

Los dueños de la palabra

Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI



Martín Becerra
Guillermo Mastrini

prometeo
libros

LOS DUEÑOS DE LA PALABRA

*Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina
del siglo XXI*

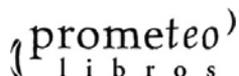
Martín Becerra y Guillermo Mastrini

Prólogos de Carlos Mesa y Enrique Bustamante

Equipo de investigación: Andrés D' Alessandro (Argentina), Rolando Siles Marañon (Bolivia), James Görgen (Brasil), Claudia Lagos Lira (Chile), Humberto Coronel Noguera (Colombia), Mauro Cerbino (Ecuador), Luis Albornoz (España), José Carlos Lozano Rendón (México), Jorge Torres Romero (Paraguay), Gabriel Chávez Tafur (Perú), Alexandra Dans (Uruguay), Oficina de IPYS en Venezuela (Venezuela)

LOS DUEÑOS DE LA PALABRA

Acceso, estructura y concentración
de los medios en la América latina
del siglo XXI

The logo for Prometeo Libros features the word "prometeo" in a serif font, with a stylized figure of Prometheus (a man with an eagle's head) integrated into the letter "p". Below "prometeo" is the word "libros" in a smaller, spaced-out serif font.

prometeo
libros

Becerra, Martín

Los dueños de la palabra : acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI / Martín Becerra ; Guillermo Mastrini. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Prometeo Libros, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-816-342-0

1. Medios de Comunicación. I. Mastrini, Guillermo. II. Título.

CDD 302.23

Este libro es fruto de una investigación realizada con los aportes de la Fundación Ford y el Instituto Prensa y Sociedad.

© De esta edición, Prometeo Libros, 2022

Pringles 521 (C1183AEI), Buenos Aires, Argentina

Tel.: (54-11) 4862-6794 / Fax: (54-11) 4864-3297

www.prometeoeditorial.com

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Prohibida su reproducción total o parcial

Derechos reservados

Índice

A los lectores <i>Ricardo Uceda</i>	11
La palabra, esencia de la libertad <i>Carlos D. Mesa Gisbert</i>	13
Atraverse a cuestionar a “los dueños de la palabra” <i>Enrique Bustamante</i>	17
Introducción.....	23
CAPÍTULO 1 El problema de la concentración.....	29
CAPÍTULO 2 La unidad de lo diverso	41
CAPÍTULO 3 Acceso	49
CAPÍTULO 4 Los países.....	59
Argentina	59
Estructura del mercado	60
Prensa.....	65
Radio	67
TV abierta	68
TV de pago	69
Telefonía básica	71
Telefonía móvil.....	71
Tendencia de concentración.....	72

Bolivia	75
Estructura del mercado	76
Prensa	78
Radio	78
TV abierta	79
TV de pago	80
Telefonía básica	81
Telefonía móvil.....	81
Tendencia de concentración.....	82
Brasil	84
Estructura del mercado	85
Prensa	88
Radio	89
TV abierta	90
TV de pago	91
Telefonía básica	92
Telefonía móvil.....	94
Tendencia de concentración.....	95
Chile	98
Estructura del mercado	98
Prensa	101
Radio	103
TV abierta	104
TV de pago	105
Telefonía básica	106
Telefonía móvil.....	107
Tendencia de concentración.....	109
Colombia	111
Estructura del mercado	112
Prensa	115
TV abierta	116
TV de pago	117
Telefonía básica	118
Telefonía móvil.....	119
Tendencia de concentración.....	120

Ecuador	122
Estructura del mercado	123
Prensa	125
TV abierta	126
TV de pago	127
Telefonía básica	127
Telefonía móvil	128
Tendencia de concentración	129
México	130
Estructura del mercado	131
Prensa	133
Radio	134
TV abierta	135
TV de pago	135
Telefonía básica	136
Telefonía móvil	137
Tendencia de concentración	137
Paraguay	140
Estructura del mercado	140
Prensa	142
TV abierta	143
TV por cable	143
Telefonía básica	144
Telefonía móvil	144
Tendencia de concentración	145
Perú	146
Estructura del mercado	147
Prensa	148
Radio	149
TV abierta	149
TV de pago	150
Telefonía básica	151
Telefonía móvil	151
Tendencia de concentración	152

Uruguay	154
Estructura del mercado	155
Prensa	157
TV abierta	157
TV por cable	158
Telefonía básica	159
Telefonía móvil	159
Tendencia de concentración	160
Venezuela	162
Estructura del mercado	162
Prensa escrita	164
TV abierta	165
Telefonía básica	165
Telefonía móvil	166
España	167
Tendencia de concentración	169
CAPÍTULO 5	
La concentración de medios en Centroamérica	171
La estructura de medios	177
Los mercados infocomunicacionales	180
Acceso	182
Facturación	186
Importancia económica	187
La concentración del sector infocomunicacional	189
Índice de concentración	190
Los grandes grupos de comunicación	197
Conclusiones sobre Centoamérica	200
CAPÍTULO FINAL	
América latina: tendencias de un nuevo siglo	205
Concentración	211
Causas y alternativas	220
Referencias	227
ANEXO: gráficos en color	235

A los lectores

El Instituto Prensa y Sociedad se complace en presentar un nuevo resultado de los estudios que iniciaran en el año 2003, tendientes a medir la concentración de los medios de comunicación en América latina. Este trabajo complementa la búsqueda ofrecida por el IPYS en *Periodistas y Magnates* (Mastrini y Becerra, Ed. Prometeo, Buenos Aires, 2006), libro pionero que por primera vez mostró la foto regional de la propiedad concentrada de las industrias culturales.

Para el IPYS, las contribuciones centrales del libro permiten no solamente avanzar en la comprensión integral sobre el funcionamiento de los medios de comunicación, de las industrias culturales y de actividades colindantes, sino también complementar el conocimiento sobre las condiciones que operan en las rutinas del periodismo y de otras profesiones de la información y la comunicación en el presente, en América latina.

Debemos agradecimiento a la Fundación Ford, cuyo respaldo financiero permitió reunir en el proyecto a periodistas y académicos de varios países, dirigidos por los profesores Guillermo Mastrini y Martín Becerra. Ellos acometieron una tarea singular y excepcionalmente difícil, pues sigue vigente la paradoja de que los medios de comunicación latinoamericanos, en la etapa más abierta y de mayor profusión informativa de la historia, representan un sector renuente a la transparencia.

Estamos profundamente reconocidos a Mastrini y Becerra, con quienes esperamos continuar informando sobre los medios y contribuyendo a democratizar al espacio radioeléctrico. Debemos también agradecer a los miembros del Comité Regional del IPYS, que actuó a modo de grupo consultivo del proyecto. La continuidad de este exitoso proyecto cuenta con la participación de numerosas personas que han contribuido también a darle vida, particularmente los investigadores de cada país que aportaron la valiosa e inédita información reunida en este volumen: Andrés D'Alessandro (Argentina), Rolando Siles Marañon (Bolivia), James Gørgen (Brasil), Claudia Lagos Lira (Chile), Humberto Coronel Noguera (Colombia), Mauro Cerbino (Ecuador),

Luis Alborno (España), José Carlos Lozano Rendón (México), Jorge Torres Romero (Paraguay), Gabriel Chávez Tafur (Perú), Alexandra Dans (Uruguay), y la Oficina de IPYS en Venezuela (Venezuela). También al personal del IPYS que participaron activamente de un proyecto que ha sido inédito y por lo tanto, motivó la capacidad de articulación, de búsqueda, de construcción conjunta y de conceptualización de sus protagonistas.

La información que se ofrece en este libro corresponde al año 2004 y a las tendencias registradas en el primer lustro del siglo XXI, y ya estamos trabajando para medir la del año 2008, con el objetivo de establecer un índice histórico de la concentración de medios en América latina. Con estos elementos, esperamos contribuir a una reflexión más profunda y documentada sobre la diversidad informativa en las democracias latinoamericanas.

Cuando hace tres años presentamos el libro *Periodistas y magnates*, que desplegaba los primeros datos sobre la estructura y la concentración de medios en la región, Horacio Verbitsky, Danilo Arbilla y Armand Mattelart coincidieron en destacar el valor de inducir a un necesario y pendiente debate tanto sobre pluralismo, diversidad y concentración, como sobre las modalidades de la censura directa e indirecta en nuestros países.

Hoy, con *Los dueños de la palabra*, estamos listos para seguir debatiendo sobre las consecuencias de la brutal concentración de medios que nos es presentada. Estamos honrados de que los primeros en tomar la palabra hayan sido el ex presidente de Bolivia, Carlos Mesa, con las penetrantes reflexiones contenidas en el prólogo de este libro y el catedrático Enrique Bustamante, de la Universidad Complutense de Madrid, cuyos aportes teóricos guían a los autores del trabajo en su complejo desafío metodológico.

Ricardo Uceda
Director del IPYS
Lima, marzo de 2009

La palabra, esencia de la libertad

Carlos D. Mesa Gisbert
Ex presidente de Bolivia

La palabra, ¿lo es todo? Lo explica extraordinariamente aquella frase cuyo valor poético y fuerza define lo humano "...y el verbo se hizo carne", del Nuevo Testamento. Es, sin duda, el retrato del ingrediente que nos da las características esenciales como personas. Palabra es lenguaje, lenguaje es comunicación, pero es también conciencia, es sentido de la singularidad. Somos, pero sobre todo sabemos que somos.

La comunicación, traducida con tanto acierto en el sentido del título de esta obra como palabra, abarca en consecuencia al conjunto de acciones humanas que comunican. Pero comunicar en el siglo XXI no es simplemente la expresión de las ideas de cada uno de nosotros a través de la palabra. Partes insignificantes como somos en este mar de casi seis mil quinientos millones de personas, nuestras voces son sólo gotas de agua, su multiplicación es y ha sido una tarea tecnológica que ha producido "milagros" que desde tiempos inmemoriales permitieron la difusión de la palabra para que fuera recibida por cientos, miles, millones y miles de millones de seres humanos. Hoy, un acontecimiento trascendente o no tanto (el atentado contra las torres gemelas o la final de la copa del mundo de fútbol, por ejemplo), puede ser seguido en la pantalla en el mismo instante por dos mil o dos mil quinientos millones de personas. Los códigos, la imprenta, la radio, el telégrafo, la telefonía, la televisión, los satélites, la telefonía móvil y el Internet, literalmente nos han conectado. El verbo se ha hecho carne de un modo diferente, se ha apropiado de nosotros a la vez que nosotros somos verbo en esencia.

¿Quién maneja ese verbo de masas? Ésta es la cuestión crucial de este tiempo, la propiedad que en este caso quiere decir el apropiarse de algo que es de todos, pero que cada vez lo es menos.

La paradoja permanente e inherente a nuestra naturaleza de que todo se

concentra y todo se disgrega a la vez, es también una realidad en lo que se refiere a los medios de comunicación de masas. La idea básica fue que la tecnología—como de hecho ocurrió—iba a hacer realidad que nuestro gigantesco planeta se convertiría en la célebre aldea global de McLuhan. Una aldea que como en la pequeña villa medieval, la del pregonero y el trovador, cuenta con pregoneros y trovadores que en una fracción de segundo comunican y transmiten ideas, pero el pregonero no eres tú, ni tú, ni yo... no somos ya necesariamente dueños de la palabra. Blas de Otero decía que lo último que queda es la palabra. “Me queda la palabra” dijo el poeta, en una bella expresión que prolonga el concepto más poderoso de nuestra especie.

¿Nos queda la palabra?

Martín Becerra y Guillermo Mastrini intentan demostrar que la palabra se nos escapa cada vez más, que la libertad de expresar esas ideas ya no es de todos en la acepción universal. Su estudio sobre la concentración del poder mediático en América latina, en el primer quinquenio de este siglo, es una confirmación dramática de que en nuestras naciones que se mueven en un mar de contradicciones, en el abismo de riqueza y pobreza más grande del mundo, reproducen ese abismo en el tema de los medios de comunicación.

La idea básica es que el sentido de democracia, de participación, de dar voz a los que no tienen voz (la gran utopía de cambio de los años sesenta y setenta en el continente) y el esfuerzo que fue la creación fallida del Nuevo Orden Internacional de la Información (NOII), sigue plenamente vigente, pero se enfrenta a varias cuestiones de fondo. La primera de ellas, el viejo dilema entre medios de comunicación pública y privada. En ese contexto, en la primera premisa es válido también preguntarse a propósito de la diferencia entre medios del Estado y medios del gobierno. Esta primera ecuación se resolvió mal en la mayor parte de nuestras naciones a diferencia de los importantes y exitosos esfuerzos desarrollados en Europa. Los objetivos se confundieron y la política mal entendida derrotó a la obligación de servir a la sociedad.

Paralelamente, el avance de los medios privados tuvo dos elementos que fueron celebrados con gran entusiasmo siguiendo el estilo de los Estados Unidos, el del desarrollo tecnológico y sobre todo la premisa de que la competencia era el mejor instrumento para la búsqueda de excelencia y calidad. Se sumó además la idea de que, ante la manipulación de los gobiernos en el uso de sus medios, no había mejor camino que la respuesta desde la libertad. Esta reflexión obviamente tomó cuerpo fundamentalmente con el surgi-

miento de la radio, pero muy especialmente de la televisión. La historia anterior no es que fuese radicalmente diferente, es que tuvo un efecto mucho menos importante, dadas las limitaciones de difusión referidas a ámbitos urbanos y sectores de relativo poder adquisitivo cuando sólo la prensa era el símbolo de los medios masivos.

A esos argumentos se fue sumando otro más que debatible, la idea de que particularmente los medios audiovisuales no hacen otra cosa que ofrecer al espectador lo que éste pide. En otras palabras, que responden a los intereses de los espectadores, cuando es más que evidente que las condicionantes de competencia, vía “rating” y “share”, juega al sofisma de ¿qué es primero, el huevo o la gallina? El “moldeo” de los gustos de la audiencia es de un descaro tal, que nos exime de mayores consideraciones, apelando, como era previsible, a apretar las teclas más sensibles de morbo, gusto por lo escabroso y pulsiones oscuras de los seres humanos.

Pero sin duda, el punto crucial del trabajo de Becerra y Mastrini es un análisis que parte de un problema central, la concentración de poder a través de la propiedad de los medios, concentración a partir de grandes holdings, o locales o transnacionales, que van uniformando intereses y definiendo tendencias. La concentración de poder rompe uno de los principios básicos de la libre empresa, la libre competencia. La competencia se disfraza de cara al consumidor promedio, pero no puede mantener ese perfil en el conocimiento de la estructura de grupos de poder que además van aumentando la concentración de ese poder. Al contrario de lo que podía preverse, las condiciones de inversión demandada son tales hoy en día, que los medios de propiedad familiar, de pequeñas o medianas empresas locales, van siendo superados por la presión que con ventaja pueden imprimir los grandes conglomerados que además se vinculan con otras actividades que son muchas veces, en última instancia, las que definen la razón por la que se debe mantener el control de medios, aunque éstos no sean necesariamente rentables y la defensa de intereses muy concretos y particulares.

Los autores no se limitan a consideraciones de carácter conceptual, sino que llevan adelante un importante trabajo radiográfico de la realidad del continente a partir de cifras de consumo, inversión y penetración de los medios de comunicación de masas y de difusión y distribución de cultura. El haber incluido a los libros en este circuito me parece una consideración importante a la hora de un análisis en profundidad de las cifras que retratan la realidad latinoamericana.

El punto en cuestión es, hecho el diagnóstico, cómo encontrar solución a una tendencia que, por otra parte, no es exclusivamente latinoamericana sino mundial. Hay que intentar aprender y sacar conclusiones de las lecciones recibidas. Los esfuerzos del debate de los sesenta y setenta enfrentaron dos realidades que aún no han sido superadas, la primera es que los estados no han sido capaces de administrar adecuadamente los medios de su propiedad. El segundo elemento es el referido a la legislación. Es en este punto donde debe trabajarse intensamente en la lógica de distinguir el derecho a la libre expresión, a la información y la garantía plena de esas libertades y a la vez establecer límites a la concentración de poder en el control y propiedad directa de medios a través de holdings o sus equivalentes.

La apertura de una discusión en profundidad sobre la cuestión parecería más probable en una región que está girando ideológicamente hacia un cuestionamiento de principios liberales ciegos, pero a la vez empezamos a percibir el riesgo de que retornemos a la lógica (muy improbable de aplicar en la práctica, pero sí en un discurso cada vez más fuerte) del control de los medios a la inversa: “Todos con el Estado, nada fuera de él y menos contra él”, cuando la confusión entre Estado y gobierno y lo que es peor entre gobierno y personas mesiánicas comienza a ser una confusión peligrosa para la idea de democracia en el América latina.

Sea como fuere, la evidencia revelada en este trabajo de investigación está fuera de duda. El aporte de Becerra y Mastrini es fundamental como panorama global del continente que permite ratificar lo que se intuye. El trabajo aporta datos, promedios y situaciones con nombre y apellidos que ratifican la realidad de una peligrosa concentración de la palabra, el bien máspreciado de la especie, la razón que nos coloca en este nivel extraordinario de pensar sobre nosotros mismos y comunicarnos para construir comunidad.

PRÓLOGO

Atreverse a cuestionar a “los dueños de la palabra”

Enrique Bustamante

Catedrático de Comunicación Audiovisual
y Publicidad, Universidad Complutense de Madrid

Martín Becerra y Guillermo Mastrini, al frente de un equipo de investigación multinacional, nos ofrecen en este texto un panorama iberoamericano de la concentración de la oferta y del consumo de las industrias “infocomunicacionales”, de las redes de acceso y de los contenidos culturales de mayor impacto económico y social. Coordinadores de un estudio similar realizado en 2004 (*Periodistas y magnates: Estructura y concentración de las Industrias Culturales en América Latina*) pionero por su ambición y su extensión, perfeccionan ahora sus instrumentos de análisis para ofrecernos un estudio empírico sobre 12 países de la región, entre los que se incluye el caso español, actualizado con datos de cuatro años después (2000-2004), lo que tiene el valor añadido de marcar una evolución histórica y un apunte de las tendencias que se proyectan hacia el horizonte del futuro.

Ante el planteamiento y los resultados de su trabajo hay que agradecer, en primer lugar, la valentía de enfrentarse a un tema “políticamente incorrecto” en nuestros países, que pocos poderes (económicos pero también políticos), van a agradecerles; También el trabajar en un campo espinoso en el ámbito científico, cuya matriz –perspectivas, metodologías, conclusiones– no deja de estar marcada inevitablemente por las ideologías y los intereses. Porque la academia, la ciencia, no están libres de las batallas que se entablan en los demás campos sociales.

Ante la concentración, tenemos en primer lugar el propio discurso de los grandes grupos nacionales, regionales, mundiales, que han construido una doctrina muy acabada de defensa y declinan incesantemente: la talla, cada

vez más gigantesca, supondría un elemento básico de protección de la independencia y la libertad de expresión frente a los gobiernos; la integración vertical, horizontal, multimedia, permitirían defenderse mejor de los ataques de los grupos hostiles, véase de los grupos foráneos, con lo que estarían actuando como valladar de la comunicación y la cultura nacional o regional. De aquí a su autopresentación como “campeones nacionales” de nuestras identidades culturales no hay apenas pasos intermedios.

El problema es que, según nuestra experiencia vital colectiva, a mayor talla los grupos de comunicación y cultura multiplican también sus intereses, sus condicionamientos sobre los valores simbólicos, sus relaciones con el poder político y con el resto del poder económico, con la proliferación subsiguiente de las censuras y autocensuras. Además, el tamaño gigantesco no parece proteger a nuestra creatividad y diversidad cultural porque se orienta a los segmentos del mercado más protegidos y menos arriesgados, diversificando las alianzas con los grupos multinacionales de los que dicen defendernos, actuando no pocas veces como importadores privilegiados de sus productos y servicios culturales y comunicativos. En cuanto al plano informativo, los tamaños empresariales excesivos en un campo tan sensible suponen reiteradamente tareas de lobby que los gobiernos difícilmente pueden resistir.

En el ámbito científico, estas ideas han calado abundantemente con la impunidad que permite estar en el bando hegemónico y triunfador. Argumentan así algunos investigadores que no está demostrado que la concentración en grandes grupos disminuya la diversidad, puesto que ya hay muchas voces plurales que la competencia por el mercado estimula; arguyen asimismo que los grandes mastodontes en esta área dotan a sus múltiples filiales y divisiones de autonomía completa, haciéndoles sensibles a las canteras de innovación cultural para maximizar sus beneficios; y finalizan añadiendo que, en todo caso, como en cualquier otro sector del mercado capitalista, bastaría con vigilar si las concentraciones tienen consecuencias negativas, de abuso de posición dominante, adoptando sólo entonces medidas correctoras.

Olvidan estas corrientes que la cultura y la comunicación tienen una cara insoslayable que condiciona y subordina a la perspectiva económica: su enorme valor en términos de pluralidad ideológica y creativa, su trascendencia en la redistribución social, su centralidad en la participación democrática. De forma que las decisiones *ex post* no son posibles en terrenos tan sensibles para la vida social, haciéndose necesarias medidas *a priori*, para defender a la

sociedad de posiciones potencialmente dominantes que dañarían irreversiblemente su funcionamiento y calidad. En términos sintéticos, sería como si consideráramos neutrales a las formas de gobierno, incluyendo las dictaduras, para remitir su juicio a un análisis caso por caso para verificar si perjudican a la sociedad. Sin caricaturas, la conclusión de estas corrientes es que el mercado ya provee de lo mejor de la cultura y la comunicación, por lo que no son necesarias medidas anticoncentración negativas (cuotas máximas de audiencia y mercado, prohibición de cruces accionariales monomedia o multimedia) ni positivas (apoyo a las Pymes, a los editores o productores independientes, a los propios creadores).

Tal refinamiento de la batalla ideológica en este terreno ha tenido la virtud de obligar a avanzar mucho más en la investigación crítica. Ciertamente, la concentración en grandes unidades productivas no es el único problema. La cuestión radica generalmente en su ambición rápida del máximo beneficio, que los impulsa a una financiarización rápida (bolsa, obligaciones, empréstitos) y a endeudamientos muy peligrosos que exigen a su vez enormes tasas de beneficios permanentes; y en las consecuencias de esta dinámica de management “moderno” sobre los lanzamientos culturales y comunicativos: lógica del *fast seller*, del producto testado de éxito, del marketing y la publicidad intensivos; olvido de las demandas de los públicos minoritarios; rechazo de la innovación y la creatividad arriesgadas... Es decir, el peligro no radica sólo en los productos globales sino también y especialmente en los mimetizados de nacional y regional, como cultura clónica mundial con ligeras pátinas de marketing local.

Becerra y Mastrini orillan estos riesgos ideológicos al adoptar una postura crítica y al realizar un estudio empírico detallado de la estructura de las industrias infocomunicacionales en los doce países considerados. En cuanto a la oferta, comprueban una estructura recientemente concentrada en muy pocas manos que apenas dejan un porción congrua (un 18 por ciento de media en la región) para la competencia de otros agentes como pequeñas y medianas empresas, creadores, cooperativas, sectores asociativos... Grupos pues demasiado grandes para nuestros países y regiones, aunque resulten a veces demasiado débiles frente a los grupos globales para defender y promocionar las culturas más débiles.

En su objeto de estudio, sin embargo, los autores destacan con luz propia dos campos asimétricos. De un lado están las redes –digitales en su mayoría– de acceso, en donde se comprueban desigualdades profundas que afectan a

grandes mayorías de la sociedad. Elementos hoy vitales para la competencia social como la telefonía básica o móvil o el acceso a Internet (en banda ancha sobre todo), comparables en materia de opción de contenidos simbólicos con lo que en el pasado significaba el acceso a la música grabada, la radio o la televisión (todos ellos necesitados de aparatos lectores pero, sobre todo, de redes de difusión), muestran así su cara profundamente desigualitaria que implica hoy una profunda brecha en la posibilidad de acceso a la cultura digital. Las cifras de acceso a Internet constituyen el parámetro más significativo de esta reproducción de la pobreza, especialmente en cuanto a la imprescindible dotación de banda ancha, que la progresión de la telefonía móvil no parece que vaya a solucionar. A ello se suma el minoritario, discriminatorio e incluso descendente a veces acceso real a todos los contenidos de pago por el usuario, como la prensa escrita, el cine, el libro o la televisión de pago.

La visión conjunta de esta investigación permite comprobar así que los sectores sociales mayoritarios más pobres no sólo siguen teniendo un acceso discriminatorio a las redes que permitían el acceso a la cultura y la comunicación analógicas, sino que redoblan ahora su desigualdad cuando se los mantiene fuera de las nuevas redes digitales. Es decir, que enormes porciones de la sociedad quedan marginadas de un conjunto de soportes que vehicula la cultura en el mundo analógico y en el digital, con el agravante de que en estas últimas radica en buena medida las posibilidades de supervivencia y competencia, de lucha y ascenso social, de existencia y participación democráticas de todos los ciudadanos. Una brecha digital mantenida que redobla las fracturas sociales anteriores. Y una lección suprema de que el mercado por sí solo no puede satisfacer las necesidades y demandas de los usuarios, redundando en su conjunto en una radical desigualdad cultural entre países, entre regiones, entre sectores sociales.

De otra parte, al plantearse en una visión de medio plazo, la investigación demuestra la progresión de una arquitectura que nuclea a las empresas de producción y distribución de contenidos culturales y comunicativos en grupos cada vez más reducidos y potentes, surgidos y reforzados en los mayores mercados de la región, expandidos en alianza con algunos grupos foráneos, que no solamente reducen drásticamente el número de voces posibles en la ideología (visión de la vida social) sino también en la creatividad cultural. Como consecuencia colateral, está la concentración de la riqueza “cultural” en las grandes ciudades, en algunos países, con proyección unilateral hacia

el resto de la región, con estrategias de oferta cultural cada día más similares a los de los grandes grupos globales (estadounidenses, europeos).

La conclusión finalmente esbozada del estudio está aun más clara. Si esta es la realidad y así son las grandes tendencias que atraviesan nuestra circulación de cultura en la región, resulta meridiano que el mercado y la tecnología no van a solucionar, espontáneamente, nuestras graves carencias. En otras palabras, es imprescindible y urgente una política cultural y comunicativa –nacional, regional, quizá global– capaz de poner coto a la concentración de poder, de fomentar a la creación, a las PYMES culturales, al tercer sector, a la posibilidad y capacidad de opción del ciudadano-consumidor; y ello tanto en aras de la defensa de la diversidad como de la propia consolidación industrial de nuestras propias culturas. Quizás empezando por repensar y reconstruir un servicio público de comunicación y cultura que en toda la región ha sido marginado o insuficientemente impulsado.

A los coordinadores, Martín Becerra y Guillermo Mastrini, al equipo de investigación que tan buenos resultados ha conseguido, a los patrocinadores que han hecho posible este trabajo y su edición, habría que animarlos a seguir por esta vía, complementando estos estudios cuantitativos por otros análisis también cualitativos que pongan de relieve los mecanismos de relación de los grandes grupos de la región con la demanda: es decir, los procesos de producción de bienes simbólicos, culturales y comunicativos a un tiempo, y sus mecanismos de distribución y marketing en viejas y nuevas redes. Sólo así se podrá cerrar el círculo de una teoría crítica capaz no sólo de dismantelar las argucias funcionalistas al servicio del poder, sino también los caminos que conducen al mismo tiempo al máximo beneficio y la mínima diversidad. Y alternatively, las vías a seguir para dibujar una política cultural de base científica y empírica que, sin desdeñar al mercado pero subordinándolo a la política y la ciudadanía, pueda ir construyendo unas culturas más sustentables y diversas en todos los ámbitos y planos de la vida social, en cada uno de los países iberoamericanos, en el conjunto de la región y el espacio de Iberoamérica.

Introducción

(...) la tarea de la ciencia social continúa siendo la de *explicar* en el sentido de que se trata de poner de manifiesto cómo los hechos—y sus propiedades— están en relación con otros hechos—y con sus propiedades— y cómo esa relación entre hechos y propiedades puede ser reconocida como constituyendo un sistema, por muy inestable que sea.

Manuel Delgado, 2007, p. 88

En pocos países del mundo se ha extendido, como lo ha hecho en América latina, la percepción de los medios de comunicación como “sistemas organizacionales enlazados que disfrutan de un importante grado de autonomía frente al Estado, los partidos políticos o los grupos de presión institucionalizados” (Curran y Gurevitch, 1977). Esta percepción se replica en cada debate público que existe en los países latinoamericanos sobre la posibilidad de regular el sistema de medios, en un contexto en el que dicho sistema se ha inmerso en la lógica de convergencia con otras actividades de información y comunicación, que en el presente trabajo se denominarán “infocomunicacionales”¹.

La convergencia tecnológica, de servicios y mercados, y la dinámica de actuación supraestatal o global de buena parte de los actores infocomunicacionales en la región latinoamericana, agrega tensión a la percepción acerca de la autonomía de los medios y conduce a la crucial pregunta sobre la concentración de la propiedad.

¿Puede afirmarse que los medios y que el conjunto de las actividades de información y comunicación mantienen márgenes significativos de autonomía respecto de los poderes fácticos, formales e informales, cuando su estructura de propiedad revela altos niveles de concentración? ¿Es inocua esa

¹ El concepto de infocomunicación presenta utilidad analítica toda vez que permite describir y comprender los procesos de convergencia entre los sectores mencionados y otros que no conforman el presente estudio (revistas, contenidos de ficción para videojuegos, por ejemplo).