

La Comunicación Social en la Argentina. Diagnóstico y Tratamiento

Andrés Russo

Breve reseña y análisis de acontecimientos en los últimos 40 años (1955-1995)

“Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio, a saber: de trabajar y ejercer toda industria lícita; de navegar y comerciar; de peticionar a las autoridades; de entrar, permanecer, transitar y salir del territorio argentino; de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa; de usar y disponer de su propiedad; de asociarse con fines útiles; de profesar libremente su culto; de enseñar y aprender.”

Constitución de la Nación Argentina.

Primera parte, Capítulo Primero, “Declaraciones, derechos y garantías”, artículo 14.

Desde mediados de los cincuenta hasta mediados de los noventa, la comunicación social en la Argentina tuvo un crecimiento *con prisa y con pausas*. *Con prisa*, porque el sistema comunicativo forma parte de una sociedad que está constantemente en crisis. *Con pausas*, porque las “recesiones políticas” y las recesiones económicas interrumpieron, una y otra vez, los esfuerzos para desarrollar nuestra cultura y su comunicación.

A mediados de este siglo, la Argentina contaba con medios gráficos, radiales, televisivos y cinematográficos.

La “era del color” llegó al cine en la década del sesenta; a la televisión, en la del setenta; y al diario, en la del ochenta.

En 1983, la vuelta al sistema democrático de gobierno implicó una serie de cambios tendientes a permitir una mayor *libertad de expresión*.

Como “plagas”, se desarrollaron radios de frecuencia modulada ilegales (saturando el espectro radioléctrico, en detrimento de las legales). Con los años, algunas dejaron de existir, y otras abandonaron la clandestinidad.

También se produjo la aparición de periódicos locales, emisores de información relativa al lugar en el que se editan y distribuyen.

En otro orden, se incrementaron las revistas especializadas en temas de toda índole (p. ej. deportes, espectáculos, economía).

El video hogareño le fue restando público a las salas cinematográficas, muchas

de las cuales debieron cerrar. Simultáneamente fueron desapareciendo los noticieros y los avisos publicitarios producidos especialmente para el cine. Se trata de pérdidas importantes debido a que cine y televisión, si bien son medios audiovisuales, tienen ciertas particularidades que determinan que cada uno tenga su propia razón de existir.

La producción cinematográfica de corto, medio y largometrajes, aumentó considerablemente y recuperó el prestigio internacional, lo que la llevó a ganar importantes premios. No obstante, en los noventa, los altos costos determinaron una baja en la realización de películas.

A fines de los ochenta se perfiló el fenómeno de los multimedios: en una misma empresa -y a veces, en un mismo lugar- se concentran un diario, una radio A.M., una radio F.M., un canal de televisión abierta y un canal de televisión por cable.

En los noventa, la multiplicación de los satélites de comunicaciones hizo posible que las transmisiones "vía satélite" desplazaran a las "vía coaxil".

Por otra parte, se desarrollaron los canales de televisión por cable, estableciendo la modalidad de suscripción paga, desconocida en el sistema de televisión abierta.

La introducción de la informática en la tecnología de las comunicaciones produjo un importante cambio de sistemas: del analógico al digital.

La telemática revolucionó las telecomunicaciones y posibilitó la aparición de una red de redes: Internet. Al principio, la Argentina contaba solamente con el servicio "fuera de línea" ("off line", en inglés).

Se formaron nuevas asociaciones de periodistas, de publicitarios, de editores, de televisoras por cable, de agencias de publicidad, entre otras, con el objetivo de defender sus derechos, colaborar entre sí, y capacitarse. Asimismo, se establecieron códigos de ética profesional tendientes a autorregular las actividades.

Se abrieron agencias de noticias nacionales y aumentó la cantidad de corresponsales extranjeros en nuestro país y de corresponsales nacionales en el exterior.

La publicidad argentina mejoró su producción y comenzó a tener un mayor reconocimiento internacional.

La comunicación política se reforzó con el aporte de las agencias de publicidad.

El marco jurídico de las comunicaciones sociales continuó establecido por la *Constitución Nacional*, el *Código Civil*, la *Ley de radiodifusión* y el *Estatuto del periodista*, en todo lo relativo a la defensa de la libertad de expresión y de los derechos personalísimos (al honor, a la intimidad o privacidad, a la imagen, a la voz). Por otra parte, se sentó importante *jurisprudencia* y se actualizó la *doctrina* (1). La Corte Suprema de Justicia de la Nación estableció el 7 de julio de 1992, a través de un controvertido fallo, el derecho de réplica (2).

La privatización de emisoras de radio y televisión estatizadas resultó beneficiosa para conseguir una mayor libertad de expresión.

En otro orden, es importante señalar que si bien una gran cantidad de medios se han ocupado permanentemente de la transmisión de contenidos con valores

culturales, muchos otros han presentado vicios por defecto en este sentido.

Cuadro de situación actual (1996)

«Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de fronteras, por cualquier medio de expresión.»

*Declaración Universal de Derechos Humanos, artículo 19,
Organización de las Naciones Unidas.*

Desde principios de 1996, continúa el desarrollo acelerado de la tecnología aplicada a los medios de comunicación social (3).

Internet, en especial su servicio "en línea" ("on line") sigue en crecimiento. Nuestro país ha dejado de ser un simple espectador para convertirse en proveedor de información.

Con el desarrollo de los multimedios se está tendiendo a la formación de un oligopolio informativo.

En el Congreso Nacional continúa la presentación de anteproyectos para cambiar la actual legislación sobre radiodifusión, pero el tratamiento del tema sigue en suspenso.

En otro orden, los contenidos de los medios continúan presentando idénticas *faltas* que en años anteriores.

A partir de las observaciones realizadas, y teniendo en cuenta los "síntomas" que conforman el cuadro de situación actual, se puede afirmar (cual discípulo de Galeno de Pérgamo) que la comunicación social en la Argentina está afectada por una especie de "anemia" (4).

Es significativa la cantidad de medios que difunden contenidos de gran valor cultural, aunque, ciertas veces, reciben el reconocimiento de muchas instituciones (léase premios), pero de poco público (entiéndase audiencia, mejor que el anglicismo "rating"). Sin embargo, todavía existen muchos medios que continúan cometiendo errores por comisión y, especialmente, por omisión.

En otro orden, si bien son válidos los esfuerzos para introducir la enseñanza de la comunicación social en la educación primaria y secundaria, se debe pensar en los alumnos como receptores activos, más que como emisores, dentro del proceso comunicativo. Todos son receptores en dicho proceso, pero sólo unos pocos pueden ser, además, emisores. La recepción activa implica la capacidad de análisis, de reflexión. El público educado como receptor activo puede decidir con mayor libertad qué necesita de los medios, y también puede, llegado el caso, formular sus demandas.

Propuestas de identidad cultural hacia el tercer milenio

“La comunión y el progreso en la convivencia humana son los fines principales de la comunicación social y de sus instrumentos: la prensa, el cine, la radio y la televisión. Su creciente perfeccionamiento hace que lleguen más fácilmente a todos los hombres; de día en día influyen más en sus actitudes y en sus vidas, en las que los medios técnicos están cada vez más introducidos.”

*Instrucción pastoral “Communio et Progressio”,
Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social.*

En primer término, la nueva *Ley de radiodifusión* deberá contener en su espíritu los valores propios de una sociedad democrática, respetuosa de la justicia y del federalismo.

Son condenables los sutiles medios empleados por ciertos gobiernos para coartar la libertad de expresión (v. gr. impuestos).

El Estado Nacional debe conservar su agencia de noticias (Télam), su radio A.M. (Nacional) y su canal de televisión abierta (Argentina Televisora Color). No obstante, es inadmisibles que estos medios sean, más que «oficiales», «oficialistas». Sus contenidos deben ser modelo para los medios privados y representar y permitir participar a todos los sectores de nuestra sociedad.

En radio, y especialmente en televisión, sobreabundan los denominados programas de «entretenimientos», que no son otra cosa sino verdaderas «timbas» (permítase el familiarismo) en los que se premia al público por cualidades de escasa valía, cuando no por la mera suerte. De una vez por todas, en los medios de comunicación social hay que premiar más y mejor a quienes realmente lo merecen, a aquéllos que trabajan, que estudian, que se esfuerzan de una forma u otra por hacer de la nuestra una sociedad mejor.

En otro orden, es importante que se revise el “horario de protección al menor” en televisión. Resulta paradójico que los avances de los programas exhibidos fuera de dicho horario se realicen también dentro de éste. Por otra parte, la diferencia horaria mundial determina que, a través de los sistemas de cable, se transmitan dentro de nuestro horario de protección al menor programas de canales extranjeros exhibidos fuera del idéntico período de los países de origen.

Si bien nuestra Constitución declara que todos los habitantes de la Nación gozan del derecho, conforme a las leyes que reglamentan su ejercicio, de publicar sus ideas por la prensa (5) sin censura previa (6), es necesaria la profesionalización de las personas cuya actividad laboral principal se desarrolla en los medios. En este sentido, es fundamental la enseñanza de la comunicación social en la universidad

(7), en los institutos terciarios no universitarios y en los colegios secundarios con orientación a la comunicación.

Por último, es recomendable el estudio de los numerosos documentos de la Iglesia Católica Apostólica Romana referidos a la problemática de los medios de comunicación social. (8)

Es tiempo de someter a la comunicación social en la Argentina a un tratamiento –prolongado– para superar la “anemia” que la aqueja. Bajo prescripción de los especialistas, se podrá mejorar sensiblemente la “salud” de *nuestra cultura de la comunicación* y de la *comunicación de nuestra cultura*.

NOTAS

- 1) Ver: EKMEKDJIAN, Miguel Ángel. *Derecho a la información* (Libertad de expresión, concepto constitucional de prensa, medios, censura previa, derecho a la intimidad, derecho de réplica); PIZARRO, Ramón Daniel. *Responsabilidad civil de los medios masivos de comunicación*. Daños por noticias inexactas o agraviantes.
- 2) El derecho de réplica, con el nombre de derecho de rectificación o respuesta, fue proclamado en el artículo 14 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos “Pacto de San José de Costa Rica”, en noviembre de 1969. La Argentina, por ley 23.054, aprobó dicha Convención en 1984.
- 3) Por ejemplo, la llegada de la alta definición a la televisión, todavía en etapa experimental, cambiará sensiblemente la estética de la pantalla chica, así como lo hizo en su momento la introducción del color. Por otra parte, y también en experimentación, la televisión interactiva emitirá programaciones “a medida” para cada televidente.
- 4) La palabra *anemia* viene del griego *anaimia*, que significa “carencia de sangre”.
- 5) El Derecho argentino considera en sentido figurado al vocablo *prensa* en el texto de nuestra Constitución. Por lo tanto, el concepto de *prensa* se extiende a todos los medios de comunicación social.
- 6) La Constitución Nacional declara el derecho a publicar sin *censura previa*. La Justicia puede, en ciertos casos, determinar la *censura posterior*, parcial o total, de una publicación o un programa.
- 7) La Universidad del Salvador ha sido pionera en este tema.
- 8) Ver: Decreto “*Inter Mirifica*” Sobre los medios de comunicación social; *Instrucción pastoral “Communio et Progressio”* Los medios de comunicación social; *Instrucción pastoral “Aetatis Novae” (Nueva Era)*. En el vigésimo aniversario de la Instrucción Pastoral “*Communio et Progressio*”.

BIBLIOGRAFIA

- BARAGLI, Enrico. *Medios de comunicación ¿mensaje o masaje? A propósito del caso Mc Luhan*. Buenos Aires, Editorial Docencia-Proyecto CINAIE, Ediciones de la Universidad del Salvador, 1982. 109 p.

- CONCILIO VATICANO II. *Decreto "Inter Mirifica". Sobre los medios de comunicación social*. Buenos Aires, Ediciones Paulinas, 1982. 19 p.
- CONSEJO PONTIFICIO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES. *Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales. Una respuesta pastoral*. Buenos Aires, Editorial Claretiana, 1989.
- EKMEKDJIAN, Miguel Ángel. *Derecho a la información* (Libertad de expresión, concepto constitucional de prensa, medios, censura previa, derecho a la intimidad, derecho de réplica). Buenos Aires, Ediciones Depalma, 1992. 118 p.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (O.N.U.). *Derechos humanos*. Recopilación de instrumentos internacionales. Nueva York, 1983.
- ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS (O.E.A.). *Convención Americana sobre Derechos Humanos "Pacto de San José de Costa Rica"*. Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos, Washington, D.C., 1970.
- PIZARRO, Ramón Daniel. *Responsabilidad civil de los medios masivos de comunicación*. Daños por noticias inexactas o agraviantes. Buenos Aires, Editorial Hammurabi S.R.L., 1991. 408 p.
- PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL. *Instrucción pastoral "Communio et Progressio"*. Los medios de comunicación social. Buenos Aires, Ediciones Paulinas, 1971. 125 p.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES. *Instrucción pastoral "Aetatis Novae" (Nueva Era)*. En el vigésimo aniversario de la Instrucción Pastoral "Communio et Progressio". Buenos Aires, Ediciones Paulinas, 1992. 38 p.
- SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA (S.I.P.) y UNIVERSIDAD DEL SALVADOR. *Informe de las Jornadas Internacionales Los Diarios en el Siglo XXI*. Buenos Aires, Diario Popular, 1992. 69 p.
- III CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO. *La evangelización en el presente y en el futuro de América Latina*. Documento de Puebla. Buenos Aires, Conferencia Episcopal Argentina, 1984. 385 p.
- *Constitución de la Nación Argentina*. Sancionada en 1853 con las reformas de 1860, 1866, 1898, 1957 y 1994.
- Revista *Signos Universitarios. Ciencias de la Educación. Ciencias de la Comunicación Social*. Año IX, número 17, enero / junio de 1990. 307 p.