el ENACOM publicó una Resolución (1394/16) que rectifica en forma parcial las afectaciones al transporte de señales. La resolución deja abiertas vías de evasión del deber de transportar y producir señales propias mediante un sistema de opciones registrales.

Una de las ideas fuerza del proceso que protagonizó la Coalición fue que la mediación entre las dirigencias políticas, sociales, sindicales y culturales y la sociedad no podía ser una mediación concentrada ni ser de una única modalidad. Sobre todo porque esas mediaciones, los medios en general, nunca son neutras: expresan intereses y, por lo tanto deciden, más o menos arbitrariamente, que dirigentes circulan y cuáles no, y cuáles discursos son promovidos y cuáles destruidos o entorpecidos.

La ley promovía el pasaje de una mediación corporativa en manos de un gran conglomerado –donde, paradójicamente, la esfera pública quedaba ubicada sobre un territorio privado concentrado– a mediaciones múltiples ejercidas por actores diversos: las mediaciones estatales y universitarias, las mediaciones comunitarias, las mediaciones de pequeños y medianos medios privados, las mediaciones cooperativas.⁷

Si no era posible hacer política en asamblea permanente, en presencia perpetua uno con el otro, en democracia directa, si las mediaciones eran imposibles de evitar, entonces había que democratizar esas mediaciones. Era eso lo que estaba en juego durante el ciclo anterior.

Se trataba de que las dirigencias no fueran prisioneras de una mediatización dominante, privada y concentrada –que exigía subordinación so pena de ser invisibles o muertos políticos–, sino de aspirar ellas mismas a construir mediatizaciones propias, desarrollando medios comunitarios, interviniendo en la gestión de los estatales o asociándose a pequeños y medianos medios privados.

Mediaciones ya no como dominio exclusivo del gran capital sino como un punto de condensación de construcciones sociales, políticas, sindicales y culturales avaladas por el nuevo orden legal. Aunque se abrieron oportunidades, esos desarrollos no siempre fueron impulsados consistentemente desde el Estado. Entonces, la diversificación y democratización de las mediaciones, el desarrollo de un sistema de medios universitarios, comunitarios, cooperativos, de pequeños y medianos propietarios, incluso en sus nuevas perspectivas digitales, quedaron trancos o a mitad de camino.

La nueva captura regulatoria acelera la concentración en la convergencia

Las reformas impuestas por el gobierno de Mauricio Macri invocan como excusa presuntas limitaciones regulatorias frente a la novedad de la convergencia tecnológica. La verdad es que despojan al sector más dinámico y masivo de la comunicación social de la

⁷Carbajal, Lazzaro, Rosso. La Ventana. Página 12. 17/02/2016

arquitectura jurídica que ordena el mercado bajo principios de los derechos humanos y lo transfieren al libre mercado.

También desconocen que el proyecto original enviado por el Ejecutivo en 2009 proponía un esquema de competencia mediante la incorporación de empresas de telecomunicaciones con la condición de una desconcentración simultánea de los mercados convergentes (cable y telefonía) que permitiera opciones transparentes de acceso, portabilidad numérica e interconexión.

Las nuevas medidas, en cambio, justifican la continuidad e incluso el incremento de la concentración mediática, eximiendo a la mayor corporación local (Clarín/Cablevisión) y sus socios (Fintech) de moderar sus posiciones dominantes en el cable⁸, y abren las puertas para nuevas plataformas de negocios –como la banda ancha- junto con operadores de telecomunicaciones como Telefónica, Telecom y Claro, entre otros.

El ENACOM aprobó luego la operación de compra de la empresa de telefonía Nextel por parte de Cablevisión (operador mayoritario de TV paga propiedad del Grupo Clarín con participación accionaria de David Martínez), y el ingreso del mismo David Martínez a Telecom mediante la compra de un porcentaje de acciones que le otorgan la mayoría de la voluntad social. Ambos socios posicionan sus empresas en el supermercado de los servicios convergentes (cable, telefonía fija, internet y el flamante 4G)

AFSCA y AFTIC habían objetado las operaciones, pero sus argumentos dejaron de ser requisitos para realizar las operaciones; el DNU 267 los eliminó, junto a ambos organismos y numerosos artículos que promovían la supremacía del interés público por sobre el interés empresario y la representación social en los órganos de administración de la comunicación audiovisual y las telecomunicaciones.

En forma simultánea, el posicionamiento de Turner International (CNN), AT&T, DirecTV, Fox y otras megacorporaciones de los Estados Unidos sobre los principales operadores de televisión abierta argentina (Telefe) y de los derechos de retransmisión del fútbol en el país (mediante la renegociación de los contratos con la AFA) preanuncian otra ola de concentración de la producción y los derechos de acceso del público a contenidos de interés relevante.

Estas políticas contradicen todos los estándares internacionales en materia de derecho de la comunicación. Pero lo peor es que también van a contramano de los principios regulatorios de los mayores mercados mundiales de medios y soportes convergentes.

⁸ La Ley 26.522 imponía un tope de mercado del 35%, en línea con los principios regulatorios del Acta de Telecomunicaciones de Estados Unidos, luego de su reforma en 1996.

Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea regulan la propiedad cruzada y las posiciones hegemónicas en los mercados locales de medios sin contradecir el liberalismo económico que practican porque asumen el principio de la *regulación específica* que incluye la información como un bien de doble valor (económico y político/simbólico).

Porque se acepta el principio de que las garantías de debate democrático de una sociedad se sostienen sobre la existencia de diferentes puntos de vista en la medida, claro está, que estas voces expresen intereses diversos y que ninguna sume la totalidad de soportes (periódicos, radios, televisión, internet) como para manipular al público. Los medios de comunicación, en cualquiera de sus plataformas, cumplen también una función que trasciende el valor de comercialización, simplemente porque permiten la diversidad cultural.

El nuevo modelo de negocios de la comunicación incluye ahora las plataformas físicas a inalámbricas de banda ancha, por donde también se mezclan los intereses empresarios con la libertad de expresión. El consumo audiovisual directo por internet es uno de los problemas que enfrentan ahora los reguladores.

Están en juego la facturación y el acceso universal; pero también la protección de la cultura y el contenido local y nacional. Los criterios de regulación de la convergencia, para fomentar el pluralismo y la diversidad, son el corazón del nuevo debate. Estos temas aparecen ausentes en la reforma macrista, que nada dice sobre los contenidos y los topes de mercado, desconociendo los postulados del Pacto de San José y la Convención de la UNESCO sobre protección y promoción de la diversidad cultural.

Otros 21 puntos para la sociedad del conocimiento y la información

El nuevo escenario ha vuelto a convocar a los fundadores de la Coalición para defender la vigencia de la 26.522 y actualizar su plataforma de lucha por el derecho humano a la comunicación con unos nuevos 21 Puntos que consideran la extensión de los principios de diversidad, pluralismo y regulación de los monopolios a “todas las formas de comunicación de las personas, incluyendo todos los medios y soportes, cualquiera sea la tecnología utilizada para la difusión y recepción de contenidos”.⁹ Retoman para ellos los soportes jurídicos de las convenciones internacionales de San José de Costa Rica, de la UNESCO y de la Directiva Europea de Televisión sin Fronteras.

⁹ Congreso nacional de la Coalición por una Comunicación Democrática. Documento de 21 Puntos. 3 de marzo de 2016. Bs. As.

La Comisión Europea del Audiovisual aprobó la iniciativa « i2010 — Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo» para fomentar el empleo y el crecimiento en la sociedad de la información y los sectores de medios de comunicación. Se trató de una estrategia de amplio alcance destinada a favorecer la producción de contenidos europeos, el desarrollo de la economía digital y la adopción de las TIC, en el contexto de la convergencia de los servicios de la sociedad de la información y de los servicios de medios de comunicación, redes y dispositivos.

La Directiva Europea de Televisión sin Fronteras, al incluir los servicios convergentes, aclaró que “la definición de servicios de comunicación audiovisual debe abarcar los medios de comunicación de masas en su función de informar, entretener y educar al público general y debe incluir las comunicaciones audiovisuales comerciales, pero debe excluir toda forma de correspondencia privada, como los mensajes de correo electrónico enviados a un número limitado de destinatarios”.

En 2010, la Unión Europea exhortó a que los contenidos sean protegidos de las reglas de libre comercio “considerando tan solo su impacto social e independientemente de su plataforma de transmisión”. Con esta definición, Europa intenta preservar una cuota de contenidos audiovisuales europeos (el 50% en su primera versión de la Directiva de 1989) en todas las plataformas, cuando se trate de servicios cuyo “fin principal” sea vender productos audiovisuales.

La diversidad cultural no puede, entonces, depender solo de la posibilidad de descarga de contenidos a la carta desde cualquier lugar del mundo sin reglas de protección de la producción propia y local. La regulación de las redes —en EE.UU., en Europa y en la Argentina— supone no ser ingenuos frente a la manipulación de contenidos y aplicaciones.

El ente regulador canadiense (CBC) pidió por ejemplo la aplicación de un impuesto a Netflix para “subsidiar la producción de programación local”, amenazada por la tienda virtual de contenidos de la corporación norteamericana. En la misma línea, la Coalición argentina incluyó entre sus puntos la imposición de cargas fiscales a empresas como Netflix para ser destinados a “la producción de contenido audiovisual nacional”.

En esa línea se inscribe también la decisión de España (2015) de incluir en los alcances de la ley de comunicación audiovisual a los distribuidores de contenidos OTT. La norma española obliga a toda empresa prestadora de estos servicios de comunicación televisiva, bien sea de cobertura estatal, autónoma o *por plataformas electrónicas* a dar una contribución financiera equivalente al menos al 5% de sus ingresos del ejercicio económico anterior,

destinando estos recursos al amparo de la producción europea de cinematografía, series y películas para televisión, documentales, programas especiales, animación y afines.

En los nuevos 21 Puntos se retoman también principios regulatorios que forman parte de los controles de propiedad cruzada y competencia del sistema norteamericano, tal como lo ratificó el órgano de aplicación norteamericano (FCC) al impedir un intento de fusión de plataformas de cable y de internet. Comcast, la mayor proveedora de TV cable e Internet de los Estados Unidos, intentó entre 2014 y 2015 comprar a su principal competidor, Time Warner Cable (TWC), por U\$S 45.200 millones, en una jugada que le permitiría controlar el 30% del mercado nacional de televisión paga y el 40% de los accesos de alta velocidad a la web.

El control de una porción superior al 30% de la infraestructura hubiese permitido –a juicio de los reguladores- manejar no solo precios –afectando a la competencia- sino también contenidos, poniendo en riesgo el pluralismo y la diversidad de la sociedad norteamericana. Los reguladores rechazaron la operación.

El rechazo a la fusión vuelve a actualizar la voz de los tribunales norteamericanos cuando ordenaron en 2011 al organismo de regulación (FCC) –en el caso Prometheus- que retrocediera al tope del 35% con la concentración del mercado audiovisual y que revocara los permisos a la fusión de periódicos y canales en una misma empresa.

Lo fundamental de ese fallo es que ratificó el principio de que la limitación a la propiedad de medios no solo es una vía constitucional y razonable para promover la diversidad, sino que las reglas que limitan a los monopolios fortalecen la libertad de expresión.

El debate también puede inspirarse en principios como los que propuso la reforma constitucional en México, que pasó a considerar el acceso a la banda ancha como parte de los derechos humanos. Los mexicanos, en su reforma convergente atendieron también a la posible manipulación de contenidos en los mercados convergentes.

El artículo 288 de la Ley Federal de Telecomunicaciones de México dispone por ejemplo que “en los casos de concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica, que impida o limite el acceso a información plural en tales mercados y zonas (...) se indicará al concesionario que preste el servicio de televisión restringida de que se trate aquellos canales de información noticiosa o de interés público que deberá integrar en sus servicios, en la medida en que sea necesario para garantizar el acceso a información plural y oportuna, y (además) el concesionario deberá incluir al menos tres canales cuyos contenidos predominantemente sean producción propia de

programadores nacionales independientes cuyo financiamiento sea mayoritariamente de origen mexicano, de conformidad con las reglas que al efecto emita el Instituto”.

La reforma mexicana pone límites “a la propiedad cruzada de empresas que controlen varios medios de comunicación que sean concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica” y ordena sanciones a quienes generen “restricciones o limitaciones al acceso a la información plural, la existencia de barreras a la entrada de nuevos agentes y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores en ese mercado o zona de cobertura” (art. 287).

Nadie podría acusar al presidente Peña Nieto, promotor de las reformas en telecomunicaciones, de posturas anti mercado o que desalienten la inversión.

La convergencia, sin regulación ni un orden jurídico legítimo que la sostenga, no solo es más concentración y menos desarrollo humano, sino también la antesala de menos empleo, menos información y cultura y menos crecimiento económico. En la actualidad, el consumo de contenidos lineales (programación horaria secuencial) de la televisión se ha equiparado con el acceso a contenidos de manera no lineal (a la carta o por demanda individual) mediante el uso de internet. El *dejar hacer, dejar pasar* que proponen las nuevas autoridades supone una patente de corso que dejará el mercado local de medios (en todas las plataformas) a merced de las corporaciones globales del campo infocomunicacional.

De allí la necesidad de trazar un diagnóstico agudo sobre el sentido y la dirección de las reformas que plantea el combo de decretos del macrismo en materia de comunicación social. En el marco de las perspectivas que proponen las tecnologías audiovisuales, de la información y la comunicación es fundamental evitar que el sistema político y la democracia queden en manos de mediaciones privadas corporativas. Si el sistema político y los actores sociales no participan en la distribución de opiniones en el nuevo sistema de plataformas múltiples, el resultado no será la horizontalidad digital que prometen los gurúes del mundo informático, sino el empobrecimiento de las voces y las ideas. Se podrá viajar a la velocidad de la luz, pero en una sola dirección y sin opiniones diferentes.