

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

*No son sólo los males violentos los que nos someten,
sino también los males sordos y rutinarios
los que alienan nuestra conciencia...*

¿Por qué ocuparnos de la Ley de comunicación audiovisual?

- Porque como trabajadores de la Educación pelamos por el derecho a la educación y la cultura libre, gratuita y popular.
- Porque los medios son modeladores de conciencias.
- Porque la práctica docente es cultural-política-social y libra una disputa cotidiana por el capital simbólico que circula en la sociedad.
- Porque tenemos que desandar los caminos del neoliberalismo que nos impregnó de un único discurso: el mercantil, el economista, el que legitima la exclusión.
- Porque la distribución siempre es mejor que la concentración.
- Porque la comunicación se debe usar para hacer común aquello que social-política o existencialmente no debe quedar aislado.
- Porque no podemos naturalizar los contenidos audiovisuales de unos pocos dueños que producen y reproducen sus productos mercantiles para muchos que consumen.

¿ No es acaso el lenguaje “único y televisivo” el que repiten nuestros alumnos?

¿ No conocemos y sufrimos la Tinelización de la cultura?

¿ No es clara para nosotros la agenda informativa creada “a priori” por unos pocos grupos editores?

Por todo esto es que nuestra pelea es doble; cultural en la diversidad y contracultural contra el poder hegemónico del mercado. Para esto hace falta construir una fuerza diferente, comprometida, y liberadora en lo político pedagógico.

I Momento: La comunicación es un derecho.

La comunicación es un derecho de todos los ciudadanos.

Ser ciudadano pleno implica tener derechos humanos en primer lugar, pero también civiles, políticos, sociales y culturales.

Los derechos no son dones, no fueron obsequios, fueron conquistados.

Así por ejemplo los DDHH surgen en 1948 después de 2 guerras mundiales.

Los derechos sociales, todavía en discusión, surgen como respuesta a las demandas de los pueblos devastados que necesitan ser un Estado que posibilite la vida, la salud, la educación, la vivienda y el desarrollo pleno de los ciudadanos.

Pero no siempre fue posible el cumplimiento y ejercicio del derecho social ciudadano.

La ultima dictadura sangrienta y despiadada tuvo por finalidad no sólo el asesinar impunemente y peor aún desaparecer a miles de personas imponiendo el terror, sino y fundamentalmente cambiar la cultura de un pueblo, es decir las formas de producción y comunicación social de lo producido material y simbólicamente. La escritura, el cine, la plástica todo fue controlado por un solo ojo, el de los golpistas.

Estas formas represivas que llegaron a prohibir casi todo “por las dudas”, por eje: “El Principito” posibilitaron la entrada en el neoliberalismo de los 90 que no necesito prohibir, sino simplemente desregular (no controlar) los impuestos y actividades financieras, achicar

el Estado, es decir gastar menos en educación, salud, vivienda, trabajo; privatizar (vender) todo lo que siendo del Estado pudiera entonces ser mal vendido. Así es como se privatizaron también los medios audiovisuales.

El neoliberalismo entregó el “mando”, el “poder” al mercado y entonces sólo el rating dominó la pantalla, la radio y la gráfica.

Es así como con un Estado cada vez más pequeño que no garantizaba derechos sociales y muchos menos culturales, fuimos quedando bajo el ojo del mercado, ya no éramos personas a las que se incluía en circuitos de comunicación, éramos y somos consumidores, que marcan rating, votan, compran y piensan según lo que ven repetidamente en la TV.

Es por eso que tenemos que recordar también que los derechos no se regalan, se disputan. Las leyes en lo social y cultural surgen como consecuencia de las exigencias ciudadanas y la participación colectiva de un pueblo diverso que no puede ser pasivo en el reclamo de más y mejores derechos.

II Momento: Historia de la Ley de Radiodifusión en nuestro país.

- **1980:** durante la última dictadura militar, el entonces presidente de facto General Videla, firmó el Decreto Ley 22.285 de Radiodifusión. Éste consideraba a la radio y la televisión como un negocio destinado a empresas comerciales y prohibido para las asociaciones o cooperativas sin fines de lucro. En realidad sólo quedaron en manos de las tres fuerzas armadas.
- **1984:** de vuelta a la democracia se presentaron varios proyectos de modificación de la Ley, se cambiaron los interventores, pero siguió imperando la lógica del mercado y el rating.
- **1989:** dentro de la política de privatizaciones y achicamiento del Estado (por ende de los derechos) del gobierno de Carlos Saúl Menem se privatizaron también casi todos los medios de comunicación del Estado. No sólo eso, sino que además se modificaron varios artículos del Decreto Ley que posibilitaron a los dueños de algunos medios acceder a otros. El proceso de concentración comenzó.
- **1991-2000:** dos grupos hegemonizaron la comunicación: el Grupo Clarín Telefónica de Argentina (CEI)
Grupo Clarín: era propietario de los diarios Clarín y Olé, los canales 13, Todo Noticias (TN) y Volver, las radios Mitre AM 80, FM 100 y FM Top 40, el cable Multicanal; Ciudad Internet y Datamarkets y participaba en los diarios La voz del interior, Los Andes y La Gaceta, Agencia Diarios y Noticias, Revista Elle, Direct TV, Supercanal, TyC Sports, TyC y Papel Prensa.
Telefónica Internacional (CEI): era propietario de Telefé, Editorial Atlántida, Radio Continental, La Red, FM Hits, Canales del interior y Canales Regionales, TyC y Azul TV y Advance Internet.
- **2005:** el gobierno de Kirchner modificó el artículo 45 de la Ley que impedía el acceso de organizaciones sin fines de lucro a las licencias de radio y TV. Pero prorrogó por 10 años las licencias existentes.

- **2009:** Tres grupos concentran el 85% de los medios de comunicación (radio, TV, gráfica, Internet, telefonía):
Clarín: 40%: 44 empresas.
Grupo Uno (América TV): 29%: 32 empresas.
Grupo Telefónica (Telefé): 17%: 19 empresas.

El actual gobierno de Cristina Fernandez de Kirchner presenta el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

III Momento: ¿Qué dice el proyecto de Ley?

Algunos puntos destacados:

- **Libertad de expresión:** Toda persona tiene derecho a buscar, investigar, recibir y difundir informaciones, opiniones o ideas sin censura previa a través de la radio y televisión en el marco del respeto al Estado y los Derechos Humanos.
- **Reparto del espacio comunicacional:** La Ley prevé que al menos un 33% de las frecuencias deben garantizarse para organizaciones sin fines de lucro, otro 33% para el Estado y el último 33% para los privados.
- **Límites a los monopolios:** La propiedad y el control de los servicios de radiodifusión deben estar sujetos a normas antimonopólicas (como en Estados Unidos, Francia, y otros países) y antioligopólicas.
- **Patrimonio de la humanidad:** Las frecuencias radioeléctricas no deben venderse, ni subastarse, ni transferirse, pertenecen a la comunidad. Son administradas por el Estado. Se revisarán cada dos años en virtud de las nuevas tecnologías ya que estas pueden asignar más señales a un grupo (debido a los avances tecnológicos).
- **Transparencia en la gestión:** Deberán publicarse los datos de los titulares de licencias.
- **Límites a la titularidad:** *No podrán ser titulares* de licencias de servicios de radiodifusión, ni integrantes de sus órganos directivos, quienes ocupen *cargos electivos oficiales* nacionales, provinciales o municipales, *funcionarios públicos* de los distintos poderes, miembros de las *fuerzas armadas*, como así tampoco aquellos que hayan tenido participación comprometida con violaciones a los Derechos Humanos.
- **Producción local y nacional:** La Ley establecerá cuotas que garanticen la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia. Esto implica producción realizada por actores, músicos, directores, periodistas, artistas, investigadores y técnicos argentinos.
- **Medios públicos no gubernamentales:** Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán poseer una amplia variedad de programación informática, educativa cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana. En todas las regiones del país se garantizará una frecuencia

de recepción gratuita de TV pública nacional y de radio nacional. También las universidades tendrán garantizada una frecuencia de radiodifusión.

- Inclusión de la comunicación regional: Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV y de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa, local y propia. (En la actualidad hay pueblos del interior que no pueden tener presencia en los medios debido a que existe un medio corporativo y la Ley no permite la instalación local).
- Publicidad: La publicidad sonora y audiovisual será de total producción nacional y deberá siempre diferenciarse de los contenidos de la programación, no estará incluida en esta.
- Defensoría del público: se creará la Defensoría del Público, con delegaciones en las provincias, que recibirá y canalizará las inquietudes de los habitantes de la Nación.

IV Momento: Para leer, pensar, compartir y debatir

- El siguiente texto propone un personaje que bien puede identificarse con alguno actual...

“ Soy el gran padre de muchos hogares sin haberlo buscado. Me han otorgado el honor y me todo la libertad de ejercer mi rol”.

Todos comían en silencio, mientras el televisor hablaba ininterrumpidamente.

Hasta que el agudo conductor del programa de las 21 tuvo la genialidad de provocar a los televidentes con su fina ironía.

Fina ironía que alguien en la planta de transmisión sugirió por lo bajo que podía costarle la rescisión del contrato mientras comentaba entre serio y humorístico: “Tampoco se trata de avivar giles. Nuestros puestos dependen del rating”.

En la mesa nadie se hizo cargo del asunto. Un silencio imperturbado siguió al desafío.

Solo el padre hablo cuando llego la tanda comercial. “ Es algo que debemos pensar. Yo venía, hoy, en el subte y de pronto me dí cuenta de que hasta ese momento de silencio nos han quitado. Todo es ruido y anuncios. No hay tiempo para estar con uno mismo. Como no queda tiempo para hablar en familia”.

Una mirada de incomodidad conecto la reacción de los hijos.