



Qué se dice

What it is said

09. ¿30 años no son nada? *30 years is nothing?*

ENTREVISTA A DIEGO DE CHARRAS

INTERVIEW WITH DIEGO DE CHARRAS

POR DAMIÁN FRATICELLI

Universidad de Buenos Aires

CABA, Argentina

damianfraticelli@yahoo.com

Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada
Año VII, # 14, Segundo semestre 2015
Buenos Aires ARG | Págs. 147 a 159

Diego de Charras es Doctorando en Ciencias Sociales y Profesor Adjunto de Derecho a la Información (FCS-UBA). Fue Director del área de Comunicación del Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS). Actualmente ocupa el cargo de Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA (2014-2018). Publicó como autor el libro *Redes, burbujas y promesas. Algunas reflexiones críticas acerca del proyecto Sociedad de la Información y la nueva economía*; como editor-compilador *Las Políticas de Comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos y Contentio. Tensiones para pensar la Política Cultural*; y es co-autor de los libros *Ley 26.522: Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual, Comunicación, Convergencia e Integración en América Latina; Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación de la Argentina, y Comunicación, Cultura y Sociedad de la Información*. También se ha desempeñado como periodista y editor de varios medios gráficos y es miembro de la mesa de Coordinación de Coalición por una Comunicación Democrática.

La carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA acaba de cumplir 30 años, en todo ese tiempo, ¿cuáles son los cambios del sistema mediático que te parece más relevantes?

Es imposible resumirlo en pocas palabras. Pero desde la perspectiva que yo vengo trabajando hubo permanencias y transformaciones que se dieron en diferentes dimensiones: la técnica, la política, la económica, entre otras. Y también hubo sinergias entre las dimensiones que fueron

generando cambios, por ejemplo, la transformación económica tuvo su impacto en lo político, lo cual articula esas dos dimensiones. Permanencias hubo, sin ir más lejos, en la cantidad de canales de televisión de aire. Cuando la carrera se gesta en los años 80 había alrededor de 40 canales de televisión a nivel nacional, treinta años después, tenemos la misma cantidad. Hoy estamos en un proceso de licitación de 82 nuevos canales digitales, luego de haberse frustrado un llamado a licitación anterior por unos 200. En la televisión, salvando el desarrollo del cable, hay una estabilidad en su crecimiento desde los años 70. A mi entender, a nivel TV de aire, el cambio importante debería sobrevenir con la televisión digital. Donde sí hubo crecimiento importante fue en la radio. Aparecieron miles de emisoras de radio de frecuencia modulada, buena parte de las cuales fueron, y algunas aún lo son, emisoras *paralegales*, como les gusta decir a algunos militantes de las radios comunitarias. Es decir, emisoras pero con una fuerte legitimidad social y que, al no haber durante décadas una normativa que las contemplara, se desarrollaron igual en la frontera de la legalidad. Otra transformación relevante se dio en la dimensión económica que tuvo que ver con todo el proceso de fusión, concentración de la propiedad en la primera mitad de los 90' y de extranjerización en la segunda que lógicamente tuvo una incidencia en el sistema mediático argentino.

¿Esta transformación es la más significativa?

No necesariamente, aunque creo que fue sumamente importante y que debe ser regulada, pero no creo que exista una relación de causalidad directa entre la concentración de medios y posicionamientos editoriales, esa relación es más dinámica y conjuga otros factores. El mercado económico de los medios tiene ciertas lógicas y el espacio político, por llamarlo de alguna manera,

tiene otras. Se vinculan pero no hay una relación de causalidad determinista. En todo caso, en este nivel hubo ciertos modos de funcionamiento que se profundizaron en estos años. En los '80 había una frase emblemática de Cesar Jaroslavsky, que era un legislador radical, que decía que los medios atacan como un partido político, y después se defienden apelando a la libertad de expresión. Y eso no sólo no cambió sino que, en todo caso, se radicalizó en el otro sentido de la palabra. Es decir, se profundizó esa lógica de intervención en un espacio político cada vez más mediatizado. Y donde los detentores del soporte mediático juegan como un actor político más, pero lógicamente sin los instrumentos de legitimación que tienen el resto de los actores políticos que se someten a elecciones, adscriben a un partido político, tienen ciertas obligaciones de transparentar programas, propuestas y demás. Y donde estos poderes fácticos actúan como representantes de una clase social o de una fracción de una clase social, tienen intereses políticos, actúan con herramientas políticas pero luego no participan del resto del juego. Eso era lo que de alguna manera denunciaba Jaroslavsky en los '80. Treinta años después, creo que lejos de aminorarse se ha profundizado, y no es un fenómeno estrictamente argentino. Lo vive Brasil, lo vive México, en lugares donde hay grupos mediáticos importantes como Globo, Televisa, Mercurio en Chile. Podríamos ir recorriendo todo el mapa de América Latina, viendo los grupos y la relación con los Estados y veríamos que se generan situaciones de tensión con los gobiernos progresistas de las últimas décadas. En eso creo que hubo transformaciones, pero que no fueron de naturaleza sino, en todo caso, de grado, hubo una profundización.

¿De qué manera la carrera fue procesando estos cambios?

Por empezar, la carrera es contemporánea al surgimiento de la frecuencia modulada y las emiso-

ras *paralegales* que decía antes. Acompañó el surgimiento y desarrollo de esas emisoras barriales, comunitarias, locales, etc. Y fue, de alguna manera, una marca identitaria de la carrera también. Podemos decir que la batalla por la comunicación, o por el derecho a la comunicación lógicamente, que no se inicia ayer ni antes de ayer, prácticamente atraviesa toda la historia de nuestra institución y lógicamente la antecede. Y, de un modo u otro, la carrera siempre estuvo participando de todo ese proceso. En muchos casos no en términos institucionales pero sí con la participación de sus docentes, profesores, auxiliares, alumnos, que fueron protagonistas de surgimientos de emisoras como *La Tribu* y muchas otras. Y aún lo siguen siendo hoy en otro tipo de emisoras e iniciativas similares. Durante la década del 90, desde la carrera se acompañaron las batallas para resistir la penalización y los intentos de criminalización de esas emisoras y, en los últimos años, se acompañó el proceso de incorporación de una nueva legislación que asiste a ese tipo de emisoras. La carrera también participó, ya sí de un modo más institucional, en el debate de la ley 26.522, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Podemos decir que en los 80, se participaba más a través de la acción de sus profesores e investigadores, porque la carrera como institución recién había empezado y se encontraba en un estado más germinal. Hoy ya actúa de manera más institucionalizada con una mayor capacidad de inserción a través de convenios y una participación más organizada, que no agota, sino que acompaña lo que puedan hacer las distintas individualidades.

¿Y a nivel mediático ves algunas transformaciones?

Yo creo que, de las dimensiones mencionadas, la que más cambios ha tenido es el aspecto tecnológico. Pensá que en el plan de estudios original de la carrera había asignaturas que incluían dentro de sus contenidos mínimos enseñarle a los es-

tudiantes el funcionamiento del fax o del telex. Salvando ciertas rigideces propias de lo burocrático, creo que la carrera ha logrado acompañar ese proceso de cambio tecnológico con muchísima más dignidad que otros campos de las ciencias sociales o de las humanidades donde quedaron de alguna manera más anclados en ciertos cuerpos teóricos clásicos y donde el campo de la comunicación por sus propias características de surgimiento mestizo, por llamarlo de algún modo, logró no tener anclajes tan estrictos. Eso le permitió incorporar lecturas nuevas, confrontarlas, seguir modas. Con sus cosas a favor y en contra, la carrera estuvo de algún modo cabalgando las transformaciones tecnológicas y teóricas muy de cerca. Tal vez Ciencia Política, que se creó en esos años, fue la otra carrera que pudo adaptarse a los cambios de su objeto de estudio y de sus teorías. La carrera de Comunicación pudo acompañar los cambios de la televisión, por citar sólo un ejemplo, pero al mismo tiempo estar problematizando permanentemente las redes sociales, las nuevas mediatizaciones, sin demasiado conflicto al interior de sus cuerpos teóricos. Además, estas transformaciones se siguieron con un aumento de proyectos de investigación. Hoy en día superamos en proyectos de investigación a la carrera de Sociología que es la carrera histórica y más tradicional de la Facultad. Es decir, que se ha generado una política de investigación muy fuerte y, a su vez, muy diversa teóricamente. Otro síntoma de este reajuste a las transformaciones que se están dando en el sistema de medios es el cambio de Plan de Estudios de la Carrera.

¿De qué manera procesa estos cambios el nuevo Plan?

Yo creo que una de las cosas más interesantes que tiene el Plan nuevo es que cambia el modo de mirar la formación en la disciplina. El Plan original pensaba por subdisciplinas dentro del campo: educación, comunicación comunitaria, políticas de

comunicación, periodismo y publicidad. El nuevo plan en cambio piensa por prácticas. Se divide una gran esfera de producción, una gran esfera de intervención y una gran esfera de investigación. Entonces no importa si la producción es publicitaria, periodística o de comunicación política. El tipo de producción lo termina definiendo en su práctica el alumno. En el Plan original, la orientación de comunitarias, era excluyente de la orientación de publicidad. Quien hacía la orientación de publicidad no tenía ningún contenido de comunitaria, y viceversa. El problema es que los medios comunitarios hoy, en un encuadre que los legaliza, necesitan vender publicidad y poder pensar herramientas que generen ingresos y que hagan atractivos esos medios. Y lo mismo vale para las otras prácticas, el nuevo Plan te permite combinar políticas públicas con educación, porque educación también es parte de una política pública. En el esquema anterior estaban separados. Y la otra esfera que se vincula es la de investigación. Primero que en el Plan original la investigación como tal no era concebida, era un plan de estudio pensado en profesionales de inserción en el mercado laboral, lo cual está bien, lo seguiremos haciendo, pero a su vez tenemos un campo de desarrollo como ciencia social importantísimo. Entonces es necesario contemplar la investigación como una parte constitutiva de la carrera. Este nuevo plan no sólo la contempla, sino que hace algo que tiene que ver con esto que hablábamos antes que es dentro de ese universo, de esa esfera de la investigación, el estudiante puede combinar marcos teóricos de la economía política, con marcos de la semiótica o marcos del análisis de discurso en otras perspectivas, o de manejo estadístico y de opinión pública. Es decir, hay una posibilidad de combinación dentro de la investigación que no soporta exclusiones. Lo cual creo que también es parte de la maduración del campo que permite que la utilización de cierta perspectiva no sea excluyente de otras.

Se da una combinación de recorridos acompañando una convergencia mediática y profesional, porque ahora el periodista debe saber escribir una nota, debe saber sacar la fotografía que la acompaña, grabar el audio para enviarlo a la radio, editar lo que pueda filmar, etc.

Eso tiene un riesgo que no hay que perder de vista que es la polivalencia funcional no remunerada. El Plan intenta ofrecer la posibilidad de hacer un recorrido teórico y práctico que acompañe la convergencia del hacer y el pensar la comunicación mediática actual. Y ofrece, también, una mayor flexibilidad en el desarrollo de ese recorrido a lo que se suma la presencia de prácticas. En distintos momentos y niveles de la cursada, los alumnos tienen la obligación realizar una cantidad de horas de práctica que deben ser acreditadas. Las pueden hacer en espacios dentro de la institución o espacios que estén asociados o tengan convenios con la facultad. El modelo lo tomamos de la carrera de Trabajo Social que tiene centros de prácticas en instituciones de las más diversas de la Ciudad de Buenos Aires y el conurbano. Dentro de la facultad arrancamos con dos espacios para prácticas profesionales que son *Planeta Sociales*, que es una radio web, y *Anccom*, que es una agencia de noticias de la carrera con un portal virtual de renovación semanal donde se producen noticias y se realiza una difusión fuerte en redes sociales. En el caso de la agencia está conformada por equipos de estudiantes practicantes coordinados por docentes en tres áreas: redacción, reporteros gráficos y redes. *Planeta Sociales*, la radio web, también está conformada por equipos de estudiantes coordinados por un docente, con programas propuestos por los mismos docentes a los cuales los estudiantes se inscribieron. Un grupo está vinculado a la ficción radial, otro al formato magazine o noticioso, y así a distintos tipos de formatos. Estas dos iniciativas se gestaron en 2014 y se pusieron en marcha este año. La idea es poder poner en marcha el año que viene las prácticas en formato audiovisual, aunque ya se

han hecho algunos breves informes audiovisuales para la agencia de noticias, como cubrir las tomas de colegios secundarios o la situación del pueblo de Lujan después de las inundaciones. La idea el año que viene consolidar un formato audiovisual que no necesariamente tenga que estar vinculado a la agencia. Y lo otro que tenemos ganas de poner en marcha es un espacio de prácticas vinculadas a la publicidad. Yo creo particularmente que la orientación de publicidad, que es la orientación de mayor cantidad de inscriptos de la carrera, no ha tenido a lo largo de los años la atención necesaria. En muchos casos por prejuicio de algunos de los actores de la carrera, ya que desde una mirada sobreideologizada sería la orientación que se dedica a vender mercancías, cuando, en buena parte de la carrera, lo que hacemos es cuestionar el concepto de la comunicación como mercancía. Entonces generalmente se ha obviado la importancia de la orientación. En este sentido, creo que debemos repensar el tema porque tiene un rol importantísimo para la carrera y nuestros egresados son muy exitosos en el mercado profesional porque no tienen sencillamente una formación de herramientas de marketing sino que eso va acompañado de una sólida formación teórica. Y nosotros que los formamos normalmente no atendemos lo suficiente a esa zona. Entonces ahí estamos trabajando no sólo la posibilidad de desarrollar las prácticas el año que viene, sino la idea de desarrollar algunos posgrados porque la facultad tiene una cantidad de maestrías, especializaciones y ninguna está vinculada al mundo publicitario. Ahí también hay una demanda de los propios actores y vamos a ver si podemos, en lo que viene, cumplir de algún modo con eso.

¿Actualmente participás de algún proyecto de investigación?

Codirijo un proyecto UBACyT con Damián Loreti sobre cambios normativos y jurisprudenciales del derecho a la comunicación especialmente en

Latinoamérica. Trabajamos sobre la legislación de Internet, pero también todo lo que tiene que ver con la regulación de los medios tradicionales y las recomendaciones a nivel supra nacional desde organismos como las relatorías de libertad de expresión (OEA - ONU), el sistema interamericano de derechos humanos, y luego las propias transformaciones de los distintos sistemas en la región.

¿Encontraron algún tipo de regularidad a nivel regional sobre el derecho a la información?

Sí, hay una cantidad de experiencias comunes que se pueden identificar de cambios regulatorios, particularmente en Latinoamérica, con puntos en común. Claro que cada país tiene su propia dinámica y en esto también hay intereses geopolíticos mundiales que tercian de un modo u otro, pero tuvimos cambios normativos en Venezuela, Argentina, Uruguay, Ecuador, Bolivia, México y algunos cambios parciales en Chile. En el caso de Brasil hubo una normativa más vinculada con libertad de expresión de Internet, temas de seguridad, intermediarios y demás. No logró Brasil avanzar todavía, a pesar que lo viene discutiendo hace muchos años, en la regulación de sus servicios audiovisuales. Pero si logró avanzar en una de las regulaciones más interesantes sobre temas de Internet que se hayan gestado hasta ahora que es el Marco Civil. Entonces hay una cantidad de cambios en curso y, por supuesto, distintas apreciaciones sobre las aplicaciones de esas normas.

¿La aparición de Internet produjo un acomodamiento de las normas?

Sobre Internet no hay demasiada regulación, más bien hay regulaciones muy escasas y es un tema controversial si debe haber más regulación o no. En Argentina, seguimos un parámetro que estableció hace unos años la Unión Europea, donde al momento de determinar una directiva de televisión de la Unión, en realidad una actualización de una normativa anterior de televisión que se

llamaba *Televisión sin Fronteras*, resolvió la caracterización de servicios de comunicación audiovisual, como un servicio donde el Estado tiene potestad de regulación sobre la base del tipo de servicio y los contenidos y no sobre la cualidad del soporte. Entonces, ¿qué dicen los europeos?: “no discutimos televisión y el rol de Estado por el uso del espectro radioeléctrico, como era antiguamente sino que consideramos que el Estado tiene la potestad y obligación de intervenir cuando se trata de servicios en continuidad, en un formato de grilla de transformación, de carácter audiovisual y que conjugan, de alguna manera, los sentidos, la memoria, el lenguaje de una sociedad”. Desde esta perspectiva, no intervendrá el Estado, o por lo menos no en el mismo tipo de regulación, cuando se trata de servicios de carácter *on demand* o por catálogo. Si hay un formato de programación en continuidad, debe ser regulado por las normas de las leyes de servicio de comunicación audiovisual. Esa es la regulación que hace la Unión Europea en 2007 y es la que recoge en 2009 Argentina para su ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Y es la que recoge Uruguay siguiendo los pasos de la legislación Argentina. Ese es el parámetro que se ha tomado, entonces lo que se regula es el servicio, no el soporte. Internet como soporte no tiene regulación. Lo que existen son algunas regulaciones anteriores que dicen que el tratamiento de la información en Internet debe reconocerse en los marcos del ejercicio de libertad de expresión en los términos garantizados por los tratados de derechos humanos que Argentina ha suscripto. Y también existen algunas regulaciones nuevas, más o menos interesantes que tienen que ver con, por ejemplo, Argentina Digital, una norma que se aprobó a finales del año pasado, que caracteriza la idea de neutralidad de redes, algo que ya había legislado Chile de una manera bastante pionera. Luego Brasil en el citado Marco Civil y finalmente nuestro país con la ley Argentina Digital, que lo

que establece es que no puede haber categorías de usuarios ni de calidad de servicio sobre la base del tipo de consumo. Es decir, no puede haber un servicio de primera y un servicio de segunda en el acceso a la red Internet, sino que el servicio debería garantizarse en condiciones óptimas para todos los usuarios. Sea un usuario de demanda intensa de contenidos que se bajan por la red o sea un usuario que no baja habitualmente contenidos, las empresas de telecomunicaciones no deberían brindar diferente calidad de servicio. Eso es, de alguna manera y para explicarlo en forma coloquial, la idea de neutralidad de red y eso fue reafirmado en algunas normas hasta ahora. De todas formas, luego el Estado debería monitorear la aplicación de estas normas y resulta bastante complicado. Pero es un avance, por lo pronto, que se haya legislado en ese sentido. Ahora, hay otros temas vinculados a la producción de contenidos donde hay una intensa discusión si se debe avanzar o no en una legislación y muchas veces se avanza a través de definiciones jurisprudenciales. Por ejemplo, el año pasado hubo una causa de un modelo, Belén Rodríguez contra Google y Yahoo por el modo en que aparecía su nombre vinculado con sitios pornográficos. La Corte Suprema Argentina en un fallo importante determinó los alcances de las responsabilidades en el caso de los buscadores y eso significó una definición fuerte por la vía jurisprudencial y no necesariamente por la vía de una nueva norma.

Pero de manera general, prevalece la desregulación en nuestro país, ¿no?

Sí, es un tema de mucha discusión si debe mantenerse Internet en un esquema mayormente desregulado como hasta ahora o si debe avanzar en una regulación. Es un problema muy complejo porque una desregulación como la que existe actualmente vulnera derechos pero, al mismo tiempo, hay aspectos en los cuales es peligroso avan-

zar sobre una regulación porque puede cercenar otros derechos. Particularmente, los que tienen que ver con libertad de expresión o acceso a la información. Hay un artículo que publicamos con otros colegas sobre un concepto que es el *Derecho al Olvido*, que refiere justamente a algunas de estas regulaciones que se están dando en Europa por ejemplo, que cercenan o permiten cierta prerrogativas a los usuarios y, de alguna manera, vulneran derechos de otros. Un ejemplo es la posibilidad de que esté publicada cierta información histórica de algunas personas o no. Por un lado, uno tiene derecho a pedir que se elimine esa información histórica. A esto se lo ha denominado *Derecho al Olvido*, la jurisprudencia europea ha determinado que es un derecho de las personas el pedir que se elimine información desactualizada, pero hay otra perspectiva que dice que hay derecho a saber que esta persona fue un deudor y luego saldó su hipoteca. Es correcto que no figure que es deudor actualmente, pero también es correcto que figure en la historia que fue deudor y luego saldó su deuda. Ahí respecto al tema de la información hay puntos que pueden ser muy controversiales. También hay otros aspectos en los cuales si no se regula nada, se vulneran derechos por ejemplo de los trabajadores locales. Porque en ciertos usos de la venta de servicios audiovisuales por demanda (OTT), se desarrollan empresas que no tienen bases en países donde brindan sus servicios, con lo cual tienen ventajas competitivas sobre otras empresas que utilizan mano de obra local. Así, aparecen contradicciones normativas donde la falta de regulación beneficia a un tipo de actor económico que son las grandes corporaciones de Estados Unidos y perjudican a las empresas de los países donde ofrecen sus productos. Por otra parte, los usuarios al aceptar las condiciones de contratación aceptan que en caso de tener algún reclamo se van a tener que dirigir a los tribunales de Pasadena, en Estados Unidos.

Y no es justo que actividades comerciales desarrolladas en Argentina litiguen en tribunales de Estados Unidos, porque ninguna persona “de a pie” tiene capacidad para afrontar un estudio jurídico en otro país. Entonces lo que hace es resignar sus derechos. Entonces eso tampoco es correcto. En Internet interviene tal cantidad de elementos que no puede hablarse solamente de regular o no, sino que hay que ver, punto por punto, qué regular y que no. Es un soporte completamente nuevo, que tiene todo tipo de contenido y secciones de carácter cultural o informativo. Y cada una de esas prácticas, servicios o acciones tienen características distintas y lo que hay que ver no es tanto el soporte sino el tipo de práctica, el tipo de bien del cual se está hablando, o el tipo de servicio que se está brindando. Y ahí, yo soy partidario, y esto es una visión personal, de defender la soberanía regulatoria de los países. Los procesos de globalización han minado la capacidad regulatoria de los países, y yo creo que sobre eso hay beneficiados y perjudicados. Entonces creo que la soberanía regulatoria de los países debería resguardarse lo más posible.

Siempre terminamos las entrevistas pidiendo alguna recomendación de algún libro que hayas leído.

Lo último que estoy leyendo es de un profesor español, Manuel Chaparro, que se llama *Medios de Proximidad. Participación y políticas públicas*. Es una compilación de artículos de profesores españoles y argentinos que escriben sobre los medios locales, medios comunitarios y los modos de aplicar indicadores de pluralidad y calidad en los medios o los sistemas mediáticos. Y la verdad que está muy interesante. No sé si se consigue acá, pero me lo han hecho llegar por otros profesores en este contrabando permanente de libros que vamos haciendo por el mundo.

