



Acreditación Institucional
ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 6 años

ALAIC

Asociación Latinoamericana de
Investigadores de la Comunicación.
Associação Latinoamericana de
Investigadores da Comunicação.



ALAIC 2020

Medellín-virtual • 9 - 13 de noviembre

DESAFÍOS Y PARADOJAS

DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA:
las ciudadanías y el poder

Memorias

ISSN 2179-7617

GT6. Economía Política de las Comunicaciones
GT6. Economia Política das Comunicações

MEMORIAS (V.9/05/21)

GT6. Economía Política de las Comunicaciones

GT6. Economia Política das Comunicações

Coordinación de GT:

Daniel Valencia (Colombia). dvalenci@javeriana.edu.co

Vicecoordinación:

Ruy Sardinha Lopes (Brasil). ruysard@gmail.com ; rsardinalopes@uol.com.br

Daniela Inés Monje (Argentina). danielamonje70@gmail.com

Comité Directivo ALAIC 2018-2020

Presidencia: Gustavo Cimadevilla (Argentina)

Vicepresidencia: Gabriel Kaplún (Uruguay)

Dirección Científica: Tanius Karam Cárdenas (México)

Dirección Administrativa: Daniela Inés Monje (Argentina)

Dirección de Comunicaciones: Sandra Osses Rivera (Colombia)

ISSN: 2179-7617

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC

Universidad Pontificia Bolivariana – UPB

2020

Nota: La publicación de las ponencias se hace con autorización de las y los autores de acuerdo con las condiciones publicadas en la convocatoria para la recepción de ponencias del XV Congreso ALAIC 2020. El contenido de los textos es responsabilidad única de quienes firman como autores.



Percepción de lxs estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) sobre la legislación en comunicación audiovisual de Argentina. La comunicación como derecho o como mercancía

Percepção dos alunos da Faculdade de Ciências da Comunicação (UNC) sobre a legislação de comunicação audiovisual na Argentina. Comunicação como direito ou como mercadoria

Perception of the students of the Faculty of Communication Sciences (UNC) on audiovisual communication legislation in Argentina. Between communication as a right and as ware.

Rodrigo Fernando Bruera⁴⁰

María del Carmen Cabezas⁴¹

Juan César Fernández⁴²

María Laura Segura⁴³

Resumen: Esta ponencia pretende acercarse a percepciones que lxs⁴⁴ estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba poseen sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina. El Estado argentino posibilitó avances en legislaciones sobre comunicación, lo que provocó tensiones y disputas. Instituciones y movimientos de la sociedad participaron en debates para la creación de esta

⁴⁰ Rodrigo Bruera. Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales — Secretaría de Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional de Córdoba. Licenciado en Comunicación Social. Argentina. rodrigo.bruera@mi.unc.edu.ar.

⁴¹ María del Carmen Cabezas. Facultad de Ciencias de la Comunicación — Secretaría de Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional de Córdoba. Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea. Argentina. carmen.cabezas.85@gmail.com.

⁴² Juan César Fernández. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba. Profesor y Licenciado en Comunicación Social. Argentina. juancesar.fernandez@unc.edu.ar.

⁴³ María Laura Segura. Centro de Investigaciones Jurídicas y Sociales — Secretaría de Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional de Córdoba. Licenciada en Comunicación Social. Argentina. laurysecura@gmail.com.

⁴⁴ En esta ponencia apostamos al reconocimiento y la utilización del lenguaje inclusivo, entendiendo que lo que no se nombra no se visibiliza y que hay muchas identidades de género que no se perciben ni como masculinas ni como femeninas. En este caso, cuando nos referimos a palabras o pronombres que identifiquen algún tipo de género, utilizaremos la letra "x" (equis) como forma de reconocimiento a esas otras identidades no binarias, en lugar del masculino universal, histórica y políticamente representado con la "o".

ley, en los que la FCC tuvo un rol destacado. Realizamos encuestas a estudiantes de 4to y 5to año de la Lic. en Comunicación Social para conocer su percepción y se presenta aquí una primera lectura de los resultados.

Palabras clave: Políticas de comunicación, Regulación de la comunicación, Universidad Nacional de Córdoba.

Abstract: This article aims to get closer to the perceptions that students of the Faculty of Communication Sciences of the National University of Córdoba have about the Argentine Audiovisual Communication Services Law. The Argentine State made possible advances in legislation on communication, which caused tensions and disputes. Institutions and movements of society participated in debates for the creation of this law, in which the FCC played a prominent role. We conducted surveys of 4th and 5th year students of the Degree in Social Communication to find out their perception and a first reading of the results is presented here.

Key words: Communication policy, Communication regulation, Universidad Nacional de Córdoba.

Introducción

El 19 de octubre de 2009 se aprobó en el Congreso de la Nación de Argentina la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Tras varios años de debate y discusión sobre las políticas de comunicación implementadas en el país, la LSCA reemplazó a la Ley 22.285 de Radiodifusión, promulgada en 1980 por la última dictadura militar.

La sanción de la ley se dio en el contexto de los primeros años del siglo XXI en América Latina, los que estuvieron atravesados por gobiernos caracterizados

como *progresistas* (Elías, 2006), llamados también *nuevas izquierdas* (Rodríguez Garavito, Chávez y Barret, 2008; Natanson, 2008), que promovieron la sanción de regulaciones de las políticas públicas de comunicación. Las normativas y regulaciones dirigidas a desmonopolizar los poderes multimediáticos se presentaron como líneas de acción de los gobiernos, tendientes a disputar la concepción de la comunicación como derecho en contraposición con la comunicación como mercancía.

Esta ponencia se inscribe en el marco del proyecto denominado *Estado de las políticas de comunicación en Argentina. Reconstrucción de las ideas en torno a la comunicación como derecho desde estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) en la historia reciente (2013-2018)*⁴⁵, que se propone analizar las conceptualizaciones, significaciones y valoraciones que construyen lxs estudiantes y docentes en torno a la comunicación como derecho y su carácter público en el período 2013-2018 (momento de aplicación de la LSCA), en el ámbito de la Licenciatura en Comunicación Social en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC), Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina.

En el presente trabajo exponemos una primera sistematización y lectura de los datos obtenidos de una encuesta realizada a estudiantes de 4^{to} y 5^{to} año de la licenciatura de la FCC. El instrumento se caracterizó por plantear preguntas abiertas y cerradas, por medio de las cuales lxs estudiantes de las orientaciones de la carrera de grado pudieran expresar sus apreciaciones sobre la LSCA. Las

encuestas se llevaron a cabo entre el 28 de agosto y el 30 de septiembre de 2019.

Este escrito está organizado en tres apartados. En el primero se describe la perspectiva de análisis de la sanción de la LSCA. En el segundo apartado se presentan los datos obtenidos de las encuestas, con sus respectivas descripciones y gráficos. Por último, en el tercer apartado se ofrecen unas palabras finales a modo de dejar planteados algunos pasos a seguir en la investigación.

Marco contextual y analítico

Los estudios de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCC) pasan por una etapa de atracción e interés por los análisis de situaciones tras la irrupción de las tecnologías de la información, la comunicación, el entretenimiento y las mutaciones en el trabajo periodístico. Las formas de relación laboral que incorporan tecnologías y dispositivos de la comunicación e interacciones digitales vía redes como Internet ocupan un centro de atención en los estudios de la EPCC. A ello se le añade las investigaciones —en el mundo y en particular en América Latina— sobre los procesos de concentración y

⁴⁵ Proyecto avalado y financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología (SeCyT) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina (2018-2021). Dirigido por la Dra. María Alaniz.

tecnificación de megaempresas de comunicación e infoentretenimiento que vienen generando revuelo tanto en el plano político estatal como en el *mercado de pases* del sector. Finalmente, otras aristas que involucran los derechos a la libertad de expresión, el respeto por la pluralidad de opiniones, la diversidad cultural y el derecho a acceder a informaciones veraces continúan siendo tópicos relevantes para los abordajes desde la EPCC. Los modos en cómo los grupos usufructúan su poder y cómo entablan las relaciones con los públicos, las instituciones gubernamentales o sociales y el mercado, ameritan reflexiones comprensivas acerca de las mutaciones cuali y cuantitativas que han venido atravesando el campo socio cultural y las propias estructuras de las corporaciones de medios (Siqueira Bolaño, Narváez y Sardinha Lopes, 2019).

Es en este contexto en el que aparecen posibles análisis como el que refiere este escrito. Entendemos que el planteo de la comunicación como derecho, tal como lo presenta la LSCA, es un punto de partida fundamental para correr la comunicación mediática del ámbito del lucro y el mero negocio. La sanción de la ley se da dentro del marco de una serie de gobiernos sudamericanos caracterizados como *progresistas* y que supieron articular

políticas públicas en materia de comunicación, tomando como principio rector a la comunicación como un derecho humano, bien público y social, como un derecho fundamental e irrenunciable. Asimismo, el proceso de construcción de las normas específicas en cuanto a la afectación de los derechos de los conglomerados mediáticos trajo consigo una actividad de producción y circulación de discursos a favor y en contra de las regulaciones y su ejercicio. En este contexto surge la figura del Estado como actor político-social heterogéneo que logra caracterizar aquellos efectos culturales, sociales y políticos que genera la concentración en Argentina y, por primera vez, la política pasa a interpelar al dispositivo (Lázzaro, 2010).

Siguiendo los planteos de Néstor Busso y Diego Jaimes (2011), la comunicación como derecho se encuentra en sintonía, engloba y supera derechos como la libertad de imprenta, la libertad de expresión, derecho a la información, libre acceso a la información pública, libertad de antena, derecho a la intimidad y a la preservación de datos personales, acceso a nuevas tecnologías, gobernanza democrática y multisectorial de internet. Es así que un amplio sector del movimiento por la democratización de la comunicación

planteó que era necesario reconocer a la comunicación en sí misma como un derecho humano.

Repasando un poco la historia reciente, nos podemos remitir a los años precedentes a la sanción de la ley, momento en que fueron convocadas las carreras de Comunicación y Periodismo de Argentina para el proceso de discusión, elaboración y conocimiento del texto final de la LSCA, así como algunos sectores de la sociedad civil participaron de su reglamentación y seguimiento. Desde 2009, el proceso de implementación se tornó un camino demasiado sinuoso, ya que uno de los conglomerados mediáticos afectados por la regulación en comunicación audiovisual —más precisamente el Grupo Clarín— se convirtió en un poderoso y casi indestructible *enemigo* en esta batalla por la comunicación. El Estado argentino, representado en ese momento por el gobierno de Cristina Fernández, decidió dar esa batalla, en cuya disputa obtuvo su principal logro el 29 de octubre de 2013, cuando la Corte Suprema Argentina declaró la constitucionalidad de la LSCA⁴⁶.

No obstante esto, con el cambio de gobierno del 10 de diciembre de 2015, la publicación a los pocos días de la asunción de Mauricio Macri del Decreto de Necesidad y Urgencia 267/15, y al año siguiente el 1340/16, la ley quedó desguazada (Becerra, 2017).

A partir de 2016, desde la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) se propició un espacio de lectura y reflexión para impulsar acciones favorables a la promoción de la comunicación como derecho humano y la revisión crítica de los proyectos regulatorios, en particular del argentino. De allí radica el interés del proyecto de investigación en el que se inscribe la ponencia; aportar herramientas conceptuales y de diagnóstico, partiendo del estado actual de las políticas de comunicación y su conocimiento en el marco de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Primera aproximación a los datos

El proyecto de investigación —que busca analizar las conceptualizaciones, significaciones y valoraciones que construyen lxs estudiantes y docentes de la

⁴⁶ Ver La Corte Suprema declaró constitucional la Ley de Medios. Centro de Información Judicial. <https://www.cji.gov.ar/nota-12394-La-Corte-Suprema-declar--la-constitucionalidad-de-la-Ley-de-Medios.html>

FCC en torno a la comunicación como derecho y su carácter público—, se inserta dentro del método cualitativo de estudio de un caso y presenta distintas etapas. En este escrito en particular, nos abocamos a esbozar el inicio de una parte del trabajo de campo, que consistió en la realización de encuestas semiestructuradas, la sistematización y lectura de los datos obtenidos. El instrumento contó con 11 preguntas, compuesto por preguntas cerradas y abiertas. Fueron realizadas de manera presencial entre el 29 de agosto y el 30 de septiembre de 2019.

Se realizaron 135 encuestas a estudiantes de 4^{to} y 5^{to} año de las cinco orientaciones⁴⁷ de la Licenciatura en Comunicación Social de la FCC. Esto representa, aproximadamente, un 24% del total del estudiantado que cursa esos años de la carrera. A partir de los datos recabados en las encuestas, se advierten algunos elementos relevantes que pueden ser de utilidad tanto para empezar a considerar cuáles son las significaciones que poseen lxs estudiantes sobre la LSCA, así como los pasos a seguir en el proyecto de investigación.

Por el carácter de las preguntas y por los datos obtenidos, se seleccionaron para esta ponencia tres de las preguntas realizadas, ya que se las puede considerar como un primer índice o panorama sobre las significaciones que presentan lxs estudiantes en torno a la LSCA.

La primera de ellas refirió a si lxs estudiantes recordaban el año de sanción de la ley. De los datos obtenidos se observa que existe una confusión entre el año de promulgación de LSCA (año 2009) y el momento en que todos sus artículos entraron en vigencia a partir del fallo de la Corte Suprema de Justicia (año 2013). Mientras que un tercio del total de encuestadxs (el 34.1%, es decir, 46 respuestas) se inclinaron por el año preciso de la sanción, hubo una pequeña porción (un 6.7% del total, 9 respuestas) que refirió al año del fallo de la Corte. No obstante, existe una porción significativa de encuestadxs que, si bien no recuerda con exactitud el año de sanción, identifica el período de discusión y judicialización de la ley, vinculado especialmente a las presidencias de Cristina Fernández de Kirchner⁴⁸. Se trató de 37 respuestas, que

⁴⁷ En la Facultad de Ciencias de la Comunicación, UNC, existen cinco orientaciones según plan de estudios de 1993, que corresponden a 4^{to} y 5^{to} año de la Licenciatura. Estas son: Producción Gráfica, Producción Audiovisual, Producción Radiofónica, Investigación y Planeamiento de las Ciencias Sociales y Comunicación Institucional.

⁴⁸ Cristina Fernández de Kirchner fue presidenta de la Nación Argentina entre el 10 de diciembre de 2007 y el 9 de diciembre de 2015, habiendo cumplido dos mandatos de cuatro años.

representan el 27.4%. Por último, 43 estudiantes, que representan el 31.9% del

total, no recuerdan el año en que la LSCA fue sancionada.



Gráfico 1. (Elaboración propia)

La segunda pregunta se refiere a si los estudiantes conocen la orientación general de la LSCA. En su artículo N° 1 establece que la regulación de los servicios de comunicación audiovisual está destinada a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia, es decir, que establece límites a la concentración y al dominio de mercado.

Los datos obtenidos fueron organizados en cuatro ítems: el primero, *Es antimonopólica*, obtuvo 56 respuestas; el

segundo, *Es regulatoria de licencias*, obtuvo 63 respuestas, el tercero, *Es monopólica*, obtuvo 44. Mientras que en el cuarto punto se incluyó a quienes no contestaron, bajo el nombre de *No responde*. A través de las respuestas de lxs encuestadxs puede inferirse que existe una confusión entre las nociones de regulación de licencias, si dicha regulación es monopólica o antimonopólica. Por ende, existe una falta de claridad sobre el carácter u orientación general de la LSCA.



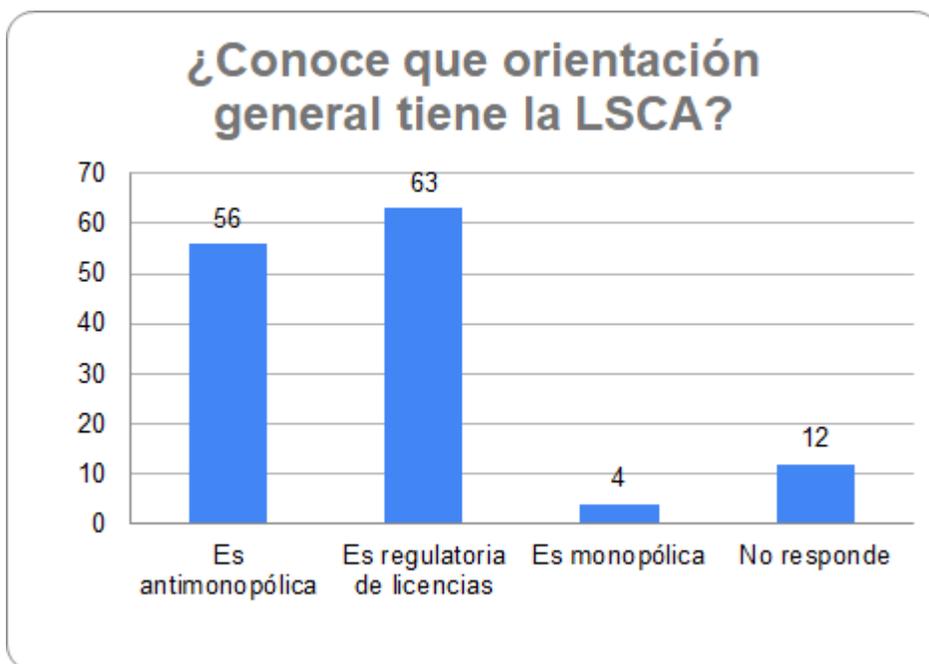


Gráfico 2. (Elaboración propia)

La tercera pregunta buscó consultar si lxs estudiantes conocen el estado actual de la LSCA (año 2019, momento en que se realizó la encuesta). En este punto es necesario recordar que la ley se encuentra vigente, aunque con modificaciones a causa de dos DNU emitidos por el expresidente Mauricio Macri⁴⁹ en los años 2015 y 2016. De los datos obtenidos se observa que prácticamente la mitad (48.9%) de lxs estudiantes recuerdan que la ley se encuentra vigente. Incluso algunxs encuestadxs reconocen que existe una

intervención en la ley. No obstante, una porción significativa directamente considera que no está vigente, lo que sugiere que entre lxs estudiantes existe una confusión sobre el estado actual de la LSCA. Se entiende que, el hecho de que prácticamente 4 de cada 10 encuestadxs tengan presente que la ley no está vigente cuando verdaderamente sí lo está, sugiere que existe una marcada confusión o falta de claridad sobre el instrumento que regula los servicios de comunicación audiovisual en Argentina.

⁴⁹ Mauricio Macri fue Presidente de la Nación Argentina entre el 10 de diciembre de 2015 y el 9 de diciembre de 2019.



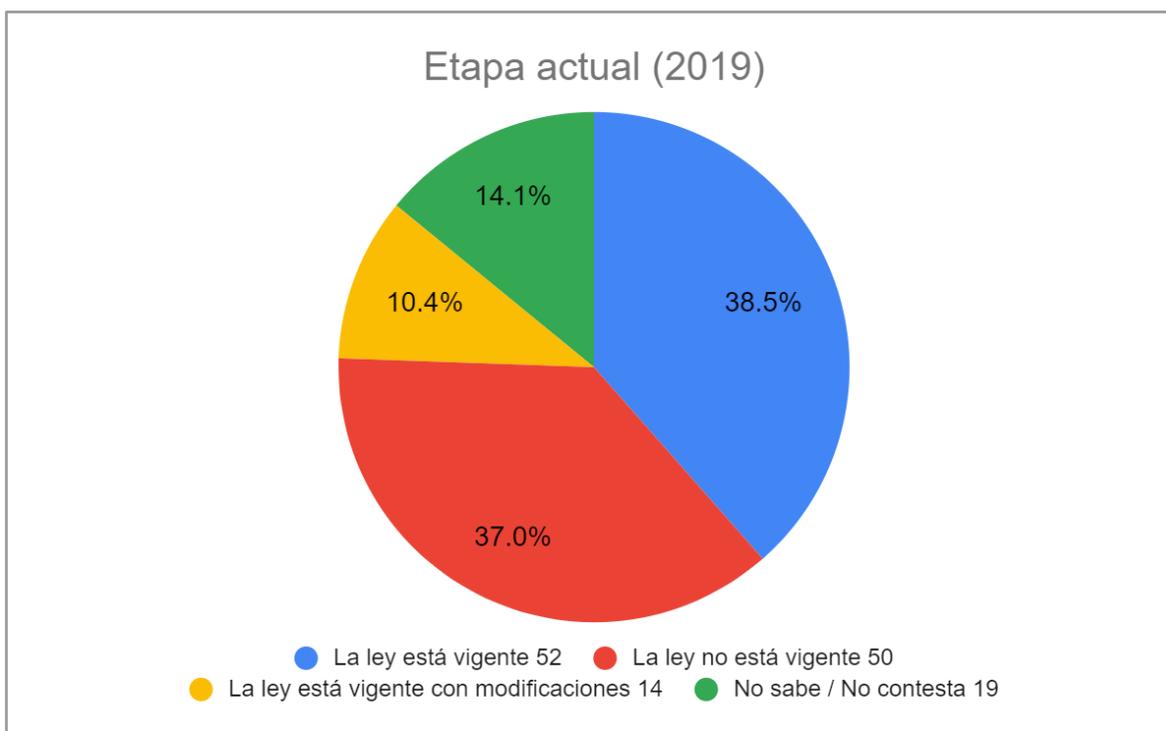


Gráfico 3. (Elaboración propia)

Palabras finales

En la presente ponencia expusimos la primera sistematización y lectura de los datos obtenidos de las encuestas realizada a lxs estudiantes de 4^{to} y 5^{to} año de la carrera de grado Licenciatura en Comunicación Social de la FCC. Para tal fin, seleccionamos tres de las once preguntas, ya que consideramos que ofrecen datos relevantes en torno a lo que lxs estudiantes recuerdan, o bien tienen en mente sobre la LSCA.

A partir de los datos expuestos podemos deducir que lxs estudiantes poseen conocimientos sobre la LSCA,

aunque a su vez éstos se encuentran de manera inexacta. En cuanto al año de sanción y promulgación de la ley, lxs encuestadxs en términos generales sí lo recuerdan, sin embargo, existe una indiferenciación entre la fecha de sanción y promulgación de la ley y el largo período de litigios entre 2011 y 2013. Por otro lado, una de las características principales de la LSCA es que regula licencias a los fines de evitar el monopolio. En este punto, encontramos que lxs estudiantes presentan una confusión. Si bien la mayor cantidad de encuestadxs considera que la ley regula licencias, y en ese sentido la



mayoría entiende que es antimonopólica, por otro lado, existen aquellxs que la identifican como monopólica. En cuanto a la vigencia de la LSCA, la mayoría considera que sí está en funcionamiento, aunque una porción significativa, el 37% del total, considera que no se encuentra vigente la ley.

Los datos obtenidos hasta el momento, además de alentarnos a continuar con su sistematización, nos presenta la necesidad de realizar entrevistas semiestructuradas a lxs estudiantes ya encuestadxs, a los fines de profundizar sobre cómo y cuándo accedieron a saberes relacionados con la ley, indagar sobre qué entienden por la comunicación como derecho y en qué consideran que la LSCA repercute tanto en su vida personal como en su futuro profesional.

Bibliografía

Busso, N. y Jaimes, D. (2011). *La Cocina de la Ley: El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina*. Farco.

Elias, A. (Comp.) (2006). *Los gobiernos progresistas en debate. Argentina, Brasil, Chile, Venezuela y Uruguay*. CLACSO.

Lazzaro, L. (2010). *La batalla de la comunicación. De los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información*. Colihue.

Mastrini, G. y Becerra, M. (eds.) (2017). *Medios en Guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación, 2003-2016*. Biblos.

Natanson, J. (2008). *La Nueva Izquierda. Triunfos y derrotas de los gobiernos de Argentina, Brasil, Bolivia, Venezuela, Chile, Uruguay y Ecuador*. Sudamericana.

Rodríguez Garavito, C.; Barret, P. y Chavez, D. (Comps.) (2008). *La nueva izquierda en América Latina. Su trayectoria y perspectivas*. Grupo Norma.

Siqueira Bolaño, C., Narváez, A. y Sardinha Lopes, R. (2019). Apuntes sobre la economía política de la información, la comunicación y la cultura latinoamericana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 141, pp. 215-234. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i141.4072>