



## RESEÑAS DE LIBROS

### Book Review

TÍTULO

# De la concentración a la convergencia: Política de medios en Argentina y América Latina

Martín Becerra

*Paidós, Buenos Aires, 2015*

(1° edición, 208 páginas, ISBN: 978-950-12-0273-1)

Becerra, Martín, *Concentration to convergence: Media policy in Argentina and Latin America.*

*Paidós, Buenos Aires, 2015, 208 pages.*

**Por Santiago Mazzuchini\***

**Fecha de Recepción:** 30 de mayo de 2015.

**Fecha de Aceptación:** 25 de junio de 2015.

**Palabras clave:** Economía Política de la Comunicación, Concentración, Convergencia.

**Keywords:** *Political economy of communications, Concentration, Convergence.*

---

\* Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y Profesor de Enseñanza Media y Superior en Ciencias de la Comunicación por la UBA. Se desempeña como asesor de prensa y comunicación en el ámbito de la política pública y como asesor Social Media en comunicación política. Ha trabajado como investigador en el Centro de Políticas Públicas para el Socialismo (CEPPAS). Correo electrónico: [santiagomazzuchini@gmail.com](mailto:santiagomazzuchini@gmail.com)

Los medios de comunicación han sido objeto de reflexión y discusión en la arena política desde antaño. En la modernidad, la metáfora de la circulación del capital bajo el principio del libre cambio, ha sido un vector ordenador de la concepción capitalista de la comunicación. La escuela funcionalista ha destinado innumerables investigaciones orientadas a la comprensión de los efectos de los medios sobre las audiencias, siendo uno de los primeros casos de investigación rentada por corporaciones y agencias estatales para la comprensión de la dinámica mediática en función de intereses sectoriales. Por lo tanto, no es nuevo el interés sobre las políticas públicas y los medios de comunicación y las implicancias que éstos tienen en el espacio público, sin embargo, el nuevo escenario de la convergencia habilita nuevas discusiones.

La economía política de la comunicación, es una de las vías de comprensión de los medios y su relación con el espacio público. Como indican Armand y Michèle Mattelart en un clásico trabajo llamado *Historia de las teorías de la comunicación*, esta corriente de estudios de la comunicación nació en los años 70, donde "primero adopta la forma de una reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de información y de productos culturales entre los países situados a uno y otro lado de la línea de demarcación del <<desarrollo>>" (Mattelart y Mattelart 2005: 81). Actualmente, es una reconocida preocupación para esta corriente, el relevamiento y análisis de las estructuras de propiedad de los medios de comunicación y de los modos en que los bienes se distribuyen y se consumen. En esta línea de estudios comunicacionales debe inscribirse el libro de Martín Becerra, investigador de larga trayectoria en este campo y autor de varios trabajos sobre la estructura mediática de América latina.

En este trabajo, Becerra se propone realizar una descripción exhaustiva sobre el estado actual del sistema de medios en Argentina y Latinoamérica para poner en cuestión y abrir

el debate sobre la forma de abordar la estructuración del campo infocomunicacional, a partir del sacudón que el mundo digital le ha dado. De allí el sentido del título del trabajo, *De la concentración a la convergencia*, pues si algo ha caracterizado al régimen de propiedad de los medios de comunicación en esta región, ha sido la concentración, es decir, la conformación de un mercado en manos de pocas corporaciones. Sin embargo, el advenimiento del fenómeno de la convergencia re-ordena el eje de la discusión. Es por esto que al final del libro, Becerra nos advierte sobre una nueva etapa de "concentración convergente".

El libro se estructura a partir de una introducción, seis capítulos y una conclusión. En su sección introductoria, Becerra realiza una breve reflexión de carácter epistemológico, advirtiendo sobre la velocidad con que el campo de los medios se transforma, producto del desarrollo tecnológico que las redes digitales han generado, acompañado de cambios sociales, políticos y culturales que expande el campo de la comunicación a "una integración orgánica con las redes digitales y las telecomunicaciones".

En capítulo I titulado "Argentina: tres décadas de políticas de comunicación en democracia", el autor destaca el indudable impacto político causado por la sanción en Argentina de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009, que todavía sigue generando debates altamente mediatizados que polarizan la discusión, dejando vacante el lugar para la elucidación crítica sobre la política de medios en la etapa kirchnerista. Es por esto que en este capítulo se realiza una historización breve sobre el contexto político que deriva en la sanción de esta ley y sobre la configuración del mapa de medios en la Argentina democrática, caracterizando especialmente a la política de medios kirchnerista en una etapa defensiva, que habilitó la extensión de las licencias televisivas del grupo Clarín y Telefónica, la suspensión del cómputo de diez años para las

licencias audiovisuales, la aprobación de la Ley de Bienes Culturales, que impidió la absorción de los grupos multimédios por parte del capital extranjero, a partir de la deuda generada en tiempos de convertibilidad; y una etapa de convergencia, que se hace patente a partir de ley “Argentina Digital”, que permite la entrada de las grandes compañías telefónicas en el juego del mercado audiovisual.

El capítulo II ofrece una interesante reflexión sobre la concentración de medios y su relación con la libertad de expresión. Este binomio cobra la forma de una controversia, de acuerdo a la concepción que se tenga sobre ambos conceptos. Así, Becerra distingue una concepción liberal que ve como positivo el fenómeno de la concentración, a partir de la teoría inspirada por Schumpeter, que afirma que un mercado concentrado tiende a la innovación. Además, esta concepción entiende a la libertad de expresión como un derecho individual, amenazada por el Estado y su tendencia regulatoria. Por otro lado, se encuentra la concepción del debate público robusto, que sostiene que el fenómeno de la concentración atenta contra la libertad de expresión, ya que, según sostiene el famoso tratado McBride, reduce las fuentes de información brindadas a la ciudadanía, reduce la posibilidad de que operadores más pequeños ingresen al mercado y por ende la oferta de bienes simbólicos, etc.

La concentración, de acuerdo a la concepción del propio Becerra, es una regulación de facto de los mercados. Afecta, indudablemente, la libertad de expresión, pero el impulso de políticas públicas que eviten la concentración de medios no conlleva automáticamente a una mejora en lo que respecta a la libertad de expresión. Es preciso evitar los legalismos y pensar políticas concretas que tenga impactos estructurales.

En los capítulos III y IV, se analiza la gestión estatal de los medios a partir de dos temas: los medios públicos y la publicidad oficial. Aquí, el autor realiza una observación

clave al distinguir medios de gobiernos de medios públicos, advirtiendo que los primeros constituyen una constante en la tradición latinoamericana, debido al fuerte dominio del que gozan los grandes conglomerados mediáticos de carácter privado. Ante la concentración por parte de empresas privadas, las agencias estatales responden con una lógica comunicacional propagandística, lejos de constituir una verdadera esfera mediática de carácter plural y equilibrada. Por supuesto que el carácter predominantemente gubernamental de los medios públicos no responde a un capricho sino a relaciones de poder instituidas en una estructura mediática donde “En ausencia de medios públicos que ofrezcan a la ciudadanía una perspectiva plural, no mercantilista, masiva y de calidad, son los grandes grupos comerciales los que tienden a validar y representar su propio interés (y el de sus alianzas, lo cual muchas veces incluye el estamento político gobernante) como el interés general.” (Becerra 2015: 87). En este contexto, Becerra analiza los usos de la publicidad oficial por parte de los gobiernos para condicionar la crítica que los medios privados ejercen.

El capítulo V, presenta una reflexión poco habitual en los estudios sobre economía política, ya que aquí Becerra expone de un modo preciso los cuestionamientos a las teorías de la manipulación mediática y la vulgata sobre los “medios hegemónicos”, advirtiendo que en la disputa de poder simbólico, los medios son instituciones importantes pero no omnipotentes. En el lado de la recepción, la ciudadanía no responde de un modo automático a los mensajes de los medios, como lo demuestran los triunfos electorales de Cristina Fernández, Dilma Rousseff, Rafael Correa, Evo Morales y Tabaré Vázquez, todos candidatos seriamente criticados por los conglomerados mediáticos con posición dominante. Aquí, el autor se pregunta si las políticas implementadas en los últimos diez años, de confrontación e intentos de regulación contra los medios privados con-

centrados, corresponden con un posicionamiento ideológico. La respuesta es no. Lo que ha incidido en un intento de cuestionamiento a la tradicional de estructura de propiedad está directamente relacionado con el papel de varias empresas con intentos de destitución de gobiernos, como el caso de Chávez en el 2001, más la coyuntura actual dominada por la convergencia tecnológica y la masividad de internet, que han reconfigurado el campo.

En el último capítulo y en las conclusiones, se proyectan los desafíos que le deparan a las políticas públicas de medios, fuertemente condicionadas por el escenario convergente, que obliga a pensar nuevos modos de regulación que articulen la forma de abordar los

tradicionales problemas de la concentración mediática con la convergencia digital, que al contrario de lo que sostiene cierto imaginario tecnofílico, profundiza los problemas anteriormente citados y agrega otros: La propiedad intelectual y el derecho de autor, la gestión del espacio radioeléctrico a partir de la posibilidad de la digitalización, etc.

*De la concentración a la convergencia* es un trabajo que resulta insoslayable para comprender un entramado de medios complejizado por la digitalización y la expansión de Internet que, al contrario de lo que creen los teóricos neoliberales, precisa más que nunca intervención planificada en materia de políticas públicas.