



INSTITUTO ARGENTINO DE PROYECTOS (IAP) DE PROYECTO SUR (PS)

Comisión de Medios de Comunicaciones

Ley de Radiodifusión

Diagnóstico: En Argentina está vigente la Ley de Radiodifusión 22.285. Esta ley fue sancionada durante la última dictadura militar y mantiene todavía su sesgo autoritario, centralista y discriminador. Más tarde, los gobiernos elegidos en democracia, especialmente los de C. Menem y N. Kirchner, hicieron varias reformas: legalizaron la concentración y la conformación de enormes conglomerados de medios, permitieron la entrada de capitales extranjeros y extendieron la duración de las licencias hasta 2020. La presidenta Cristina F. de Kirchner presentó en marzo de 2009 el anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Se aguarda su tratamiento parlamentario anunciado para junio de 2009. En los países industrializados, y la Argentina no escapa a esta realidad, la concentración de medios de comunicación social (MCS) sigue rumbos muy diversos: a) apropiación creciente de los MCS por el sector privado; b) extensión de distintas empresas en diversos campos (noticias, productos culturales, servicios de medios de programación y producción de material destinado a la industria de la comunicación); c) aumento del número y de la importancia de las cadenas de periódicos; d) concentración de diarios y diversas publicaciones periódicas diarias, semanales y mensuales del mismo editor; e) fusión de periódicos y sociedades de distribución; f) control de prensa por industrias no periodísticas y entidades financieras; g) fusión de la prensa con otros organismos de información; y h) importancia creciente de las actividades de los MCS dominantes.

Propuesta: Para poder dar un salto en la calidad de la comunicación e información con un cariz verdaderamente democrático, se debe dar los siguientes pasos:

1. Es necesario formular una Política Cultural Nacional encaminada a fomentar la identidad y creatividad cultural, recurriendo a los MCS como a sus instrumentos de apoyo. Esta política debe incluir directrices que salvaguarden el desarrollo cultural local, al mismo tiempo que facilite el conocimiento de las demás culturas.
2. Las políticas de comunicación y cultura deberán facilitar el acceso a los MCS, tanto de diversos creadores como de grupos que están en la base de la sociedad, para que puedan expresarse, lo cual constituiría una base de diálogo cultural permanente entre las diversas comunidades.
3. Se deben formular directrices compatibles entre el contenido de la publicidad, los valores y actitudes que fomenta, y los proyectos de identidad y desarrollo de las sociedades donde influyen.
4. Ciertas restricciones de la concentración de los recursos son de interés público. Por ello, es indispensable que el público pueda conocer las estructuras de propiedad de los MCS.
5. Deben formularse normas básicas, directrices o un código de conducta relativas a las actividades de las empresas transnacionales para que no se descuide o se pongan en peligro los objetivos nacionales y los valores socioculturales de los países que las acojan. A este respecto, la Comisión sobre las Empresas Transnacionales de las Naciones Unidas debería



atender las implicancias de las actividades de estas empresas en los campos de la comunicación, información y cultura.

6. Se debe adherir a los acuerdos de asistencia recíproca entre naciones que quieran desarrollar a) herramientas, como, canales compartidos de comunicación (radio, televisión y tecnologías avanzadas), para no quedar confinados de los países centrales en materia tecnológica, b) la democratización de las comunicaciones transnacionalizadas para que estén al servicio de un nuevo orden comunicacional e informativo, como es la Telesur, que toma las comunicaciones como un bien geopolíticamente estratégico, como consta en la constitución venezolana. Se debe recordar que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones durante el gobierno de N. Kirchner suscribió la creación y emisión de un noticiero latinoamericano que, luego, se dejó de transmitir por la TV pública argentina y solo se puede acceder a Telesur por Direct TV. También se proponía en dicho acuerdo el desarrollo de RadioSur, que ahora sólo se puede plasmar en un programa simultáneo Buenos Aires-Caracas en la Radio de las Madres.

7. Desarrollar, en el ámbito de la comunicación alternativa, la responsabilidad del control social de la ciudadanía, en cumplimiento de la legislación.

8. En Argentina, hay un gran conglomerado de medios de las empresas, no solo periodísticas sino industriales, de propiedad de políticos como Mauricio Macri, que tiene una sociedad *off shore* de la televisión digital y otros que, desde aparentes empresas nacionales, actúan en la transnacionalización de empresas de la comunicación en el mundo, no solo en América Latina. La creación de una Comisión de Telecomunicaciones con capacidad decisoria en base a un verdadero sentido de progreso nacional se hace indispensable.

Comisión de Medios de Comunicaciones (IAP). Material en elaboración y actualización permanente (abril 2009).

Participe haciendo llegar ideas que completen o aclaren las propuestas.

Léase junto a esta síntesis “*La Propuesta de Proyecto de Ley de Comunicación Audiovisual*”, de Julio Raffo, en “Informe al Proyecto Sur”.