

# La incubación de una nueva cultura

—  
POR MARTÍN BECERRA

El presente artículo analiza los principales aspectos vinculados a la convergencia tecnológica que afectan al sector industrializado de la producción cultural en la América Latina de la última década. En particular se aborda el examen del modelo de medios de comunicación latinoamericano y sus consecuencias sobre la cultura y la cultura digital.

Una de las variables centrales que intervienen en la modificación de prácticas y hábitos culturales es la convergencia tecnológica y la digitalización de los procesos de creación y circulación cultural. Sobre la vocación y acción transformadora de las tecnologías digitales existe ya un profuso material bibliográfico que representa la heterogeneidad de abordajes conceptuales, ideológicos y metodológicos. Esa heterogeneidad es, a la vez, indicadora de la variedad de objetos y ámbitos sobre los que es posible explorar hoy, comenzada la segunda década del siglo XXI, la cultura digital.

Existen también disímiles posicionamientos políticos en función de la valoración del impacto de la cultura digital. Posicionamientos que se verifican tanto en la atención al crecimiento económico de un sector que es aún difuso en sus contornos y que en los últimos años suele ser aludido con el eslogan de 'industrias creativas', como en la desmesurada importancia asignada a la intervención de las redes sociales intensivas en el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en pro de robustecer tendencias democratizadoras en distintas latitudes (España, marzo de 2004 y mayo de 2011; Ecuador, al abortar el intento de golpe de Estado en septiembre de 2010; Moldavia, 2009; Egipto, Libia y Siria, en los primeros meses de 2011, entre los más citados).

Aunque la convergencia tecnológica no es la única variable que opera en el proceso de transformación cultural ni es unidimensional en sus consecuencias, los parámetros de la cultura en la era digital revelan alteraciones muy perceptibles -y en muchos casos cuantificables- en las fases de producción, edición, almacenamiento y distribución, así como en las demandas y usos sociales. La cultura digital es una incubadora de nuevos modos de concebir los procesos

de socialización, pero esa incubación se nutre de tradiciones muy acendradas en la historia de las industrias, masivas y generalistas, de la cultura y de la información; historia que es por su parte atravesada por lógicas locales, idiosincráticas, y por flujos netamente globalizadores.

La regulación de las tecnologías convergentes contempla, como propone Lessig (1998), al menos la consideración de aspectos legales, culturales (usos y costumbres), de configuración de los mercados (que determinan a su vez el acceso a bienes y servicios por parte de los distintos grupos sociales) y de morfología de cada sector informacional (con su arquitectura y sus códigos específicos). La regulación de la cultura digital en ciernes es escenario de grandes tensiones (para una aproximación global a este tema, véase Albornoz, 2011 y Mastrini y Aguerre, 2007).

Desde esta perspectiva amplia de la regulación, el presente artículo procura enunciar y analizar los principales aspectos vinculados a la convergencia tecnológica que afectan al sector industrializado de la producción cultural en la América Latina de la última década. En particular, se abordará el examen del modelo de medios de comunicación latinoamericano. Como marco conceptual pertinente a este propósito, se brinda una perspectiva ligada a los estudios de economía política de la comunicación y la cultura.

## **Cultura y sociedad: estructuración estructurante**

En su clásico *Economía Política de la Comunicación*, Mosco sostiene la noción de 'constitución mutua' para explicar el vínculo que se establece entre la cultura y la estructura económica de las sociedades. En palabras del autor, la constitución mutua «elimina la implicación de que las cosas, definidas normalmente como estructuras completamente formadas, actúan sobre otras estructuras completamente formadas» (Mosco, 2009, p. 23).

Conceptualmente, la noción de estructuración o constitución mutua es consistente para abordar el estudio de las actividades industrializadas de la cultura en las sociedades contemporáneas, ya que estas operan en dos movimientos: son estructuradas por la historia política, cultural y económica de cada país, de cada región, al mismo tiempo que son simultáneamente estructurantes de las condiciones políticas, culturales y económicas, toda vez que estas actividades culturales permean las concepciones del mundo que esas sociedades construyen. En consecuencia, están constituidas históricamente pero son, a la vez, constituyentes. Se definen en términos históricos y, al mismo tiempo, construyen historia. Estos movimientos están, como se señaló, troquelados por la tendencia a la operación global de muchas de las actividades y funciones culturales.

Con esta definición es posible emprender el examen de las condiciones de producción y circulación de la cultura en una América Latina con múltiples factores constituyentes. Los más significativos que serán desarrollados en las siguientes páginas son: la alteración de coordenadas macroeconómicas en la mayor parte de los países de la región; el consecuente cambio en el modo de intervención estatal; las novedades en la regulación de los medios de comunicación audiovisuales; el cuestionamiento de los impactos que genera la concentración de la propiedad de las industrias culturales; la crisis de las lógicas de interpelación de la cultura industrial, masiva, serializada y cohesionadora; la digitalización de los procesos productivos y

en particular, de los medios de comunicación, y la emergencia de la Televisión Digital Terrestre (TDT) en el marco de una retórica en pos de la democratización del acceso a licencias.

## América Latina en el 'conventillo' global

En *Navegaciones: comunicación, cultura y crisis*, Ford (1994) emplea la 'contrametáfora' del 'conventillo global' (conventillo es un término que se utiliza en la Argentina como sinónimo de inquilinato) para referirse a los cruces aluvionales de culturas que generan una fermentación que entrevera solidaridades, diferencias, trances y fusiones de intereses.

El resultado dista de ser parejo u homogéneo. En el conventillo de ciudades como Buenos Aires de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX, habitado por inmigrantes de diversas latitudes, coexistían conflictivamente lenguajes diferentes y los medios de comunicación empleados como soportes de amplificación o de almacenamiento de significados solían ser tan variopintos como polivalentes (el grito, la cadena del rumor, la nota-esquela, el cartel con instrucciones dibujadas, la reunión-asamblea, el canto, el pasquín, el libro de los escolares). No podía deducirse la eficacia de un mensaje en función del soporte material o tecnológico empleado.

La metáfora acuñada por Ford es pertinente para sostener que la globalización no es un proceso con tendencias únicamente uniformizadoras en lo cultural, sino también fragmentadoras y contradictorias, como sostiene García Canclini (2004).

En el caso de América Latina, su inmersión en el siglo XXI combinó su estructural y distintiva fractura socioeconómica (es la región más desigual del planeta, donde la distancia entre ricos y pobres es mayor [Cepal, 2010]) con una lectura crítica por parte de los gobiernos electos en los últimos años, acerca del impacto que tuvieron las políticas neoliberales ejecutadas al calor del Consenso de Washington en la última década del siglo pasado.

No es objeto del presente artículo ensayar una clasificación, por cierto problemática, sobre estos nuevos gobiernos. Pero más allá de ser aludidos por algunos autores como populistas de izquierda (Kitzberger, 2008), nacional-populares o de nueva izquierda (Vilas, 2005), lo cierto es que su modo de intervención estatal es muy diferente del que se había practicado en las democracias latinoamericanas en las décadas anteriores (Damill y Frenkel, 2009). La globalización en América Latina asume así facetas ciertamente diferentes a las que presenta en otras latitudes.

En parte, el carácter diferencial obedece a la reacción contra el impacto de las políticas neoliberales en la región. En el área de la cultura y la comunicación latinoamericanas, más aún que en otros espacios, las políticas neoliberales se tradujeron en la transferencia de los activos públicos al sector privado. Estas privatizaciones beneficiaron en una primera etapa a capitales nacionales y progresivamente ese patrimonio fue enajenado a capitales financieros con una marcada e inédita (y en algunas industrias, predominante) presencia de capital extranjero.

La revisión del programa neoliberal en curso conduce a gran parte de los gobiernos de la región a enunciar su intención de modificar el statu quo en las industrias de la comunicación y

la cultura: notablemente se trata de políticas que pretenden alterar su régimen de propiedad, sus modos de financiamiento y sus posibilidades de acceso por parte de diferentes actores sociales, incluso los más postergados a nivel socioeconómico.

En este sentido, América Latina ha venido construyendo en la última década, conflictiva pero efectivamente, una voz disonante en el marco del 'conventillo global'. Los buenos resultados macroeconómicos de las políticas heterodoxas aplicadas en los años recientes, con crecimiento a tasas chinas en numerosos países de la región, parecen respaldar el alejamiento de las recetas de ajuste que habían profundizado la crisis en las décadas previas y que, a juicio de algunos de los presidentes actuales, son la causa de los estragos que padecen algunas de las economías centrales (Grecia, Islandia, Portugal, Irlanda o España).

Los gobiernos de la región también innovaron en el cuestionamiento de la labor mediadora que ejercieron durante el siglo XX (y parte del siglo anterior) las industrias culturales (De Moraes, 2009).

### **Lo singular del modelo latinoamericano de medios**

En sus estudios comparativos sobre sistemas de medios de comunicación en distintos países, Fox y Waisbord por un lado (2002) y Mancini y Hallin por el otro (2008) reconocen en el modelo latinoamericano un híbrido que asume la tutela del modelo comercial estadounidense, pero que sin embargo no es su mera copia. El caso latinoamericano es caracterizado como un arquetipo hipercomercial, con escasa regulación estatal, casi sin presencia de medios auténticamente públicos y con caciquismo político tanto dentro como fuera del sistema de medios. Para Fox y Waisbord (2002, p. 1), «paradójicamente, el modelo comercial del audiovisual latinoamericano fue en muchos casos al mismo tiempo no regulado y fuertemente controlado».

En la práctica, la carencia de una regulación fuerte y estable se compensó históricamente en América Latina a través del control que ejerció en el sistema de medios el cuello de botella protagonizado por una estructura de propiedad muy concentrada. La primera década del siglo XXI atestigua la profundidad y extensión de los procesos de concentración de la propiedad de los medios en pocos grupos privados, junto a la presión por ingresar al sistema de actores corporativos privados, por un lado, y de actores sociales postergados, por el otro. La lógica comercial-financiera de operaciones de las actividades informacionales y culturales condujo, en rigor, a procesos de concentración en casi todo el planeta (De Miguel, 2003), pero la profundidad y consolidación que demostró en América Latina es distintiva.

Un estudio empírico realizado a lo largo de la primera década del siglo XXI sobre la estructuración y la concentración de las industrias de la información y la cultura en América Latina (Becerra y Mastrini, 2009) constata que el índice general de dominio de mercado por parte de los primeros cuatro grupos que operan en cada uno de los sectores industriales que producen, procesan y distribuyen contenidos culturales, asciende al 0,82 en América Latina, siendo 1 el valor de máxima concentración asignado a un monopolio (un solo actor en un mercado). Estos indicadores superan así los valores señalados en un señero aporte de Albarran y Dimmick (1996) tanto para cuatro como para ocho operadores, para establecer si la concentración en un país resulta alta o baja. Estos indicadores superan con creces, también,

los estándares utilizados en los países centrales para regular la concentración de la propiedad de los medios, de modo que no dañe la diversidad de voces (Almirón Roig, 2010 y Romero Domínguez, 2009).

Las políticas de comunicación y cultura ejecutadas en la región han sido históricamente más concesivas a permitir o estimular, según el caso, la concentración de la propiedad mediática, resignando el objetivo de dotar de mayor diversidad al sistema de medios de comunicación. La subordinación del movimiento de estos mercados a los operadores dominantes explicita con estos indicadores la falta de espacios reales de incidencia por parte de actores de tamaño medio o mediano. El crecimiento de la concentración implica, pues, una retracción directamente proporcional de la capacidad de que otros actores incidan en los mercados señalados (Becerra y Mastrini, 2009).

Una característica sobresaliente de la concentración de las industrias de información y cultura en América Latina es su carácter multimedia y conglomeral (o diagonal). En países como Brasil, México o Argentina los mismos grupos están presentes en diferentes mercados: televisión abierta y de pago, prensa gráfica, radio, producción de contenidos analógicos y digitales, Internet (*O Globo*, *Televisa* y *Clarín* son ejemplos de ello). El predominio de los grupos concentrados de modo multimedia y conglomeral exhibe niveles que constituyen barreras de entrada para competidores, incluso en los casos en que estos son fuertes operadores comerciales.

En cuanto al acceso a los bienes y servicios de la información y la comunicación, entre los países latinoamericanos es posible agrupar cuatro subconjuntos en términos relativos. Por un lado, Argentina, Chile y Uruguay, que cultivan una historia de mayores niveles comparativos de acceso social a los medios e industrias culturales y a las telecomunicaciones. En estos tres países, por ejemplo, el acceso a Internet en hogares supera el 60 por ciento. En segundo lugar, Colombia, Venezuela y Perú, que cuentan con indicadores de acceso más bajos que los países del Cono Sur, mencionados pero que se ubican igualmente por encima del promedio regional. En tercer lugar, Brasil y México, los dos gigantes en población y en la escala de sus mercados que pese al vigor de los mismos en términos absolutos se posicionan levemente por debajo del promedio latinoamericano en acceso per cápita. En cuarto lugar, Ecuador, Paraguay, Bolivia y Centroamérica (con excepción de Costa Rica, que cuenta con indicadores semejantes a los del Cono Sur), donde el acceso social a las actividades culturales es más relegado y su promedio se halla muy por debajo del regional.

En relación con la estructura poblacional, la mayoría de los países latinoamericanos no alcanza los 50 millones de habitantes, con la excepción de Brasil y México. Si se considera que un segmento significativo de la sociedad se encuentra marginada del consumo de bienes y servicios culturales (excepto los gratuitos) por cuestiones económicas, el tamaño de los mercados culturales de pago queda acotado. Esto constituye un escollo para las industrias culturales en las que las economías de escala amortizan las fuertes inversiones que demanda la producción de bienes simbólicos (Zallo, 1988). En este sentido, América Latina se halla en desventaja en relación con los países centrales, donde se encuentran mercados de gran tamaño (como Estados Unidos, Alemania, Reino Unido o Italia) o bien de muy alto poder adquisitivo de la población (Holanda, Dinamarca, Bélgica, Suecia, por ejemplo).

Las industrias culturales históricamente masivas en la región son la televisión abierta, la hertziana y la radio. Como indica Barbero (1987), estos medios han intervenido decisivamente en la alfabetización, no solo cultural sino también ciudadana, de buena parte de la población. El resto de los bienes y servicios culturales, y en particular aquellos que exigen el pago como condición para el acceso, registran una desigual presencia en la región (hay servicios de pago masivos, como la televisión por cable en Argentina y Uruguay, pero constituyen una excepción).

Las debilidades en el acceso coexisten, pues, con la concentración y con la tendencia creciente a la propiedad cruzada y conglomeral de medios. Procesos que se potencian en América Latina con la ausencia de una cultura institucional de medios públicos no lucrativos que estimulen la diversidad que la estructura de mercado no asegura. Ello se traduce en un marco de intervención de grandes grupos con escasos márgenes de incidencia para otros actores sociales, económicos, políticos o culturales.

Sobre la ausencia de servicio público audiovisual propiamente dicho en la región, Hallin y Mancini (2008, p. 93) sostienen que «América Latina, hasta el momento, ha sido la única región del mundo, exceptuando a América del Norte, donde la radiodifusión se ha desarrollado como un proyecto fundamentalmente comercial». El servicio público audiovisual, gestionado por entes públicos no gubernamentales, se ha revelado durante décadas en otras latitudes (Europa, Canadá) como un reaseguro de pluralidad ante la lógica puramente lucrativa de los operadores comerciales del sistema de medios (De Mateo y Bergès, 2009). En un modelo de patrimonialismo que expresa la confusión entre el interés público y el interés de una parte (política o económica), en el que las fronteras entre ambas dimensiones se tornan difusas, la ausencia de servicio público audiovisual puede analizarse como una consecuencia y a la vez, como un activador que retroalimenta la lógica comercial predominante.

### **Recuperación democrática + convergencia: presión de nuevas voces**

Los factores estructurales reseñados de las industrias de la información y la cultura en la región (regulación funcional a los intereses de los grupos más fuertes, concentración conglomeral, accesos débiles, ausencia de servicio público) son complementados por el impacto de la convergencia tecnológica que gatilló la potencialidad de multiplicar los medios a disposición de la sociedad. Como reflexiona Fernando Ruiz, «lo distinto en América Latina en relación a otras zonas del mundo es que el rotundo proceso de democratización política que se produjo en el continente durante los ochenta, impulsó un crecimiento enorme de la libertad de emisión en el mismo momento en que los medios estaban embarcados en un fenomenal cambio tecnológico» (Ruiz, 2010, p. 34). Este autor relaciona de modo directo entonces el proceso de recuperación del régimen constitucional de gobierno en muchos de los países de la región a partir de la década de 1980, con la convergencia tecnológica.

La convergencia tecnológica, de servicios y mercados a partir de los años ochenta y la dinámica concentrada de actuación de buena parte de los actores industriales de la información y la cultura en la región latinoamericana, conduce a la crucial pregunta sobre la estructura y sobre el tipo de regulación que articula el funcionamiento del sector (Brittos, 2009). La convergencia tecnológica ha sido aprovechada por los principales grupos que operan en

América Latina a través de su expansión a otras actividades. En particular, los grupos más dinámicos como Televisa, Globo, Cisneros y las telefónicas Telmex y Telefónica, lograron además cruzar contornos geográficos. En años recientes Prisa se sumó a este contingente.

Para numerosos emprendimientos pequeños y medianos, la convergencia y su secuela de desintermediación del sistema analógico y masivo de producción y distribución de contenidos, ocurrida en América Latina después de la 'primavera' democrática de los ochenta, junto con el proceso de concentración del sistema de medios, fueron malas noticias. Amenazados por la pérdida de influencia del modelo *broadcasting* (punto-masa) en un contexto político de apertura a nuevas voces y de emergencia de nuevos liderazgos, muchos pequeños y medianos operadores de medios vendieron sus activos a los grupos de referencia en su país, los que a su vez desarrollaron agresivas campañas para transformarse en 'campeones nacionales' ante la acechanza de los grandes actores globales del sector. Estas campañas implicaron la toma de deudas en el sistema financiero internacional y en algunos casos la cesión de un porcentaje accionario a actores financieros (como sucedió con *Clarín* en la Argentina a partir de 1997).

En el proceso de desintermediación fruto de la convergencia digital habitan, además, otras paradojas: si bien la ruptura del modelo *broadcasting* (punto-masa) evoca expectativas deliberativas, gracias a la proliferación de espacios de expresión directa, como los *blogs*, las redes sociales y los intercambios *peer to peer*, que no requieren de la intervención de grandes estructuras empresariales, es fundamental constatar que los sectores de las tecnologías convergentes tienen una estructura de propiedad en muchos casos monopólica o cuasimonopólica. Es decir, que las relaciones de propiedad de las redes virtuales están más concentradas aún que en el tradicional sistema de medios en América Latina que, como se consignó, resulta muy alto.

### **Televisión: reinado desplazado, migración digital tardía y nueva regulación**

Hasta hace pocos años, los medios realmente masivos de producción y distribución cultural entre los latinoamericanos eran la televisión abierta, analógica y hertziana y la radio; medios cuyo consumo se presume gratuito. La irrupción masiva de la telefonía móvil alteró completamente ese panorama. Como dispositivo polifuncional que habilita el uso de otras redes, la telefonía móvil es hija dilecta de la convergencia digital y se convirtió en la tecnología informacional por excelencia en una región que en paralelo incrementa aceleradamente el acceso a Internet en los hogares y lugares de trabajo.

La expansión de la telefonía móvil, acompañando una tendencia mundial, también tiene en América Latina peculiaridades: la mayor parte del acceso social a esta tecnología se realiza a través de servicios de prepago (tarjetas) y no mediante abonos. Este tipo de consumo, monitoreado por el usuario pero a la vez más gravoso para su economía, se inscribe en un panorama general de accesos restringidos en América Latina a los servicios culturales e informacionales.

El surgimiento de nuevos medios está condicionado por la institucionalización de los medios de comunicación tradicionales junto al tipo de configuración de las nuevas redes digitales en la región. En este sentido es importante destacar dos cuestiones: en primer lugar, solo la radio y

la televisión lograron un acceso casi universal, atravesando la complejidad de la que la sociedad está formada, penetrando cada hogar con una programación que hasta casi la última década del siglo XX fue generalista, uniforme, estable y cuasi gratuita, ya que se financiaba con publicidad o subvención estatal. Ni el periódico, ni el libro o el cine, siendo industrias culturales más antiguas (y soportes tecnológicos más maduros), alcanzaron las audiencias que institucionalizaron como medios a la radio o la televisión.

Por su centralidad en la configuración de las industrias culturales de la región y en el acceso masivo que registran los latinoamericanos al medio, resulta pues importante detener la mirada en los cambios que impactan en la televisión. Para ello se proponen dos ejes de aproximación: por un lado, la reforma industrial y tecnológica -fruto, en primer lugar, de la televisión multicanal y en segundo lugar de la digitalización-; y por otro lado, la reforma que auspician los cambios regulatorios alcanzados en algunos países (Venezuela y su Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión de 2004; Argentina y su Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009; Uruguay y su Ley de Radios Comunitarias de 2008) y están en debate en otros (Brasil, Ecuador, Paraguay y Chile).

Esta segunda causa, la regulatoria y normativa, es promovida -o acompañada, según el país- por la movilización de organizaciones sociales que han estado ausentes de la explotación de licencias audiovisuales, dado el carácter comercial o gubernamental de las mismas en la historia audiovisual latinoamericana (Monje, 2011). Estas organizaciones reclaman participar del acceso a las licencias y en muchos casos son protagonistas de emisoras de carácter comunitario o local que promueven cambios regulatorios en sus países.

Estos dos movimientos de transformación albergan tensiones que atraviesan, modificándolo, el mercado audiovisual latinoamericano: mientras que el advenimiento en la década de 1990 de la televisión multicanal de pago implicó una operación de modernización y globalización de señales, formatos y contenidos, con la introducción de complejas relaciones económicas entre empresas locales (grupos operadores de los canales de televisión por cable, por ejemplo) y firmas globales (grupos dueños de señales de televisión de pago como *CNN*, *Fox* o *Espn*); por otro lado la nueva regulación asume al finalizar la primera década del siglo XXI el protagonismo de actores sociales y políticos de neta raigambre local y nacional en los distintos países de la región. Los intereses en conflicto entre actores industriales y político-sociales, así como los conflictos entre la lógica de intervención global de la industria y la lógica de la regulación local, son indicativos del escenario audiovisual latinoamericano contemporáneo.

Si, por un lado, se considera la transformación de la televisión tomando como referencia los aspectos industriales y tecnológicos, hay que considerar que el panorama audiovisual latinoamericano cambió radicalmente con la masificación de los sistemas de televisión multicanal de pago por cable (en mayor medida) y por satélite (en menor medida). Este proceso de masificación se produjo desde mediados de la década de 1990.

La presencia de la televisión de pago multicanal en América Latina implicó un salto cualitativo en el tipo de inserción que la región había cultivado en cuanto a la provisión de programación extranjera (fundamentalmente proveniente de EEUU); a la importación, modificación y exportación de formatos (Arsenault y Castells, 2008; Sinclair, 1999; Fox y Waisbord, 2002;



Waisbord, 2004); a la generación de contenidos nacionales o locales a través de políticas de 'tercerización' por parte de los canales, con el consecuente surgimiento de productoras independientes, y a la complejidad creciente del modelo de negocios de la industria.

En este escenario -y con retraso respecto de su implementación en América del Norte, Europa y Japón- América Latina comenzó su transición audiovisual digital hacia la TDT (García, 2010; Bustamante, 2008; Moragas y Prado, 2000; Galperín, 2007). Este atraso relativo se explica por tres razones, fundamentalmente: en primer lugar, la reciente definición de normas por parte de los distintos gobiernos ha hecho que la industria televisiva en su conjunto esté comenzando ahora a planificar el proceso; en segundo lugar, la situación económica de la mayoría de la población que obstaculiza los planes de migración de los consumidores; en tercer lugar, los países de la región con una distribución de los ingresos menos desequilibrada (fundamentalmente Argentina, Chile y Uruguay, donde la penetración de la televisión por cable supera en promedio el 60 por ciento de los hogares, frente al promedio del 28 por ciento de América Latina), son los que poseen altos índices de consumo de televisión por cable, sistema que garantiza el acceso a un menú de 80 señales y que por ahora no encuentra competencia seria en los ensayos de distribución de la TDT.

A su vez, dentro de la región hay países que han asignado al mercado un rol importante en la migración, garantizándoles a los operadores privados la explotación del mismo ancho de banda que ocupan en la televisión analógica (como Brasil) o que delegan en las empresas licenciatarias de canales analógicos la construcción de la infraestructura de transmisión de la televisión digital (como Chile); y otros países en los que es el Estado el protagonista de la implementación de la TDT, a la que acompaña mediante un plan masivo de distribución gratuita de decodificadores para la población de menores recursos (como Argentina).

Además de la TDT, la digitalización de la televisión se produce en las señales de la televisión por cable y vía satélite. Si bien a fines de 2010 el servicio de televisión de pago era mayoritariamente analógico en la región, el DTH ya es la tecnología de mayor expansión en la televisión de pago (Becerra, Mastrini y Waisbord, 2011).

El cambio industrial y tecnológico ilustrado por la digitalización promete alterar el proceso productivo de la televisión y su ecuación económica. Preocupa e interesa por igual a los grupos de comunicación y a los movimientos sociales que aspiran a coparticipar del acceso a las licencias.

Por ello, resulta importante considerar la cuestión de la transformación regulatoria impulsada en casi todos los países de la región y concretada en algunos de ellos. Al contemplar los cambios en la regulación de la televisión, se advierte que aunque existen importantes diferencias en la política audiovisual de los diferentes gobiernos; la mayoría ha impulsado iniciativas que se caracterizan por una mayor injerencia estatal, así como por el reconocimiento del derecho al acceso para actores sociales no lucrativos y cooperativos, hasta ahora imposibilitados legalmente de ser titulares de licencias audiovisuales (Kitzberger, 2008; Becerra y Mastrini, 2009; Hallin y Papathanassopoulos, 2002; Ruiz, 2010). Estos cambios provocaron en muchos casos el enfrentamiento directo entre el gobierno y los grupos comerciales de medios de comunicación. El caso más conocido es el del presidente venezolano Hugo Chávez

(1999-2001; 2001-2007; 2007-2013), pero el conflicto con los grandes medios atravesó también las presidencias de Lula da Silva en Brasil (2003-2007; 2007-2011); Cristina Fernández de Kirchner en Argentina (2007-2011); Evo Morales en Bolivia (2005-2010; 2010-2015), o Rafael Correa en Ecuador (2007-2011), entre otros.

Dada la tradicional ausencia de regulación explícita sobre audiovisual en América Latina, las nuevas regulaciones promovidas por los gobiernos populistas y/o de nueva izquierda en el último lustro suponen otras formas de control y desconciertan a propios y a extraños. Sus efectos, su capacidad de modificación de las estructuras de propiedad y su intención de producir contenidos con lógica no comercial podrán evaluarse en los próximos años.

Hasta el momento, no existen reglas claras respecto a qué destino tendrá el espectro liberado a partir de la digitalización, ni hay orientaciones definidas acerca del dividendo digital. En los pocos casos en los que hay orientación, esta no es respetada (en Argentina, por ejemplo, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 establece la prioridad en la asignación de licencias para las organizaciones sin ánimo de lucro, pero en la implementación de la TDT esto hasta ahora no se ha cumplido).

## Conclusiones: la era de la mutación

En 2006 el novelista Alesandro Baricco compiló en el libro *Los bárbaros* un conjunto de ensayos sobre la profunda mutación cultural que ocurre en el presente. Su intención era captar el momento bisagra en que se produce la transformación de una cultura y son derribadas las ciudadelas en las que se construyeron las nociones de calidad, profundidad y pureza y sus anatemas -que en toda cultura funcionan como anclaje- de mediocridad, superficialidad y corrupción.

A juicio de Baricco, es la cultura occidental de los últimos siglos la que está siendo jaqueada por nuevas prácticas y soportes. Esta mutación acontece en América Latina con importantes diferencias respecto de los países centrales.

En Latinoamérica, la estructura concentrada, conglomeral y centralizada de la propiedad de las industrias de producción y circulación masiva de bienes y servicios de la cultura y la comunicación se conjuga con un proceso de ampliación de las capacidades sociales de expresión (proceso que se inició en los años ochenta del siglo XX, tras la recuperación del régimen constitucional de gobierno en muchos de los países de la región) y con el decisivo impacto de la convergencia digital que repercute en la crisis de la influencia del sistema de medios de comunicación tradicional. La carencia de servicio público complementa un panorama singular.

La concentración mediática, junto a la ausencia del principio de servicio público en industrias culturales, funcionaron hasta hace pocos años como agujeros negros de las democracias latinoamericanas; un tabú que no se mencionaba, para no afectar intereses. Este tabú tributa directamente al destacado rol del sector de los medios de comunicación como dinamizador de capitales, que redujo en los últimos treinta años la presencia de capitales nacionales históricamente ligados al sector, en beneficio de un movimiento paulatino hacia la

extranjerización y/o hacia el ingreso de capitales externos al sistema de medios.

Una de las múltiples consecuencias de esa transformación ha sido la erosión de la posibilidad de que los medios sostengan una línea editorial abstraída de los intereses comerciales inmediatos y estratégicos del conglomerado que integran. Esta transformación, que implicó a su vez una gestión más profesionalizada y menos artesanal, vinculó de manera más orgánica a la propiedad del sistema de medios con otros sectores clave de la economía.

En América Latina, el sistema de medios como columna vertebral de la cultura industrializada acusa la crisis a través, por un lado, de nuevas regulaciones que revelan un modelo de intervención estatal diferente al que se desarrolló durante las últimas décadas del siglo XX en la región y, por otro lado, de la convergencia digital.

La polarización que existe en el campo mediático latinoamericano se intensifica a partir de la profundización de programas y acciones de gobiernos populistas que desmantelan algunos de los contratos de la política económica vigentes en la etapa neoliberal. Como escenario privilegiado de activación de los conflictos que surcan a la sociedad, los medios de comunicación desplazaron en la práctica el tradicional recurso retórico de la objetividad, por la acción cada vez más interesada en cada conflicto. Sin que esto implique un juicio concluyente, porque existen por supuesto matices en el sistema de medios, estos fueron abandonando su rol de re-presentación de los conflictos para asumirse como partícipes.

En el sector cultural, la producción de tendencias sobre los primeros años del siglo XXI permite intensificar las observaciones acerca de la evolución globalizada de una América Latina, cuyos procesos de modernización tardía, de constitución nacional al amparo de instituciones estatales y de sincretismo cultural-popular con la colaboración de medios de comunicación audiovisuales (la radio y el cine primero, luego la televisión, con el agregado actual de redes digitales) reclaman una mirada específica y documentada para continuar la necesaria labor de exploración de la incubación en curso.

## Bibliografía

Albornoz, L. (2011). Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica. En L. Albornoz (Comp.), *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, pp. 221-246. Buenos Aires: Paidós.

Almirón Roig, N. (2010). La regulación del pluralismo en Francia. Contexto, análisis e interpretación. *Revista Latina de Comunicación Social*, No. 65 [en línea]. 472-487. Universidad de La Laguna. Disponible en: [http://www.revistalatinacs.org/10/art3/913\\_Pompeu/RLCS\\_art913.pdf](http://www.revistalatinacs.org/10/art3/913_Pompeu/RLCS_art913.pdf)

Arsenault, A. y Castells, M. (2008). The structure and dynamics of global multi media business networks. *International Journal of Communications*, 2, 707-748.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo.

Becerra, M., Mastrini, G. y Waisbord, S. (2011). *Television in Latin America: From commercialism to reform?* [en prensa].

Brittos, V. (Org.) (2009). *Digitalização e práticas sociais*. São Leopoldo: Unisinos.

Bustamante, E. (2008). Modelos internacionales de TDT. La política y los lobbies pueden frustrar las expectativas de diversidad. *Diálogos de la Comunicación*, No. 77, jul.-dec., 1-23.

Cepal (2010). *La hora de la igualdad: brechas por cerrar, caminos por abrir* [en línea]. Comisión Económica para América Latina. Disponible en: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/0/39710/P39710.xml&xsl=/pses33/tpl/p9f.xsl&base=/pses33/tpl/top-bottom.xsl>

Damill, M. y Frenkel, R. (2009). *Las políticas macroeconómicas en la evolución reciente de la economía Argentina* [en línea]. Buenos Aires: CEDES. Disponible en: [http://www.cedes.org/informacion/ci/publicaciones/nue\\_doc\\_c.html](http://www.cedes.org/informacion/ci/publicaciones/nue_doc_c.html)

De Miguel, J. C. (2003). Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia. En E. Bustamante (Coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*, pp. 227-256. Barcelona: Gedisa.

De Moraes, D. (2009). *A batalla da mídia*. Río de Janeiro: Pao e Rosas.

Ford, A. (1994). *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Amorrortu.

Fox, E. y Waisbord, S. (2002). *Latin Politics, Global Media*. Austin: University of Texas Press.

García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.

Hallin, D. y Papathanassopoulos, S. (2002). Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective. *Media, Culture and Society*, 24(2).

Hallin, D. y Mancin, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kitzberger, P. (2008). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. El debate político. *Revista iberoamericana de análisis político*, año 5, No. 6. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Lessig, L. (1998). Las leyes del ciberespacio. *Conferencia Taiwan Net '98* [en línea]. Mimeo, Taipei. Disponible en: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm>

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mastrini, G. y Aguerre, C. (2007). Muchos problemas para pocas voces. La regulación de la comunicación en el siglo XXI. *Diálogo Político*, año XXIV, No. 3 [en línea]. Konrad-Adenauer-Stiftung. Disponible en: [http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_12400-544-4-30.pdf](http://www.kas.de/wf/doc/kas_12400-544-4-30.pdf)

Monje, D. (2011). Políticas info-comunicacionales estatales y políticas culturales en contextos de exclusión: resignificación del proyecto Sociedad de la Información en la década del 90 en el MERCOSUR. Tesis presentada en el Doctorado FLACSO. Buenos Aires, Mimeo.

Moragas, M. de y Prado, E. (2000). *La televisión pública a l'era digital*. Barcelona: Pòrtic.

Mosco, V. (2009). *La economía política de la comunicación*. Barcelona: Bosch.

La Nación (2008, 16 de septiembre). *Para Cristina Kirchner, el primer mundo se derrumba como una burbuja*. La Nación. Buenos Aires.

Romero Domínguez, L. R. (2009). Monopolio y pluralismo. Claves para armonizarla concentración mediática y el control institucional en Alemania. *Revista Latina de Comunicación Social*, No. 64, 540-552 [en línea]. Disponible en: [http://www.revistalatinacs.org/09/art/44\\_843...17/RLCS\\_art843.pdf](http://www.revistalatinacs.org/09/art/44_843...17/RLCS_art843.pdf)

Ruiz, F. (2010). Fronteras móviles: caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina. En B. Sorj (Comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*, pp. 15-58. Buenos Aires: Siglo XXI; Plataforma Democrática Editores.

Sinclair, J. (1999). *Latin American television: A global view*. Oxford: Oxford University Press.

Vilas, C. (2005). La izquierda latinoamericana y el surgimiento de regímenes nacional-populares. *Revista Nueva Sociedad*, No. 197, 84-99. Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert.

Waisbord, S. (2004). McTV. Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Television&New Media*, 5(4), 359-383. London: Sage.

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.