

LA COMUNICACIÓN Y LA POLÍTICA EN TIEMPO DE CAMBIOS

ESDENKA SANDOVAL, OMAR TURCONI Y ESTANISLAO ECHAZÚ

FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL - UNLP

esdenka_erika@yahoo.com.ar

Soplan nuevos vientos. Desde hace años soplan nuevos vientos en América Latina. Vientos que huelen a esperanza, a vida; luego de tanta sangre derramada.

Quizás inicia el 6 de diciembre de 1998, cuando Hugo Chávez resulta elegido presidente de Venezuela con el 56,5% de los votos, contando con el apoyo del Movimiento Quinta República. A partir de ese momento, busca consolidar la Revolución Bolivariana, hasta que sufre un intento de derrocamiento en 2002 y luego es restituido.

El camino de transformación también se inicia en Brasil, cuando Luiz Inácio Lula da Silva gana la presidencia el 1 de enero de 2003. Unos meses más tarde de ese mismo año, Néstor Carlos Kirchner obtiene el 22% de los votos en la primera vuelta y se convierte en presidente de Argentina el 25 de mayo, luego de que Carlos Menem renunciara a participar en el *ballotage*.

Dos años después, Evo Morales gana las elecciones presidenciales con casi el 54% de los votos y asume el cargo en enero de 2006, cuando los representantes de las nacionalidades indígenas de América Latina lo coronan como *líder supremo* en la ciudad del Sol – Tiawanaku el momento de luz para los pueblos originarios, luego de más de quinientos años, llegó definitivamente.

En tanto, en noviembre del mismo año, el pueblo nicaragüense proclama como presidente a Daniel Ortega Saavedra; mientras que Rafael Vicente Correa Delgado gana las elecciones con el 57% de las adhesiones y se convierte en el jefe de Estado de Ecuador.

A partir de esos momentos clave, la fraternidad latinoamericana se va tejiendo, retomando los ideales de la Patria Grande y el concepto de pensar cada país desde el propio país. A este escenario se suma Fernando Lugo en abril de 2008, luego de ganar las elecciones en Paraguay; mientras que José Alberto “Pepe” Mujica Cordano asume a la presidencia en marzo de 2010, al obtener el respaldo de casi el 52% de los votos del pueblo uruguayo.

Países en donde el pueblo respaldó con el voto las continuidades de los proyectos de país como ocurre en el caso de las presidentas Cristina Fernández de Kirchner, en Argentina; y Dilma Rousseff, en Brasil.

América Latina hoy se erige como potencia e interlocutora que discute proyectos de país donde el pasado se asume y se reivindica, donde la lucha por los derechos sociales y humanos guían cada una de las decisiones.

En términos de pensar, discutir el ejercicio del periodismo, los sistemas de producción y la circulación de información, uno de los hitos que se hace pertinente recordar es la presentación del informe final de la Comisión Mc Bride en el 80; cuando los países NO alineados plantearon que “no habrá un nuevo orden económico internacional sin un nuevo orden informativo internacional”.

Luego de la recuperación de la democracia en Latinoamérica, los países vivenciaron políticas liberales en lo económico, lo político y lo comunicacional. El valor de la empresa y el corrimiento del Estado tuvieron como saldo países pobres, con excluidos. La política fue caracterizada como corrupta e ineficiente.

Los medios y los periodistas fueron tomando un lugar central en la sociedad; un lugar de “denuncia”, de justicieros, de quienes decían que todo estaba mal, que todos eran corruptos, que era necesario quedarse dentro de las casas y no participar. Vivimos no sólo la dictadura militar y la dictadura del mercado, sino también la dictadura de los multimedios que fueron conformándose gracias a las políticas neoliberales que se profundizaron en los 90.

El cambio político, ése fue el viento de esperanza, un viento que se hizo cada vez más fuerte. Esas “pequeñas luchas” de “pequeños sectores” como lo eran los sectores de organizaciones ligadas a la comunicación que en cada país lucharon y luchan por el Derecho a la Comunicación, por leyes que permitan circular la palabra sin considerarla “delito”.

Fueron muchos años de lucha, una lucha que aún continúa. Años en los muchos fueron presos, los equipos decomisados... El movimiento de radios comunitarias, alternativas, populares desde *Radio Sutatenza* en Colombia tienen mucho que contar y de enseñanzas a compartir a lo largo y ancho de toda la Patria Grande.

Las luchas también fueron organizándose en redes entre instituciones públicas desde *Radio Nacional Argentina*; en 2001, cuando Adelina Mona Moncalvillo era directora, se intentó reunir a las radios públicas y conformar una red en defensa de la democracia y la lucha por la autodeterminación de los pueblos. Eran tiempos difíciles; Argentina estaba sumergida en el infierno. Las condiciones aún no estaban dadas; había que seguir bregando por ello.

Su antecedente inmediato fue en el año 2000, luego de la reunión en la que participan 19 países latinoamericanos en Francia, a raíz de la invitación de *Radio Francia Internacional* y el Instituto Mexicano de Radio con el patrocinio de la UNESCO, se crea la Asociación de Radios Nacionales de Servicios Público de América Latina (ARNASPAL). En ese encuentro los participantes coincidieron que “en un mundo globalizado del nuevo siglo, es indispensable consolidar el papel fundamental que la radio nacional de servicio público desempeña a la sociedad en un contexto de competencia reciente”.

Luego mantiene reuniones en agostos de ese mismo año en Montevideo y en abril de 2001 en San José de Costa Rica. El objetivo era crear y fortalecer relaciones institucionales entre los miembros que la integran. En el mes de septiembre de 2005 en la ciudad de México se agrupó La Red Latinoamericana y del Caribe,¹ con el propósito de fortalecer las relaciones entre los países y con el objetivo de promover la integración de la cultura latinoamericana y fortalecer la identidad de los pueblos, de apoyar el fortalecimiento continuo de la radio pública orientadas a fomentar la cultura y la educación, promoviendo los principios del Estado de Derecho y la dignidad humana. Estos primeros pasos luego se plasmaron en un proyecto que intentó desarrollar la *Radio del Sur*.²

Una de las mayores deudas que tenía la democracia de nuestro país era no haber podido sancionar una Ley que contemplara y contuviera el nuevo escenario mediático, tecnológico y cultural de país.

LA LEY DE MEDIOS, EL CASO DE LA ARGENTINA

A partir de la llegada de la democracia, desde diferentes sectores –en especial las radios de baja potencia pugnaron por ser reconocidas y no ser perseguidas– se peleó para lograr el Derecho a la información, la circulación de la palabra. En 2003 se conformó la Coalición por una Radiodifusión Democrática integrada por diferentes sectores de la sociedad civil; de las reuniones se logró trabajar sobre los *21 puntos básicos para la elaboración de una nueva norma que regulara el ejercicio de la comunicación en la Argentina.*

La Argentina tuvo dos leyes de radiodifusión. La primera fue durante la primera presidencia de Juan Domingo Perón (1946-1952) que se formó un sistema de medios de comunicación; mientras que en la segunda presidencia (1952-1955) se regularizó y normativizó la radiodifusión a partir de la sanción de leyes y decretos sustanciales.

La Ley N° 14241/53 fue la primera Ley de Radiodifusión promulgada por el PEN el 28 de septiembre de 1953 (cabe recordar que antes los medios estaban regidos por leyes y decretos que dependían de servicios de telégrafos y telefónicos); sin embargo, la misma fue derogada en la dictadura de Eduardo Lonardi en 1955.

La segunda Ley fue promulgada por la dictadura militar en 1980 con la firma de Rafael Videla. Se trataba de la Ley 22285, que estuvo vigente hasta 2009.

Los 21 puntos *básicos para la elaboración de una nueva norma que regule el ejercicio de la comunicación en la Argentina* fue militada en todos los sectores sociales y dada a conocer a los diferentes partidos políticos. Fue un proceso largo, con idas y vueltas pero con el convencimiento de que el Derecho a la Comunicación es un derecho humano fundamental.

A partir de 2003, la Argentina inicia un periodo de transformación profunda donde el Estado vuelve a hacerse presente diseñando e implementando diferentes políticas públicas a favor de las mayorías.

La relación del Gobierno con los medios de comunicación pasó por varios momentos, pero el más álgido fue en 2008 con el conflicto que los medios denominaron “conflicto del campo”.³ Este hecho evidenció el rol de los medios, los intereses empresariales, el rol de los y las periodistas en el programa 678⁴ que se emite por primera vez el 6 de abril de 2009 en la pantalla de la televisión pública.

En su página web, la TV Pública define a 678 como un “programa periodístico que reflexiona sobre el modo en que los medios representan la realidad”. En virtud de esta concepción, se podría afirmar que el espacio televisivo no busca contar la realidad; sino que pretende mostrar otra realidad, una realidad diferente a la que construyen día a día los medios hegemónicos.

Se presenta un formato nuevo. Un grupo de periodistas y un invitado especial, más unos cuantos informes con material de archivo y una voz en *off*, son los actores que se encargan de analizar, explicar y revelar las contradicciones, los intereses, los puntos de vistas, las manipulaciones, la tergiversaciones, los lenguajes, los recortes y todo aquello a lo que recurren los medios (principalmente los casos de *Clarín*, *La Nación*, *Perfil* y *TN*) para construir verdades absolutas e indiscutibles.

Su primera conductora, María Julia Oliván, explicó en una entrevista que “678 es funcional a un momento, no sólo de Argentina, sino de Latinoamérica, donde se está discutiendo cuál es el rol de los medios concentrados de comunicación en la construcción de la realidad y la opinión pública. En ese sentido yo creo que 678 fue un aporte para romper un *status quo* en el que no se hablaban ciertas cosas. Cómo se hablan, bueno ahí podemos ver, si se hablan bien, si están las descalificaciones aceptadas o no, si sirven y/o si construyen, pero la discusión en sí es algo que tiene ver con lo coyuntural”.

Tratándose de un programa sumamente vinculado con la construcción de la realidad que realizan los medios de comunicación, no fue casualidad que desde un primer momento haya apoyado la lucha que se estaba dando por la nueva ley de medios. Con una destacada presencia en la red social *Facebook*, el programa llevó a cabo una convocatoria en defensa de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. De esta manera, logró reunir una gran cantidad de manifestantes en el obelisco y en diferentes ciudades del interior del país que manifestaron la necesidad de sumar voces y terminar con los monopolios.

Es por esto que se insiste que 678 evidenció la “construcción de la realidad” que se realiza desde los medios; los intereses que tiene cada empresa. En tanto, la figura de muchos periodistas empezó a ser cuestionada por la sociedad, sabiendo que son actores que juegan un rol fundamental en el contexto nacional y latinoamericano.

El 1 de marzo de 2009, durante la apertura de las sesiones ordinarias del Honorable Congreso de la Nación la Presidenta, Cristina Fernández de Kirchner anunció su decisión de enviar un proyecto para cambiar el decreto-ley de radiodifusión: “Yo quiero decirles que, junto a estas medidas que hemos tomado, (y seguiremos tomando), absolutamente proactivas para sostener el nivel de empleo y la actividad económica, también enviaremos al Congreso todos aquellos instrumentos que las épocas y los tiempos le exijan. Algunas viejas deudas de la democracia argentina, como la reforma de la Ley de Radiodifusión. El cambio definitivo de eso, vieja deuda de la democracia”.

El proyecto de ley recorrió el país en foros, reuniones y mesas de debates; tuvo el análisis de expertos nacionales e internacionales. Finalmente la Ley de Servicios de Audiovisuales 26522 fue aprobada, no sin resistencia, el 9 de octubre de 2009. Un cambio definitivo se daba en el país y en el mapa mediático argentino.

LOS MEDIOS PÚBLICOS

En noviembre de 2010 las radios públicas de América Latina se reunieron en la Ciudad de Buenos Aires para “debatir sobre el rol de las radios nacionales en la actual situación política y social de nuestra región” porque, como dijo la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, “América Latina es nuestra casa”.

En aquella reunión, la directora de *Radio Nacional Argentina*, María Seoane, expresó: “Cuando en Argentina decimos justicia social, solidaridad, se está hablando de la distribución de la palabra, no sólo en términos económicos”.

En el caso argentino los medios públicos siempre han dependido del destino que tuvo el Estado; por eso, en este caso, *Radio Nacional* (al igual que el país), luego de 2003, inició su proceso de reconstrucción; ya que el deterioro tecnológico era mucho. Un medio con más de 50 años de historia, con 49 emisoras en todo el país (no repetidoras) y más de 1000 trabajadores estables.

Lentamente la recuperación se va evidenciando en potencia, en la llegada a más oyentes y en la calidad de las producciones; iniciando también un proceso de formación/capacitación interna en las 49 emisoras de la *Radio Pública*.

Esa primera reunión de 2010 tenía como objetivo conocerse y reconocerse en un nuevo escenario latinoamericano; sabiendo que la bandera y legado de Martí, Bolívar y San Martín estaban presentes.

Nuevo escenario político, económico, tecnológico, social y cultural; un nuevo escenario que presenta nuevos desafíos, como es el Portal web *Voces del Sur* que tiene como objetivo “Desarrollar el uso de las tecnologías de la comunicación para la creación colectiva de un modelo comunicacional propio de la región” para que “las partes aportarán contenidos y aplicaciones que serán publicados y podrán ser difundidos por todas las emisoras participantes en este proyecto”.

ALGUNOS PUNTOS DE LA NUEVA LEY DE MEDIOS

La Ley 26522 establece varios puntos relevantes y transformadores. A continuación sólo se citan los referidos al objetivo de la presente ponencia, aquél que se podría resumir en sistematizar el recorrido que los medios públicos (en este caso la *Radio Nacional*) y las acciones que llevó adelante en pos del espíritu de la misma. Además esta ley dedica un espacio muy relevante al tema de los medios públicos.

ARTICULO 89. — *Reservas en la administración del espectro radioeléctrico.* En oportunidad de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual deberá realizar las siguientes reservas de frecuencias, sin perjuicio de la posibilidad de ampliar las reservas de frecuencia en virtud de la incorporación de nuevas tecnologías que permitan un mayor aprovechamiento del espectro radioeléctrico:

- a) Para el Estado nacional se reservarán las frecuencias necesarias para el cumplimiento de los objetivos de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, sus repetidoras operativas, y las repetidoras necesarias a fin de cubrir todo el territorio nacional;

- b) Para cada Estado provincial y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se reservará una (1) frecuencia de radiodifusión sonora por modulación de amplitud (AM), una (1) frecuencia de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM) y una (1) frecuencia de televisión abierta, con más las repetidoras necesarias a fin de cubrir todo el territorio propio;
- c) Para cada Estado municipal una (1) frecuencia de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM);
- d) En cada localización donde esté la sede central de una universidad nacional, una (1) frecuencia de televisión abierta, y una (1) frecuencia para emisoras de radiodifusión sonora. La autoridad de aplicación podrá autorizar mediante resolución fundada la operación de frecuencias adicionales para fines educativos, científicos, culturales o de investigación que soliciten las universidades nacionales;
- e) Una (1) frecuencia de AM, una (1) frecuencia de FM y una (1) frecuencia de televisión para los Pueblos Originarios en las localidades donde cada pueblo esté asentado;
- f) El treinta y tres por ciento (33%) de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro.

Las reservas de frecuencias establecidas en el presente artículo no pueden ser dejadas sin efecto.

Teniendo en cuenta las previsiones del artículo 160, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual destinará las frecuencias recuperadas por extinción, caducidad de licencia o autorización, o por reasignación de bandas por migración de estándar tecnológico, a la satisfacción de las reservas enunciadas en el presente artículo, especialmente las contempladas en los incisos e) y f).

Las previsiones vinculadas a la reserva de espectro radioeléctrico se apoyan en la necesidad de la existencia de las tres franjas de operadores de servicios, de conformidad a las recomendaciones de la Relatoría de Libertad de Expresión ya planteadas con anterioridad. Por ello, se preserva un porcentaje para las entidades

sin fines de lucro que admita su desarrollo, al igual que para el sector comercial privado. En los supuestos destinados al conjunto de medios operados por el Estado en cualquiera de sus jurisdicciones, se procura su reconocimiento como actor complementario y no subsidiario del conjunto de los servicios de comunicación audiovisual. Se procura un desarrollo armónico atendiendo a los espacios futuros a crearse por vía de los procesos de digitalización, en los que la pluralidad debe ser garantizada.

En el ARTÍCULO 119 se define la creación “... bajo la jurisdicción del PEN de Radio y Televisión Argentina Sociedad Anónima el Estado (RTA S.E), que tiene a su cargo la administración, operación, desarrollo y explotación de los servicios de radiodifusión sonora y televisiva del Estado nacional”.

Además la ley establece la creación de un Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos que “ejercerán el control social del cumplimiento de los objetivos de la presente ley por parte de RTA S.E y funcionará como ámbito consultivo extraescalafonario de la entidad” (art 124)

ARTICULO 121. — *Objetivos.* Son objetivos de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado:

- a) Promover y desarrollar el respeto por los derechos humanos consagrados en la Constitución Nacional y en las Declaraciones y Convenciones incorporadas a la misma;
- b) Respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico;
- c) Garantizar el derecho a la información de todos los habitantes de la Nación Argentina;
- d) Contribuir con la educación formal y no formal de la población, con programas destinados a sus diferentes sectores sociales;
- e) Promover el desarrollo y la protección de la identidad nacional, en el marco pluricultural de todas las regiones que integran la República Argentina;
- f) Destinar espacios a contenidos de programación dedicados al público infantil, así como a sectores de la población no contemplados por el sector comercial;

- g) Promover la producción de contenidos audiovisuales propios y contribuir a la difusión de la producción audiovisual regional, nacional y latinoamericana;
- h) Promover la formación cultural de los habitantes de la República Argentina en el marco de la integración regional latinoamericana;
- i) Garantizar la cobertura de los servicios de comunicación audiovisual en todo el territorio nacional.

ARTICULO 122. — *Obligaciones.* Para la concreción de los objetivos enunciados Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado dará cumplimiento a las siguientes obligaciones:

- 1) Incluir en su programación, contenidos educativos, culturales y científicos que promuevan y fortalezcan la capacitación y la formación de todos los sectores sociales.
- 2) Producir y distribuir contenidos por diferentes soportes tecnológicos con el fin de cumplir sus objetivos de comunicación teniendo por destinatarios a públicos ubicados dentro y fuera del territorio nacional.
- 3) Considerar permanentemente el rol social del medio de comunicación como fundamento de su creación y existencia.
- 4) Asegurar la información y la comunicación con una adecuada cobertura de los temas de interés nacional, regional e internacional.
- 5) Difundir y promover las producciones artísticas, culturales y educativas que se generen en las regiones del país.
- 6) Difundir las actividades de los poderes del Estado en los ámbitos nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipal.
- 7) Instalar repetidoras en todo el territorio nacional y conformar redes nacionales o regionales.
- 8) Celebrar convenios de cooperación, intercambio y apoyo recíproco con entidades públicas o privadas, nacionales e internacionales, especialmente con los países integrantes del Mercosur.

- 9) Ofrecer acceso, de manera global, mediante la participación de los grupos sociales significativos, como fuentes y portadores de información y opinión, en el conjunto de la programación de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado.

LA UNIVERSIDAD PÚBLICA Y LA COMUNICACIÓN PÚBLICA

Las universidades públicas y sus respectivas radios fueron pilares fundamentales en la creación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Y es que fueron ellas las encargadas de llevar adelante numerosos debates en encuentros y foros realizados en todo el país, siempre con el objetivo de lograr una ley que posibilitara la pluralidad de voces.

Resulta difícil pensar que alguien pudiera sorprenderse por el firme respaldo que mostró tener la Universidad en los veintidós puntos de la Ley de medios, más si se tiene en cuenta que la idea de la democratización de la palabra no es nueva para ella. Inaugurada oficialmente el 5 de abril de 1924, *Radio Universidad Nacional de La Plata* es la primera emisora universitaria del mundo. El entonces presidente de esa alta casa de estudios, Benito Nazar Anchorena, fundamentaba la iniciativa al destacar que no sólo había que pensar en una estación radiotelefónica como excelente elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica, sino que además había que pensarla en términos de divulgación científica. En tanto, consideraba que debía ser entendida con el propósito de vincular a la Universidad con el medio social en el que actúa.

Con casi nueve décadas cumplidas, la radio universitaria de La Plata continuó avanzando en diferentes áreas hasta lograr transmitir en las frecuencias de AM 1390 y FM 107.5, además de desarrollar su propia web de noticias, www.radiouniversidad.unlp.edu.ar.

A nivel nacional, cabe destacar que la Universidad Nacional de La Plata, junto a las universidades nacionales de Luján, Patagonia San Juan Bosco, Misiones, Santiago del Estero y Universidad Tecnológica Nacional fundaron en 1998 la Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA).

Con el lema *Juntas para lograr objetivos comunes*, la flamante entidad se propone afianzar los principios y derechos que garantizaran la existencia de una radiodifusión de origen universitario, libre y estable al servicio del país; una radiodifusión que defendiera los ideales democráticos y normas constitucionales que regulan la vida de la Nación; una radiodifusión que fuera capaz de estimular la cultura nacional y regional en todas sus expresiones.

Con el paso del tiempo, se sumaron a ARUNA las radios universitarias nacionales de Santiago del Estero; de Salta; de Rosario; de Buenos Aires; de Río Cuarto, Córdoba; *Radio Revés* de la Universidad Nacional de Córdoba y *Radio La Zona* de la Facultad de Ingeniería y Ciencias Económicas y Sociales de Villa Mercedes, San Luis.

Después se integraron Radio Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza; del Litoral; de San Luis; de San Juan; de Misiones; de La Rioja; de Lujan; de La Matanza; de Catamarca; de Jujuy; de Tucumán; de Formosa; de Patagonia; de Patagonia Austral, de Entre Ríos, de Mar del Plata; del Centro; radio *Antena Libre* de la Universidad del Comahue-General Roca, en Río Negro y Radio *Calf-Universidad* de la Universidad Nacional del Comahue, en Neuquén. Lo mismo hicieron luego las radios de las Universidades Tecnológicas de las regionales de Resistencia, Paraná, Córdoba, Mendoza, Avellaneda, Bahía Blanca y Delta.

Todas estas radios, a través de ARUNA y manteniendo idénticas convicciones, acordaron con la agencia oficial de noticias *Télam* aportar el material que producían día a día. La intención de esta iniciativa era poder sumar voces, colaborar en las producciones periodísticas de todos los medios del país.

En cuanto a la situación que se registra a nivel regional, resulta clave mencionar el encuentro de la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe (RRULAC), realizado en México en octubre de 2011, en el que participaron ARUNA y más 150 radios universitarias latinoamericanas que debatieron acerca de la democratización de la palabra, destacando la necesidad de impulsar el derecho a la información y la comunicación.

LA LEY DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA

La Ley argentina de Servicios de Comunicación Audiovisual tuvo importantes repercusiones en el ámbito regional, ya que fue y es vista como ejemplo y estímulo por diferentes actores acosados por las grandes corporaciones mediáticas. Es destacable el valor que tiene la nueva legislación, como herramienta indispensable para las construcciones democráticas e inclusivas que se registran en el área. En este sentido, ya son varios los países que han empezado a tomar como modelo la ley de medios argentina, sancionada el 9 de octubre de 2009.

A partir de su sanción la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y del proceso social argentino y latinoamericano se produjo cambios también en otros países como es el caso de Bolivia, donde en 2011 sanciona el proyecto de Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación. Entre los principales puntos que se destacan, la nueva ley dispone que se otorgue un 33% del espectro electromagnético al Estado, igual porcentaje al sector privado, 17% para el sector social comunitario y el 17% para los pueblos indígenas originarios y campesinos.

Asimismo, los operadores de radio y televisión abierta están obligados a realizar en forma gratuita transmisiones en cadena de los mensajes presidenciales. La nueva normativa autoriza además a las escuchas telefónicas “en caso de seguridad del Estado, amenaza externa, conmoción interna o desastres”.

Por su parte, en ese mismo año, Brasil derogó la Ley de Medios de 1967, que había sido aprobada durante el periodo dictatorial. La misma, legalizaba la censura de ciertos temas y habilitaba el cierre de publicaciones. Si bien es cierto que la ley se había dejado de cumplir en las grandes urbes, todavía les servía a los caciques de pueblos pequeños para poner un límite a los medios locales.

A partir de esa derogación, los periodistas y los medios de comunicación quedan bajo la órbita de las figuras legales del Código Penal y Civil. En esa suerte de vacío legal, Brasil comenzó a elaborar un proyecto de ley de medios para estimular la participación de los ciudadanos en la comunicación e impedir que rija solamente la ley del mercado. Recientemente, el Partido de los Trabajadores anunció que el próximo combate del gobierno brasileño será buscar una nueva ley de medios.

En tanto, la República Bolivariana de Venezuela sancionó en 2010 la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, cuyo objetivo principal es "establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de servicios de radio y televisión, proveedores de servicios de Internet y medios electrónicos, anunciantes y usuarios (...) para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses".

La normativa prohíbe "en todos los horarios" la transmisión de mensajes que contengan elementos de sexo, además de "los que puedan incitar y promover al odio y la intolerancia por razones políticas, religiosas, diferencia de género por racismo o xenofobia". Además, se prohíben los mensajes que puedan constituir manipulaciones mediáticas, inducir al magnicidio, que emitan ofensas a autoridades y "apología del delito".

La Ley insta a los proveedores de Internet a establecer mecanismos que permitan restringir la difusión de los mensajes anteriormente mencionados, así como el acceso a los portales que los publiquen.

Por su parte, el Gobierno de Ecuador promueve desde hace cuatro años la necesidad de sancionar una ley de medios que plantee la operatividad del derecho de réplica, la creación del Consejo de Comunicación, la regulación de la duración de la publicidad, la profesionalización obligatoria para los periodistas que trabajen en los medios y el paquete de sanciones o multas económicas para los medios de comunicación.

El proyecto ecuatoriano de la ley de medios además declara que "todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio". Prohíbe la censura previa, a la que define como "la revisión, aprobación o desaprobación, por parte de una autoridad o funcionario público de los contenidos previo a su difusión a través de cualquier medio de comunicación".

Por otro lado, Uruguay es otro de los países de América Latina que ya busca sancionar su ley de Medios. Entre otras cuestiones, el proyecto denominado *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* exige a los dueños de los medios de comunicación que un porcentaje del tiempo de emisión sea destinado a programación nacional, como un modo de preservar y difundir la cultura y los valores del país.

La concentración de canales y ondas de radio en pocas manos es otro de los elementos en los que el proyecto introduce varios cambios. La normativa establece que al menos un tercio de las adjudicaciones sea destinado a cooperativas sin fines de lucro y que exista una distribución más equitativa para garantizar que todas las voces tengan presencia en los medios de comunicación.

En Latinoamérica ya son varios los países que comenzaron a trabajar en la formulación de una ley de medios que busque aumentar la participación de la ciudadanía y disminuir la concentración mediática. Una concentración mediática que califica a la ley como “polémica”, “censuradora” o “mordaza”; mientras toda una ciudadanía, incluyendo los profesionales y estudiantes de Comunicación Social, manifiesta su apoyo y levanta la bandera de una comunicación para todos.

LA RECONSTRUCCIÓN DEL MEDIO PÚBLICO

La concepción de “medio público”, según una definición de diccionario, se refiere a aquella “que está a disposición de todos los ciudadanos”. En tanto el presidente del directorio de RTA S.E Tristan Bauer, en una de la reunión de directores celebrada en 2010 en la Ciudad de Buenos Aires, expresó que “nuestros medios públicos forman parte de una intención latinoamericana de reforzar la existencia de medios públicos con pluralidad de opiniones.

Los medios públicos tienen la misión de producir y difundir de manera plural y democrática contenidos de calidad en un contexto donde la información y el conocimiento son esenciales para el ejercicio pleno de la ciudadanía. La idea es poder construir una identidad de los medios públicos que, además de consolidar una pantalla de calidad estética y técnica sea promotora de contenidos e informaciones que no estén exclusivamente al servicio del mercado, que no busquen la rentabilidad sino el bien público”.

En tanto la actual directora de *Radio Nacional*, María Seoane, manifiesta que una “Radio Nacional implica política de Estado a largo plazo. Implica, entonces, una visión de futuro prolongada, una esperanza de sobrevivida de las sociedades en la construcción de su destino más allá de cualquier nombre propio”.⁵

En diálogo con la Gerencia de Noticias de esa radio, frente a la expresión “medio público-medio del gobierno”, se reflexiona que el concepto de lo público refiere al “servicio hacia toda la ciudadanía”. La construcción de un medio público que no guarde relación con el Gobierno no es posible, al menos en este contexto y teniendo presente la historia de la conformación de los medios en nuestro país.

Hoy los medios públicos son vistos como difusores de las acciones del Gobierno; pero esto es por las acciones de los otros medios con un discurso contrario a las acciones del Gobierno en defensa de los intereses empresariales. El sujeto que piensa un medio público como *Radio Nacional* debe tener presente que el medio llega a 23 provincias con la multiplicidad de geografías, culturas y problemáticas.

“El escenario político actual hace y las discusiones que se plantean desde los otros medios al decir “medio del gobierno” tiene una intención de desvalorizar las noticias, los mensajes y corriéndose de sus propios lugares e intereses. Lo que se disputa en este momento es un modelo de país, hay disputas en las matrices de pensamientos; en estos tiempos se ha quedado evidenciado los intereses de los medios; hoy los y las oyentes buscan, investigan la tecnología, internet permite acceder a diferentes fuentes”.⁶

Si se recorre la programación de *Radio Nacional*, se puede observar la intención y decisión de establecer una relación con los oyentes de todo el país; no es tarea sencilla ya que en la Capital los otros medios tienen fuerte presencia. Pero lo que claramente distingue a *Radio Nacional* de las otras radios es la cantidad de voces; además de producir todos los días tres panoramas nacionales en las que las noticias de las 23 provincias son contadas por sus propios actores sociales. Desde el servicio informativo se trabaja con la idea de “*la noticia antes que la primicia*”

Su programación es absolutamente periodística con diferentes voces; donde cada periodista explicita su mirada en búsqueda de la rigurosidad, la calidad, el chequeo de fuentes y la responsabilidad social.

Los desafíos que hoy tiene el ejercicio de la profesión se refieren a la ética. Hay una discusión que sigue vigente “periodismo independiente” que no existe porque siempre se defiende a los intereses y el “periodismo militante” pero ¿qué se quiere decir?; así se lo señala al periodista que explicita su posición. El rol de los y las periodistas hoy está bajo la lupa de la sociedad, no se puede hacer periodismo

como en un “laboratorio”, la profesión se desarrolla en un contexto, en un medio con determinados intereses e ideas, valores, línea editorial; en tanto el periodista tiene su propio *background* que le permite leer el contexto y discutir la agenda.

El desafío es que los medios tengan pluralidad de voces y que trabajen con honestidad a sus propias ideas. El modo de construir las agendas también está transformándose; en los últimos 20 años la “agenda” la marcaban los medios concentrados, hoy la agenda se marca por la propia sociedad que discute medidas, ideas, propuestas, proyectos y las políticas de Estado. Éste es un cambio sustancial y ésta también es función de los medios públicos.

En el manual de estilo de *Radio Nacional* se expresa que “los intereses del conjunto social deben estar al tope de la agenda del medio público, sobre todo en términos de proporcionarles a los receptores instrumentos para que participen del objetivo de conformar una sociedad democrática, equitativa, con goce pleno de derechos, participativa que no discrimine a ninguno de sus miembros y que pueda avanzar en su desarrollo en todos los campos.

Si investigaciones y encuestas numerosas, aunque con diferencias y matices, coinciden en definir un ideario social en el que son anhelos prioritarios el goce de las libertades, junto al acceso al empleo y el salario justo, la educación, la justicia y la seguridad, por nombrar unos pocos ejes, la agenda temática o selección noticiosa de Radio Nacional Argentina (RNA) habrá de ajustarse a ello.

El privilegio en la agenda informativa va para valores y conceptos constantes y su reflejo en el acontecer de cada día, por más que ese reflejo pueda quedar transitoriamente opacado o postergado por otros asuntos de impacto circunstancial. Para RNA el andar, bueno o malo, tranquilo o dificultoso, de los asuntos centrales del país, y su repercusión en la suerte de los habitantes, estará siempre por delante en las prioridades de un sector. El más “aburrido” de los datos sobre exportaciones e importaciones será para la entrega informativa de RNA siempre más valioso que las novedades rutilantes de la farándula.

En este sentido, se puede afirmar que RNA no someterá su agenda de temas, el tratamiento de las informaciones que se refieren a los intereses permanentes del país y sus habitantes, a la obtención de una posición privilegiada en la competición por la audiencia, si se creyera que esa posición privilegiada se consigue adoptando

las prioridades temáticas de otros medios. Y no sólo sus prioridades temáticas, tampoco someterá su lenguaje y los formatos para llevar información al público”.⁷

En este escenario la *Radio Nacional* trabaja no sólo hacia el interior del medio, sino también con las Radios Nacionales de los otros países de la Patria Grande... El proyecto web Voces del Sur es un espacio donde se pretende dar estas discusiones, construir agendas con miradas latinoamericanas.

La web es el espacio compartido por los países hermanos, pero en la programación se hace presente en los abordajes de las noticias, consulta de fuentes y en el programa “*Voces del Sur*” que conduce Carlos Polimeni que busca mostrar la realidad latinoamericana. Se emite de lunes a viernes de 22 a 24 hs por AM 870.

En este escenario, se presentan algunas preguntas para compartir, discutir y analizar:

- ¿Qué “vigilancias” epistemológicas, políticas, éticas se hacen necesarias en este contexto?
- ¿Qué es hoy ser periodista independiente?
- ¿Hay diferencias en el modo de producir con los otros medios?

NOTAS

¹ RED LATINA, asociación sin fines de lucro, apartidista y laica que agrupa organismos operadores de frecuencias, permisos, concesiones y señales de radio con vocación de servicios público en América Latina.

² Esta iniciativa fue aprobada por representantes de emisoras del Estado y universitarias celebradas en marzo de 2006 en Caracas, Venezuela. Estuvieron presentes delegados de Argentina, Ecuador, Chile, Cuba y Venezuela.

³ Todo comenzó el 11 de marzo de 2008 cuando se dispuso una suba de entre 7 y 9 puntos en las retenciones a las exportaciones de la soja y el girasol. Renuncias, cortes de ruta, enfrentamientos, detenciones, marchas y contramarchas de los dueños de las tierras.

⁴ Su título inicial era *Seis en el Siete, a las 8, abreviándose 6, 7, 8* se debe a que inicialmente había cinco panelistas, y haciendo referencia a que «el sexto [por el público] sos vos», en *canal Siete* a las 20 (las 8 de la noche) con la producción ejecutiva de Diego Gvirtz.

⁵ Carlos Ulanovsky y Susana Pelayes (comps), *La Radio Nacional Voces de la historia 1937–2010*, Buenos Aires, LRA Radio Nacional, 2010.

⁶ Gerencia de Noticias.

⁷ *Manual de estilo de radio nacional*, p. 10, SNMP Sistema Nacional de Medios Públicos.