

Transformaciones en el campo infocomunicacional argentino durante el periodo neoliberal

Lic. Iván Teach
(UNC-CEA)

Eje temático: Cultura, arte y comunicación

Resumen

El siguiente trabajo se propone analizar las políticas neoliberales impulsadas durante la década del 90' y sus implicancias en el campo infocomunicacional argentino. El análisis centra su interés en dos cuestiones. En primer lugar, en el rol eminentemente político que adquirieron y que todavía detentan, los conglomerados infocomunicacionales desde el inicio del proceso de desregulación en el sector de las comunicaciones y concentración de medios. En segundo lugar, y en relación al primer punto, en la influencia central que tuvieron los grandes medios de comunicación, al emprender un proceso de legitimación de las políticas neoliberales en la Argentina de los 90'.

Ponencia

1. Introducción

El siguiente trabajo se propone analizar las políticas neoliberales impulsadas durante la década del 90' y sus implicancias en el campo infocomunicacional argentino. El análisis centra su interés en dos cuestiones. En primer lugar, en el rol eminentemente político que adquirieron y que todavía detentan, los conglomerados infocomunicacionales desde el inicio del proceso de desregulación en el sector de las comunicaciones y concentración de medios. En segundo lugar, y en relación al primer punto, en la influencia central que tuvieron los grandes medios de comunicación, al emprender un proceso de legitimación de las políticas neoliberales en la Argentina de los 90'.

La coyuntura política nacional evidencia un enfrenamiento declarado entre el Gobierno nacional y el grupo *Clarín*, principal grupo de medios de comunicación del país. Si bien en el año 2005 el entonces presidente Néstor Kirchner benefició al grupo permitiendo la prorrogación de las licencias de radio y televisión, la nueva Ley de Servicios Audiovisuales aprobada en el año 2009 durante el gobierno de su sucesora, Cristina Fernández de Kirchner, generó una disputa en términos simbólicos, políticos y económicos. La pregunta es entonces, ¿Cómo estos medios de comunicación han adquirido tanto poder como para enfrentarse abiertamente con un gobierno democrático? El intento de este trabajo es responder dicho interrogante centrándose en las modificaciones ocurridas en la economía argentina durante la etapa neoliberal, por lo tanto se analizará el proceso de privatizaciones y de concentración de medios de comunicación.

2. Desregulación y propiedad privada

Atilio Boron en *América Latina: crisis sin fin o el fin de la crisis*¹, hace una referencia general a las políticas implementadas durante el periodo neoliberal y afirma:

“En primer lugar tales ‘reformas’ fueron, antes que nada, simples programas de desmantelamiento del sector público, o recortes salvajes del presupuesto fiscal acompañados por un costoso programa de despidos masivos que, como en el caso de la Argentina, aumentaron aún más el endeudamiento externo. Todo esto fue, por supuesto, adecuadamente ‘maquillado’ y presentado ante la opinión pública como un avance en la racionalización y eficiencia del estado, avalado por el supuesto saber contenido en las consultoras internacionales que ‘monitorearon’ la ejecución de este programa”.

Alfredo Eric Calcagno y Eric Calcagno en *“El monstruo bicefalo de la renta financiera”*², afirman que en lo económico, el modelo rentístico financiero implementado por la última dictadura militar y profundizado por el gobierno de Carlos Saúl Menem (1989-1999).

“... no se agotó aprovechar el excedente generado por los restos industriales, sino que se apropió de las rentas de los servicios públicos privatizados y de los recursos naturales, permitió el desarrollo de un sistema bancario usurario y derivó recursos enormes al pago de la deuda externa. El grupo rentístico que se apoderó del poder político y económico está integrado por quienes se apropiaron de los servicios públicos privatizados, de la renta de los recursos naturales (en especial el petróleo) y de la propiedad del sistema bancario y financiero; este conglomerado expoliador se completa con los acreedores externos. Las privatizaciones constituyeron una monumental transferencia de poder económico y de ingresos del Estado hacia el nuevo grupo económico dominante.”

Al explicar el impacto de dichas políticas económicas aplicadas al campo de las comunicaciones, Pablo Blesa Aledo se refiere a los aspectos más notables que han moldeado el sistema mediático en el ámbito global durante las últimas décadas. El autor indica que las modificaciones más significativas han sido: “la promulgación de políticas internacionales que contribuyen a la desregularización de los mercados; una liberalización que propicia la eliminación de obstáculos a la expansión de los grandes medios privatizados; finalmente, la capitalización y enriquecimiento de esos grandes medios fuera de sus fronteras”³. En principio se podría afirmar que un negocio relativamente local se ha convertido en una lucrativa industria multinacional.

La Argentina de la década del 90’ no fue ajena a este fenómeno de privatizaciones y de conformación oligopolios mediáticos. En este sentido, es trascendente reconocer el completo alineamiento de las líneas editoriales de los grandes medios con el proceso de

¹ Boron, Atilio. *América Latina: crisis sin fin o el fin de la crisis*. En <http://www.reggen.org.br/midia/documentos/crississinfinoelfindelacrisis.pdf>. p. 3. fecha de consulta: 27/06/2011

² Calcagno Alfredo Eric y Calcagno Eric, *El monstruo bicefalo de la renta financiera*. En http://www.nuso.org/upload/articulos/3054_1.pdf. fecha de consulta: 27/06/2011

³ Blesa Aledo, Pablo: La crisis de credibilidad de los medios de comunicación en las democracias occidentales: poder y globalización. En www.bocc.ubi.pt, <http://bocc.unisinos.br/pag/blesa-aledo-pablo-crisis-de-credibilidad.pdf>. P14. consulta 16/03/2011

privatizaciones y liberalización de los mercados, impulsados por el gobierno de Carlos Saúl Menem y direccionados por el consenso de Washington. Es decir, se evidenció un proceso en el cuál medios de comunicación pasarían a manos privadas y avalarían el conjunto de las políticas neoliberales, entre las que se encuentran las privatizaciones de otras empresas de servicios públicos.

Alfredo Eric Calcagno y Eric Calcagno afirman que una de las principales directrices del FMI y del establishment nacional e internacional consistió en la privatización de las empresas públicas, y agregan que entre 1990 y 1999, los ingresos por privatizaciones fueron de 29.985 millones de dólares. Este proceso de privatizaciones se realizó en medio de fuertes sospechas de corrupción y los autores manifiestan que “como consecuencia de la desaparición de las empresas públicas, que antes de las privatizaciones generaban más de 10% del producto interno bruto, se produjo un cambio en la estructura de poder interno. El monstruo bicéfalo de la renta financiera, los compradores de privatizadas, integran la elite del poder económico y pueden influir fuertemente en el poder político. Piénsese, por ejemplo, en el valor estratégico y en la magnitud de las recaudaciones de los principales servicios públicos, por ejemplo, las telecomunicaciones”.⁴

En este sentido, lo manifestado por los autores es crucial para advertir que a partir de la década del 90’, los grandes medios de comunicación dejaron de ser simples empresas periodísticas y pasaron a integrar holdings con intereses en diversas áreas de la economía.

En el prólogo del libro *Periodistas y Magnates* de Guillermo Mastrini y Martín Berra, Armand Mattelart explica que “la inflexión del orden jurídico hacia las leyes del mercado –lo que se ha dado en llamar impropriadamente la desregulación– ha jugado un papel central en la emergencia de esta estructura oligopolística”.⁵ Según los autores, este proceso incorporó sus primeros discípulos en los regímenes neoliberales “como en el caso de Inglaterra, Argentina, Chile, México o Venezuela y se instituyó como norma universal a partir de 1998, con el Acuerdo en la Organización Mundial del Comercio (OMC) que generaliza la llamada liberalización de las telecomunicaciones”.⁶

Blesa Aledo formula que los grandes conglomerados de la comunicación han diversificado sus inversiones fuera del campo de la comunicación, a veces penetrando en el terreno de la política: “con intereses dispersos en diversos sectores, ¿Podemos esperar un tratamiento objetivo, neutral o simplemente desinteresado de los medios sobre la realidad?”⁷

3. El caso argentino

El caso argentino revela que el proceso económico-social sostenido durante la década del 90’, fue una continuidad de lo iniciado durante la última dictadura militar en 1976.

⁴ Op. Cit. Calcagno Alfredo Eric y Calcagno Eric. Fecha de consulta: 27/06/2011

⁵: Armand Matellart, *Periodistas y Magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Mastrini Guillermo - Berra Martín (DIR), Buenos Aires, Prometeo, 2006, p.9. En: http://www.fndc.org.br/arquivos/Periodistas_y_magnates.pdf, consulta 30/06/2011

⁶ Op. Cit. Mastrini Guillermo - Berra Martín. p. 9

⁷Blesa Aledo, Pablo op. cit. p.15

Desde entonces, se impuso una concepción neoliberal de la economía cimentado básicamente en la apertura económica, la eliminación de regulaciones y la liberación del sistema financiero. La Ley de Radiodifusión 22.285, decretada por el dictador Jorge Rafael Videla en 1980, sufrió numerosas modificaciones hasta el año 2006, pero casi todas ellas redoblaron el énfasis hipercomercial del sistema comunicacional argentino.

Además de la reducción del número de propietarios de los grandes medios de comunicación, dos de los aspectos más trascendentes que ocurrieron en nuestro país, a partir de la aplicación de las políticas neoliberales fueron, en primer lugar, el proceso de extranjerización del sector infocomunicacional. En este sentido, Natalia Aruguete⁸ indica que en el año 1992, el holding *Clarín* – propietario de medios importantes como *Canal 13* de Buenos Aires y de *Radio Mitre* de Buenos Aires - se asoció con la estadounidense GTE, en la explotación de la firma “Compañías de Teléfonos del Interior” - CTI -. En segundo lugar, es significativo subrayar que la industria de la comunicación comenzó a entrelazar intereses con sectores anteriormente ajenos al tejido comunicacional. Aruguete indica que en el año 1999, el grupo financiero internacional Goldman Sach Group, compró el 18% de las acciones del multimedio *Clarín*, por un monto de 500 millones de dólares.

Otros grupos económicos del exterior beneficiados durante el gobierno de Carlos Menem, fueron el grupo estadounidense CEI, Citicorp Holdings – propietario del Citibank - y el español Telefónica Internacional. Estos se asociaron con la familia Vigil, propietaria de la editorial *Atlántida* y formaron el holding ATCO, *Atlántida Comunicaciones*. De esta manera, adquirieron acciones en medios como *Telefé*, uno de los tres canales porteños de mayor rating y facturación, *Radio Continental*, una de las radios nacionales más escuchadas, doce revistas de tirada nacional, entre las que se cuentan *Gente* y *El Gráfico*, y por lo menos diez canales del interior del país.⁹

Es decir, durante la década del 90’ actores concernientes al sector financiero internacional, obtuvieron una injerencia directa en los medios de comunicación más poderosos de Argentina. Se propició un escenario marcado por un proceso de notable concentración económica y los medios de comunicación no fueron una excepción.

Aunque la dictadura militar argentina tuvo una concepción neoliberal de la economía, el proceso de privatizaciones y concentración de los medios de comunicación comenzó durante el gobierno democrático de Carlos Saúl Menem, Aruguete señala que además del mencionado proceso de privatizaciones de los canales capitalinos iniciado en 1989, en marzo de 1990, la empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL), fue concesionada a dos grandes conglomerados controlados por Telefónica de España y por Telecom Italia y France Telecom”.¹⁰

Las reformas del gobierno de Carlos Menem fueron decisivas para reconfigurar la nueva dinámica del mercado infocomunicacional. Uno de los aspectos más notables que se desprendieron a raíz de la desnacionalización de los medios de comunicación y del

⁸ Aruguete, Natalia, *Concentración en el escenario comunicacional*, *En Realidad Económica* nro. 199, Buenos Aires, IADE, 2006, p.1. En: <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=787>, consulta:07/06/2011

⁹ Diario “La Nación” 27/03/1998. En <http://www.lanacion.com.ar/91681-el-cei-ya-tiene-atlantida-telefe-y-radio-continental>. Fecha de consulta: 30/06/2011

¹⁰ Op. cit Aruguete, Natalia p. 2

servicio de telecomunicaciones, fue la concentración de la instancia de producción de contenidos y la de transmisión de datos en manos de los mismos actores.

Natalia Aruguete señala que: “El proceso de extranjerización del sector infocomunicacional se consolidó en un escenario donde la convergencia tecnológica y de servicios generó un cruce de intereses entre la rama del audiovisual continuo y la industria de las telecomunicaciones. Hasta ese momento, la primera se encargaba de la producción simbólica de contenidos y la segunda de su transporte”.¹¹

Aruguete recurre al investigador brasilero Cesar Bolaño que señala “(...) producción material y producción simbólica convergen hoy, orientándose para la constitución de un capitalismo total en el que nada escapa a la forma de la mercancía, a la producción de valor y a la plusvalía”.¹² Asimismo, Aruguete manifiesta que esta nueva lógica restringió notoriamente el acceso a la información y limitó la diversidad cultural, en la medida en que la producción de contenidos y las vías para transportarlos recayeron bajo la órbita de pocos operadores movilizados por la optimización de ganancias y la minimización del servicio.

Otra cuestión central señalada por la autora, que guarda vinculaciones con las políticas favorables a la concentración y a la ausencia de regulaciones, fue la dilación de la aprobación de la ley de Competencia, cuyo debate comenzó en 1991, pero su sanción se hizo efectiva ocho años después. Según Natalia Aruguete este retraso no fue casual “(...) ya que entre 1997 y 1999 se concretó el periodo más intenso en el proceso de fusiones y adquisiciones de la década que repercutió en la concentración de este mercado”.¹³ Por otra parte, el artículo de Aruguete hace referencia a la conocida *ley de reforma del Estado*¹⁴ y a los decretos que le continuaron, que además de propiciar el proceso de privatizaciones, modificaron una serie de artículos contemplados en la *ley de Radiodifusión* (22.285/80). En septiembre de 1999, antes de finalizar su gobierno, Menem dictó el decreto de necesidad y urgencia número 1005/99, que permitió el aumentar a 24 el número de licencias de radiodifusión en manos de una empresa. De esta manera, se implementaron medidas que habilitaron legalmente la conformación de pools de medios de comunicación.

Aruguete se refiere a los procesos de concesiones de telefonía celular y el del servicio de comunicaciones personales, y señala que fueron los principales instrumentos que beneficiaron a las licenciatarias del servicio básico telefónico - Telefónica de España, Telecom Italia y France Telecom - e incrementaron notablemente el grado de concentración económica del conjunto del mercado local de telecomunicaciones.

“En 1993, Telefónica de Argentina y Telecom Argentina accedieron al derecho de explotar -a través de la firma de propiedad compartida

¹¹ Ibid. p. 3

¹² Bolaño, Cesar por, Aruguete, Natalia, *Concentración en el escenario comunicacional, En Realidad Económica nro. 199, IADE, Buenos Aires, 2006, p.1*. En: <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=787>, consulta:07/06/2011 p3.

¹³ Ibid. p. 3

¹⁴ La ley 23.696, conocida como Ley de Reforma del Estado, fue una ley sancionada el 17 de agosto de 1989 en Argentina, durante el gobierno de Carlos Menem. Dicha ley promovió la privatización de un gran número de empresas que hasta ese momento se encontraban bajo la órbita estatal.

*Movistar- la segunda banda para el servicio de telefonía celular, en el Área Múltiple de Buenos Aires12 (AMBA), hasta ese momento prestado en forma exclusiva por la Compañía de Radiocomunicaciones Móviles Movicom (asociada al grupo Macri). Un año antes, se llamó a concurso público internacional para explotar ese servicio en las dos áreas en que se dividió el interior del país. En ambos casos, la adjudicataria fue la Compañía de Teléfonos del Interior (CTI), controlada por el grupo Agea/Clarín y la estadounidense GTE. Por último, las licenciatarias de servicio básico telefónico contaron en 1996, con el permiso para operar el servicio de telefonía celular a través de Telefónica Comunicaciones Personales Unifon (Telefónica de Argentina), y Telecom Personal (Telecom Argentina) en las regiones Sur y Norte del país, respectivamente”.*¹⁵

La autora indica que las modificaciones estructurales ocurridas en la década del 90’ desmantelaron la estructura establecida por el gobierno militar que implantaba un fuerte control estatal en relación al número de licencias otorgadas. Dichas restricciones a la conformación de grupos mediáticos, así como el abortado proyecto de privatizar los canales de televisión de alcance nacional, evidenció la amenaza que significaba para los altos mandos militares, permitir la configuración de grupos multimedia que pudieran esgrimir opiniones contrarias a la dictadura militar.

Matellart se refiere a las consecuencias de las transformaciones en el ámbito de las comunicaciones, ocurridas durante el neoliberalismo, y sostiene que dichos procesos envuelven dimensiones inéditas “porque no guardan proporciones con lo que se gestó en los decenios anteriores”.¹⁶ En la actualidad, es más evidenciable que actores centrales del poder económico recurren a sus oligopolios comunicacionales para resguardar ciertos intereses:

*“Poder económico y poder ideológico, los actores del oligopolio, eufemísticamente autollamados «interlocutores comerciales», se movilizan para defender sus intereses. Asumen un rol político al nivel global y nacional. Sus organizaciones corporativas o empresariales ejercen presiones sobre los gobiernos y las instituciones internacionales para quebrar los marcos jurídicos que limitan las concentraciones o que impiden la constitución de posiciones dominantes”.*¹⁷

En este contexto de puja por intereses económicos y políticos, presenciemos diversos escenarios. En algunos se exhiben intereses comunes entre gobiernos nacionales y holdings comunicacionales, en otros los intereses son contrapuestos. De todos modos, escasean gobiernos que, para no protagonizar disputas desfavorables en términos comunicacionales, se nieguen a aceptar requerimientos de las corporaciones de la comunicación y de sus socios.

4. Deslegitimación de lo público

¹⁵ Op. cit, Aruguete, Natalia. En: <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=787>, consulta:07/06/2011

¹⁶ Matellart, Armand, op.cit. p. 8

¹⁷ Ibid. p. 10

Flavia Freidenberg, profesora de la Universidad de Salamanca, afirma que la antigua función de contrapeso y de control de los medios de comunicación, ha devenido en algunos casos, en una pretensión de reemplazar a las instituciones públicas del sistema político.

Para ello reflexiona sobre la dinámica actual de los medios, y la manera en que éstos se vinculan con el sistema político. Al respecto considera que “los medios de comunicación son cada vez más actores centrales en la lógica del funcionamiento del sistema político actual”.¹⁸ Por lo tanto, el estudio de las tensiones entre medios de comunicación y sistema político es clave para comprender el funcionamiento de este último, y el modo en que los ciudadanos se vinculan con las problemáticas sociales, el debate político y las instituciones.

Freidenberg, manifiesta que los medios de comunicación masiva, en ciertos aspectos, intentan reemplazar las instituciones del sistema político. En este sentido, recurre a Muñoz Alonso y Rospir quienes expresan “Cada vez los medios están ocupando funciones que le corresponden a las instituciones, con lo cual usurpan temas y tareas que no les competen (Muñoz Alonso y Rospir, 1999: 32) e incluso en algunos lugares llegan a ser más confiables que los políticos o las instituciones del sistema, con lo cual se consigue deslegitimar al sistema político”.¹⁹ En este sentido, se debería considerar la relación entre medios de comunicación, democracia y crisis de representación política, porque que en ciertas sociedades, durante momentos de profundas crisis, los medios de comunicación adquirieron prácticamente el privilegiado lugar de ‘representantes del pueblo’, desplazando a los partidos políticos y organizaciones sociales.

Respecto a los razonamientos presentados desde los grandes medios de comunicación durante el periodo neoliberal, es posible afirmar que prevaleció el discurso único que consideraba la existencia de un Estado ineficaz que debía desprenderse de su patrimonio, ante la necesidad de reducir el gasto público. Para ser más precisos nos remitimos a la investigación realizada por la Lic. Bernadette Califano, docente de la Universidad de Buenos Aires²⁰. Califano indica que la decisión de Menem de implementar reformas estructurales, requería evitar posibles oposiciones para así convencer al electorado peronista de que estas medidas, no iban en contra de los postulados históricos del partido y de su líder. En ese marco, resultaba imprescindible contar con el beneplácito de los medios de comunicación y reconocidas personalidades como Bernardo Neustadt, Constancio Vigil y Gerardo Sofovich, entre otros, que cumplieron un rol de mediadores entre el presidente y la opinión pública. De esta manera, los grandes medios de comunicación legitimaron las políticas del gobierno y fueron exitosos al momento de afianzar una buena relación entre éste y la opinión pública.

La investigación de Califano incluye la noticia de la adjudicación de los canales de televisión aparecida en el diario *Clarín*. El periódico incluyó la justificación de Menem de la política de privatizaciones que recién comenzaba, en términos de los dichos del

¹⁸ Freidenberg, Flavia: Los medios de comunicación de masas: ¿También son actores?, p 1. en google scholar.. <http://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.pdf>. consulta 15/06/2011

¹⁹ Ibid. p. 2

²⁰ Califano, Bernadette. *Noticias Sobre Medios: La construcción periodística del diario Clarín de la privatización de los canales de televisión en 1989*. RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. En: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N74/VARIA74/45CalifanoV74.pdf>, fecha de consulta: 01/07/2011

Gral. Juan Domingo Perón: “El Estado argentino se sentirá muy feliz el día que no tenga una sola empresa comercial, industrial o de la producción en su poder, porque habrá llegado el momento en que todas las empresas de la producción, de la transformación y de la distribución que están hoy en poder del Estado en situación floreciente sean absorbidas por el Estado. Esa es nuestra orientación – decía Perón- y sigue siendo la orientación de este gobierno’.”²¹

La investigación de Califano incluye palabras de un editorial publicado en el diario Clarín en el año 1989:

*“Se trata de las primeras privatizaciones concretadas en un amplio programa que busca remodelar el Estado, a fin de que se desprenda de sus funciones aleatorias y pueda concentrarse en lo sustancial, esto es, en lo que especialmente determina la Constitución.... Un Estado que requiere recursos ingentes para su funcionamiento ineficiente, generando constantes y abultados déficit, y que absorbe esos recursos restándolos a la sociedad civil, es un gigante anémico. Un Estado más pequeño, pero capaz de señalar rumbos a la sociedad y de forjar el crecimiento, es, por el contrario, un Estado fuerte”.*²²

En el artículo titulado: Tensiones democráticas y sociedad global de la información, Gilberto Dupas parte de dos premisas. La premisa central afirma “La sociedad de la información asumió el mito del progreso”.²³ La segunda sostiene que “Con la tecnología de la información, nunca la tiranía de las imágenes y la sumisión al imperio de los medios de comunicación fueron tan fuertes”.²⁴ Es decir, la sociedad de la información representada por los grandes conglomerados comunicacionales, ha asumido el rol de conducir a la sociedad hacia un futuro prometedor a través de las virtudes de la técnica, la acumulación y la lógica empresarial. Por lo tanto, desde los medios masivos, se suprimen casi por completo otro tipo de valores como la solidaridad, el cuidado del medio ambiente y el sentido comunitario.

De acuerdo a estas consideraciones, es oportuno un replanteo respecto a la crisis de legitimidad del sistema político y la posibilidad de protagonismo que pudiera adquirir la acción política como herramienta transformadora.

En este sentido, Dupas manifiesta que “Los partidos políticos y liderazgos mundiales están involucrados en crisis de legitimidad (...) En consecuencia, los Estados nacionales y sus partidos políticos debilitan su condición de legítimos representantes de las sociedades civiles, lo que nos remite a la cuestión de representatividad en las sociedades posmodernas.”²⁵

Por último, Dupas señala que la búsqueda de una nueva hegemonía capaz de reconstruir un Estado apto para asumir los desafíos de la sociedad posmoderna presupone revisar el

²¹ “Símbolo de la transformación”, Clarín, 23 de diciembre de 1989, p. 2, Política

²² “La privatización de los canales”, Clarín, 23 de diciembre de 1989, Editorial, p.16. en Califano, Bernadette. Op. cit.

²³ Dupas, Gilberto: Tensiones democráticas y sociedad global de la información, Revista: Nueva sociedad, Número 196, Caracas, Ed: Friedrich Ebert Stiftung, 2005. p.62. En: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/tensiones-democraticas-sociedad-global-informacion/id/51158018.html consulta: 12/06/2011

²⁴ Ibid. p. 63

²⁵ Ibid. p. 65

actual concepto de progreso, entendido por los holdings multimediáticos como la creación del valor económico a partir de la acumulación capitalista global. El autor señala que “La cuestión central es indagar hasta que punto los revolucionarios instrumentos disponibles por medio de las tecnologías de la información pueden tener cabida en este camino”.²⁶

Atendiendo los planteamientos de Dupas y Freidenberg, podemos considerar ciertos escenarios que revelan medios de comunicación concernientes al ámbito privado que procuran deslegitimar la actuación de aquello concerniente a lo público – partidos, sindicatos, empresas estatales - y jerarquizar a los actores que representan los intereses del sector privado, con el propósito de que éstos adquieran mayor injerencia en la vida política, económica, social y cultural de una sociedad al promover “... determinada política o candidato (...) por lo que pasan a tener una influencia fundamental sobre el proceso político y la vida de los ciudadanos”.²⁷

Entonces se presentan, según los autores, dos ejes cruciales. En primer lugar, una pretensión por parte de los conglomerados comunicacionales de reemplazar ciertas funciones concernientes al Estado. Por otra parte, un escenario donde la industria de la comunicación asume la tarea de apropiarse del mito del progreso para conducir a la sociedad hacia un futuro prometedor.

En este sentido, desde de los conglomerados mediáticos, se establece una suerte de competencia contra los poderes públicos con el objetivo de lograr posiciones favorables respecto a la toma de decisiones que atañen a todo el entramado social.

Las investigaciones referentes a la relación entre holdings comunicacionales y gobiernos democráticos en Argentina, ponen el acento en las modificaciones contempladas desde los distintos gobiernos que favorecieron el proceso concentración de la propiedad de los medios de comunicación durante el período neoliberal. En el artículo publicado en la revista *Realidad Económica*, la investigadora argentina Natalia Aruguete expresa que “En la Argentina, el carácter comercial del sistema comunicacional ha determinado la orientación política del debate que los medios imponen sobre lo social”.²⁸

La autora explica que la voluntad general se ve continuamente desvirtuada por el interés particular, entendiendo que es muy poderosa la influencia de los holdings comunicacionales sobre la dirigencia local. Aruguete realiza un análisis sobre las últimas décadas y reconoce la imposición de una lógica de mercado en el sector de las comunicaciones. En consonancia con su punto de vista, cabe afirmar que en esa lógica se inscribe una tendencia que opera a favor del vaciamiento de la democracia, la despolitización de la sociedad civil y un tipo de participación restringida que es un indicador clave a la hora de valorar su grado de democratización, concebido como un intercambio de sentidos, circulación y apropiación de significados.²⁹

5. Conclusiones

²⁶ Ibid. p. 66

²⁷ Freidenberg, Flavia. op. cit. p.3

²⁸ Op. cit. Aruguete, Natalia, En: <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=787>, consulta:07/06/2011

²⁹ Ibid. p. 1

A tenor de lo expuesto, se considera que en relación a la pregunta formulada en la introducción, resulta imprescindible estudiar las políticas neoliberales implementadas durante la década del '90, desde una perspectiva de análisis que problematice de modo específico la influencia de la entrada de capitales vinculados al sector rentístico financiero al campo comunicacional, y el proceso de concentración y extranjerización de los grandes medios de comunicación.

En este sentido, los posibles conflictos entre gobiernos democráticos y grandes medios de comunicación, deberían ser analizados poniendo atención a la idea de que los medios de comunicación masivos han dejado de ser simples empresas periodísticas, e integran poderosos grupos económicos con intereses en diversas áreas de la economía.

Tampoco se puede soslayar la inscripción de una lógica predominante que tiende a operar en favor del vaciamiento de la democracia y la despolitización de la sociedad civil. Respecto a esto último se debería considerar, la crisis de representación política y el espacio que han pretendido ocupar los medios. Por último, parece relevante subrayar la influencia que han tenido los grupos de la comunicación durante el proceso de privatizaciones, cuando adquirió protagonismo una mirada que deslegitima lo público y lo estatal, para sacralizar la eficiencia de lo privado.