

## **Hacia una agenda académica y política de la comunicación en el MERCOSUR**

**Gabriel Kaplún** [gkaplun@chasque.net](mailto:gkaplun@chasque.net)

Universidad de la República – Uruguay

### *Resumen:*

El texto comienza recordando el camino recorrido en el último cuarto de siglo en torno al tema de las políticas de comunicación en América Latina. Propone luego una agenda para la investigación comparada de políticas de comunicación en el MERCOSUR sobre la base de tres sectores: público-estatal, privado-comercial y social-comunitario. Plantea finalmente seis áreas posibles de coordinación de políticas a corto plazo: producción y distribución audiovisual, nuevas tecnologías y convergencia digital, formación de comunicadores, movimientos ciudadanos, legislación y estructuras institucionales, derechos de propiedad intelectual y comercio mundial.

*Palabras clave: Políticas de comunicación; MERCOSUR; Investigación*

### **De McBride a McDonald's**

En 1980 la Conferencia General de la UNESCO aprobó el llamado “Informe McBride”, que proponía la construcción de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, más democrático e igualitario. El informe recogía los esfuerzos que por más de una década, pero especialmente en los años 70, había hecho un conjunto de personas e instituciones en esta dirección<sup>1</sup>.

El establecimiento de políticas nacionales de comunicación y los acuerdos internacionales en la materia eran centrales para que ese nuevo orden pudiera avanzar. Pero el Informe McBride llegaba casi al mismo tiempo en que una ola desreguladora se extendiera por el mundo, al impulso de la peculiar alianza entre parte del pensamiento liberal y parte del conservador bajo el llamado neoliberalismo. La idea misma de “políticas de comunicación” resultaba impensable para esta corriente ahora dominante.

---

<sup>1</sup> Uno de los antecedentes más importantes fue la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación, patrocinada por la UNESCO, que se realizó en Costa Rica en 1976.

Para el neoliberalismo la mejor política es, en todo caso, la que no existe, en el sentido de intervención estatal reguladora de cualquier tipo, intervención que siempre produciría efectos indeseables sobre el mercado, mecanismo regulador ideal en tanto premia a los eficientes y castiga a los ineficientes. En verdad el desarrollo del “libre mercado” ha requerido siempre de fuertes intervenciones estatales más o menos encubiertas<sup>2</sup>, sólo que con una dirección diferente a la planteada por los modelos desarrollistas neokeinesianos y también por los modelos de planificación socialistas. Una intervención que crea y mantiene el marco adecuado para que la empresa privada – y especialmente la gran empresa- realice sus ganancias.

En el campo comunicacional latinoamericano tales postulados vinieron a reforzar una tendencia ya presente históricamente. A diferencia del caso europeo, por ejemplo, donde se desarrollaron sistemas de radiodifusión de servicio público -financiados con fondos públicos-, la mayor parte de los países latinoamericanos adoptaron un modelo de radiodifusión similar al estadounidense, protagonizado por el sector privado-comercial financiado por la publicidad, con una presencia menor y subsidiaria de medios público-estatales. No hubo tampoco una reserva de espectro para emisoras de tipo comunitario o educativo, como sí ha sido habitual en muchos países con este modelo<sup>3</sup>. Algunos intentos de cambiar este modelo (Chile, Perú, México, Venezuela), fracasaron en los 70 y comienzos de los 80. La desregulación neoliberal dejó finalmente el campo libre para que los medios de comunicación fueran principalmente comerciales en América Latina y para que la concentración de la propiedad en grandes empresas multimedia fuera la tónica dominante hasta hoy (Mastrini et. all. 1999 y 2001, Alborno 2000). La redemocratización política de mediados de los 80 estuvo entonces lejos de ser acompañada de una democratización de la comunicación latinoamericana.

Tras el derrumbe del campo socialista el impulso desregulador fue aún más intenso, aunque en verdad en lo que a sistemas de medios refiere no había mucho más que hacer en América Latina y el modelo comercial pareció ser, definitivamente, el “natural”, el único posible. Los intentos por fortalecer medios público-estatales que asomaron al comienzo de la etapa de redemocratización fueron ahogados rápidamente y la llegada de

---

<sup>2</sup> John Gray (1998) muestra esto con claridad para el paradigmático caso inglés. Sin la transformación de la tierra común en propiedad privada, por ejemplo, los campesinos no se hubieran convertido espontáneamente en obreros. Y esta transformación del mundo rural no hubiera sido posible sin una fuerte intervención estatal.

<sup>3</sup> Así por ejemplo la Broadcasting Act de Canadá (1991) <http://laws.justice.gc.ca/en/B-9.01/8444.html>

nuevas tecnologías como el cable en general se limitaron a ofrecer más de lo mismo, en una especie de macdonalización cultural. Para que esto sucediera en algunos casos fue necesaria una fuerte intervención estatal<sup>4</sup>, sin que la visible contradicción con el discurso de la libre competencia pareciera incomodar.

Según alguno de sus propios impulsores, el NOMIC fue una idea principalmente promovida por un conjunto de expertos pero careció de apoyos significativos de movimientos sociales y políticos, lo que podría explicar en parte su fracaso (Beltrán 1999). En verdad el debate sobre un nuevo orden mundial de la información y la comunicación no llegó nunca a ser importante tampoco en el campo académico, al menos en el caso latinoamericano. Más aún, en este terreno desde mediados de los 80 adquirieron creciente protagonismo corrientes críticas respecto a la propia crítica en la que se basaba el NOMIC. Sin negar que muchos cambios fueran necesarios en las estructuras de comunicación, se cuestionó la visión que atribuía a los medios un poder absoluto y externo a la gente, para mostrar la red de mediaciones que establecen un pacto implícito entre la gente y los medios. Así por ejemplo la telenovela latinoamericana no era sólo un mensaje alienante de los medios hacia la población sino también un vehículo para que las narrativas populares ingresaran al espacio masivo (Martín Barbero 1987). La década de los 90 encontrará al espacio académico latinoamericano más preocupado por comprender estas tramas de la comunicación y la cultura, pero mucho menos por retomar el tema de las políticas de comunicación, que quedó casi abandonado como área de investigación y debate.

Pero también la década de los 90 mostrará la emergencia, en muchos países latinoamericanos, de un movimiento creciente de medios de carácter comunitario, generalmente de pequeño alcance y en muchos casos en situaciones de semilegalidad, cuando no directamente perseguidos (Cfr Bouissa, Curuchet y Orcajo 1998). Este movimiento recoge en buena medida una tradición latinoamericana de comunicación alternativa o comunicación popular, que buscó acompañar la crítica al sistema vigente de medios con la creación de una alternativa propia para los movimientos populares. Simultáneamente el tema de la democratización de la comunicación en general empieza

---

<sup>4</sup> Como en el caso de Uruguay, que condujo a que la mayor parte del paquete del cable fuera otorgado en exclusividad al mismo oligopolio que ya controlaba la televisión abierta. (cfr García Rubio 1994 y 1998)

a ocupar un lugar en la agenda de los movimientos sociales que, a nivel global, cuestionan ahora la hegemonía del pensamiento neoliberal<sup>5</sup>.

### **Ideas para una agenda de investigación**

A mi juicio a esta altura resulta imprescindible que el campo académico de la comunicación retome también con fuerza el debate sobre las políticas de comunicación. Integrando tanto los aportes de una mayor comprensión de las tramas culturales como la mirada atenta a los procesos de globalización o la reflexión sobre el impacto de las nuevas tecnologías, debemos recuperar también nuestra capacidad de aportar a la transformación concreta de sistemas de comunicación profundamente injustos y básicamente poco democráticos. Un aporte que pasa, a mi entender, por fortalecer nuestra capacidad de comprensión de las realidades comunicacionales pero, al mismo tiempo, por ligar esta capacidad a la elaboración de propuestas. Esto último no corresponde sólo ni tanto al campo académico como al social y al político –como tal vez no tuvieron suficientemente en cuenta los impulsores del NOMIC-, lo que nos obliga a vincularnos de modos creativos a otros actores, sin perder la imprescindible independencia del trabajo académico.

Para un objetivo de este tipo la propia agenda de investigación debe ser parte del debate. Los temas que se priorizan y la forma de investigarlos son una cuestión clave si queremos incidir nuevamente en la construcción de políticas públicas de comunicación. Políticas que, a mi juicio, hoy menos que nunca pueden ser únicamente nacionales. En este sentido un lugar importante debe ocuparlo la construcción de políticas regionales, que pueden ser un espacio efectivo de acumulación de fuerzas para la construcción de alternativas económicas, políticas, sociales y culturales. Que el MERCOSUR haya sido hasta el momento principalmente un área de libre comercio –cuyo avance ha sido

---

<sup>5</sup> El tema aparece por ejemplo con insistencia en la expresión global de los movimientos sociales en el Foro Social Mundial (FSM), desde su primera edición. En 2002 se propuso además la creación del Media Watch Global (MWG) u Observatorio Internacional de Medios de Comunicación, lanzado oficialmente en la tercera edición del FSM en 2003. [www.monde-diplomatique.es/2003/01/oimc.html](http://www.monde-diplomatique.es/2003/01/oimc.html). Movimientos nacionales se han ido también conformando específicamente en torno a la lucha por la democratización de la comunicación en distintos países. Un ejemplo es el Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação de Brasil, creado en 1994 y que, entre otras cosas bregó durante 14 años por la instalación del Conselho de Comunicação Social, un organismo auxiliar del Congreso Nacional previsto en la Constitución Federal y reglamentado por Ley en 1991, pero recién instalado realmente en 2002 (cfr. [www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)). Diversas organizaciones de la sociedad civil han participado activamente también en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, en Ginebra en 2003.

además muy irregular- no niega la necesidad de construir también un espacio social y cultural regional. De ello dependerá en buena medida que la construcción del MERCOSUR sea favorable a la construcción de sociedades más democráticas. Democratizar la comunicación en nuestros países requiere en buena medida acciones regionales que construyan políticas articuladas en este terreno, capaces de plantear alternativas eficaces a la homogeneización cultural. Que las imágenes que podamos ver y los sonidos que podamos oír incluyan la riqueza y diversidad de los múltiples actores sociales y espacios locales que nos habitan y que solemos desconocer, es un paso en ese sentido.

En los últimos años se ha avanzado de modos desiguales en la investigación sobre la realidad comunicacional de nuestros países. Algunos estudios brindan una mirada general a las industrias culturales locales (Stolovich et. all. 2002), otros se concentran en el sistema de medios y las políticas de comunicación (Bolaño 2003) o se focalizan en problemas específicos como la concentración de medios (Mastrini et all. 1991, 2001). Sin duda todos estos estudios proporcionan una base importante para pensar alternativas. Pero elaborar tales alternativas en el terreno concreto puede requerir de nuevas investigaciones, que muestren la viabilidad de los objetivos propuestos y afinen nuestro conocimiento de la realidad comunicacional local y regional. Como diría Habermas (1982) es imposible separar conocimiento e interés. Y lo que quizás no ha estado del todo claro hasta ahora es hacia qué interés, hacia qué objetivos de acción orientamos nuestra investigación. Producir conocimientos para qué sería la cuestión (cfr. Lander 2000).

Quiero proponer entonces, como elemento para el debate, algunos objetivos centrales de la democratización de la comunicación en la región hoy, entendiendo por tal tanto la posibilidad de un acceso más amplio a información y productos culturales de calidad como la posibilidad efectiva de expresión por parte de una mucho mayor diversidad de actores, voces y miradas. A mi juicio los objetivos centrales podrían enumerarse del siguiente modo:

1. **Recrear y fortalecer los actores público-estatales.** Ello pasa tanto por los sistemas de regulación y diseño de políticas como por los medios de

comunicación públicos, que no deben ser confundidos, como frecuentemente ha ocurrido, con medios gubernamentales u oficialistas.

2. **Disminuir la concentración de medios en el sector privado-comercial y estimular la calidad de sus contenidos.** Lo primero sin duda es lo más difícil, porque implica revertir situaciones establecidas y difíciles de atacar sin altos riesgos políticos, pero es posible plantearse medidas progresivas que apunten en este sentido y, al menos, evitar que los niveles actuales de concentración aumenten. Lo segundo debe distinguirse claramente de cualquier mecanismo de censura, priorizando mecanismos de estímulo y autorregulación.
  
3. **Promover la emergencia y el fortalecimiento del sector social-comunitario.** Es decir, legitimar y estimular la existencia de un sector privado no comercial, sin fines de lucro, ligado tanto a los movimientos sociales como a las instituciones específicas educativas y culturales. Este sector ya existe en nuestros países, pero su desarrollo parece ser aún débil por trabas legales, presiones del sector privado-comercial y limitaciones propias que no han sabido superar. También es importante en esta dirección -de ampliación de actores y diversidad cultural- promover una mayor presencia, tanto en este espacio como en los dos anteriores, de la producción local y regional independiente de calidad.
  
4. **Promover una participación creciente de la ciudadanía en las decisiones sobre el tema a todos los niveles.** Ello pasa por un conjunto de acciones que van desde la educación para la recepción crítica de los medios a las veedurías ciudadanas, la participación en los organismos de diseño de políticas y en la gestión de los medios públicos.<sup>6</sup>

En síntesis: procurar un nuevo equilibrio entre el sector público-estatal, el sector privado comercial y el sector social-comunitario, fortaleciendo el primero y el último e

---

<sup>6</sup> Experiencias de veedurías ciudadanas comienzan a desarrollarse en Argentina por iniciativa de varias universidades públicas (Universidad de Buenos Aires, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Nacional de Quilmes). En Uruguay se está organizando un Foro de Participación y Comunicación Ciudadana. En Brasil existe desde 1994 el ya mencionado FNFC. Para la participación en el diseño de políticas uno de los mecanismos posibles es el de los consejos consultivos, al estilo del Conselho de Comunicação Social de Brasil, también mencionado. Para la participación en la gestión de medios públicos hay propuestas similares, por ejemplo la elaborada para Argentina por ADC (2004).

incrementando las posibilidades de participación de la ciudadanía en la construcción de las políticas de comunicación.

Obviamente no pretendo que estos cuatro objetivos sean compartidos sin debate. Es para el debate precisamente que los propongo. Cualquiera de ellos requiere además de una mucho mayor explicitación que la que puedo desarrollar aquí. Mi interés en esta breve enumeración se debe a que, al mismo tiempo que esboza lo que pueden ser las direcciones principales de la transformación deseable y viable de la actual realidad comunicacional de nuestros países, es también útil para diseñar una agenda de investigación que apoye el diseño de políticas para esta transformación.

Si estos objetivos fueran compartidos la agenda de investigación sobre los sistemas de comunicación nacionales deberían combinar los mapeos por medios (radio, prensa escrita, televisión, NTICs, etc.) con los mapeos por sectores según el tipo de propiedad y finalidad: público-estatal, social-comunitario y privado-comercial, con un capítulo especial para la producción independiente. Sin negar la necesidad y el valor de los estudios por medios, resulta clave identificar la situación global de cada sector, porque ello permitirá identificar las acciones de regulación y estímulo necesarias para avanzar hacia los objetivos mencionados.

A vía de ejemplo podemos mencionar preguntas de investigación como las siguientes, a desarrollar en cada contexto nacional y en estudios comparados:

- ¿Qué desarrollo han tenido los medios público estatales y con qué características? ¿Se trata de sistemas integrados nacionales, descentralizados territorialmente o combinados? ¿Cómo se financian? ¿Cómo se gestionan? ¿Quién y cómo designa a sus directivos? ¿Cuáles son sus contenidos y su calidad técnica? ¿Qué audiencias tienen?
- ¿Cuáles son los organismos que diseñan las políticas de comunicación? ¿Cuáles los encargados de la regulación y el control? ¿En qué nivel del Estado se encuentran (ministerial, etc.), con qué dependencia de los gobiernos, con qué controles parlamentarios y ciudadanos? ¿Qué legislación existe en la materia, sobre qué áreas y con qué características?

- ¿Cuáles son los niveles de concentración de propiedad de los medios? ¿Qué regulaciones existen en este sentido y qué tendencias en materia de concentración pueden preverse si no operan nuevas regulaciones? ¿Qué presencia tienen los diversos actores sociales y los contenidos locales de calidad? ¿Qué niveles de independencia tienen los trabajadores de los medios para realizar su tarea?
- ¿Qué desarrollo han tenido los medios sociales, comunitarios y educativos sin fines de lucro? ¿En qué medios y en qué áreas geográficas y espacios sociales? ¿Cómo es la calidad de sus contenidos? ¿Con qué audiencias cuentan? ¿Qué trabas legales o políticas existen para su desarrollo?
- ¿Qué presencia tiene el tema de las políticas de comunicación en la agenda ciudadana, en las propuestas de los movimientos sociales y políticos? ¿Qué grados de satisfacción existen con el actual sistema de medios?
- ¿Qué programas de educación para la comunicación y para la recepción crítica existen a nivel formal y no formal? ¿Qué resultados e impactos han tenido?
- ¿Qué experiencias autónomas de participación ciudadana en relación a los medios se han desarrollado (veedurías, observatorios, etc.)? ¿Qué mecanismos a nivel estatal existen (defensorías, consejos consultivos, etc.)? ¿Con qué resultados?

Como se ve se trata de preguntas de investigación orientadas precisamente a saber más en aquellas áreas que se estima requieren transformaciones. Sin duda para muchas de ellas existen respuestas dispersas en un conjunto de investigaciones ya realizadas. Para otras será necesario realizar nuevos estudios. No se trata en muchos casos de preguntas nuevas sino de una forma de articularlas de modo tal que resulten útiles para construir políticas de comunicación en una dirección transformadora.

Lo ideal sería que una agenda de este tipo fuera acordada a nivel regional entre un conjunto de instituciones e investigadores y en diálogo con los movimientos sociales y políticos capaces de impulsar las transformaciones mencionadas, debatiendo

continuamente con ellos los avances y resultados. Ello haría posible por un lado las comparaciones entre realidades nacionales diversas y facilitar la construcción de políticas comunes coordinadas.

### **Seis áreas específicas para la coordinación regional a corto plazo**

La respuesta a las preguntas anteriores debería ayudar a identificar áreas en que resulta útil y necesario coordinar esfuerzos entre los países de la región. Quisiera con todo adelantar algunos temas específicos en los que, a mi juicio, sería útil desde ya trabajar a nivel de políticas, pero donde también serán necesarios apoyos de investigación.

1. **Producción y distribución audiovisual.** Las industrias cinematográficas nacionales han pasado por diversos desarrollos en cada país, variando principalmente de acuerdo a los estímulos estatales recibidos<sup>7</sup>. Un desarrollo propio en esta área parece imprescindible en términos de desarrollo cultural: verse a sí mismo en pantalla chica o en pantalla grande es un modo de encontrarse y recrear identidades. La ausencia mayor o menor de esta imagen afecta nuestras posibilidades de pensarnos y de ser. Las políticas de estímulo y protección son entonces imprescindibles. Para los países más pequeños de la región es muy difícil que la industria audiovisual adquiera un desarrollo importante basándose sólo en su audiencia local. Y aún para los grandes es difícil oponer resistencias a las agresivas políticas comerciales de distribución de las multinacionales de audiovisual<sup>8</sup>. Ambos elementos sugieren la conveniencia de articulaciones regionales de coproducción y, sobre todo, de distribución conjunta, que asegure a la producción audiovisual de la región un lugar importantes en las pantallas de nuestros países.

---

<sup>7</sup> Los institutos nacionales de apoyo al cine y los fondos de subsidio o estímulo han sido siempre claves en este sentido. Incluso en un país pequeño como Uruguay este mecanismo, aun con montos de apoyo ínfimos, ha logrado impactos notables. Así por ejemplo no se producían más de 5 o 6 películas por año antes de la instauración de este tipo de mecanismos a mediados de los 90 (Fondo para el Fomento de la Producción Audiovisual Nacional, etc.), pasando a más de 20 anuales en la actualidad (cfr. Stolovich et. al 2002:186).

<sup>8</sup> Esto incluye por ejemplo la imposición de paquetes de distribución, que obligan a exhibir un conjunto de películas de dudosa calidad junto a una película "importante". Este mecanismo, aplicado también en televisión, achica aún más los espacios que podría tener el cine nacional y regional, a cambio de una oferta que no se justificaría ni siquiera desde el punto de vista comercial en un mercado realmente "libre".

2. **Nuevas tecnologías de la información y la comunicación.** La velocidad de desarrollo del sector, su impacto creciente en muy diversas áreas requiere de urgentes decisiones políticas. Pero la eficacia y la viabilidad de tales decisiones será mayor si los países de la región logran coordinarlas, porque las presiones de las empresas multinacionales del sector son muy fuertes. Esto incluye cuestiones tales como la adopción de software libre en los organismos de gobierno o la protección y estímulo a las industrias locales de software y hardware. También el problema de la llamada convergencia digital entre telemática e industria audiovisual debe ser estudiado con atención, sobre todo porque puede implicar adoptar patrones tecnológicos que nos vuelvan aún más dependientes en este terreno y porque los cambios en los sistemas de medios de comunicación que pueden provocar deben ser evaluados previamente con cuidado. Pueden ser tanto una oportunidad de mejora abriendo el espectro a una mayor diversidad cultural y social como una amenaza de nuevos procesos de concentración excluyente.<sup>9</sup>
  
3. **Formación de comunicadores.** Aquí cabe una especial responsabilidad a las instituciones universitarias. A nivel del MERCOSUR ya se ha comenzado con procesos de evaluación, acreditación y reconocimientos mutuos para algunas carreras universitarias. Puede ser bien útil que las facultades y escuelas de comunicación pidan ser las próximas en este proceso. Esta puede ser una buena oportunidad para la mejora de la calidad de las formaciones así como para facilitar la movilidad de estudiantes y profesores entre universidades de la región, lo que también enriquecerá la formación y contribuirá al proceso de integración. Puede ser también una oportunidad para construir una agenda común de investigación como la sugerida en este trabajo y para fortalecer las capacidades para llevarla adelante, conociendo y compartiendo los recursos con los que cuentan las distintas universidades, apoyando a las más débiles desde las más consolidadas.

---

<sup>9</sup> Interesante en este sentido resulta un documento elaborado por Néstor Criscio (2003), uno de los integrantes del Consejo Directivo de ANDEBU, la organización que reúne a los empresarios privados de los medios uruguayos. Su planteo, que antepone muchas prevenciones a la implantación de la radio y la televisión digital, puede ser visto como un intento más por no impedir el acceso de nuevos actores al abrirse el espectro, pero contiene sin duda interesantes argumentos tecnológicos y de resguardo de soberanía.

4. **Movimientos ciudadanos por el derecho a la comunicación.** De la emergencia de movimientos ciudadanos en este terreno dependerá en buena medida que objetivos como los propuestos anteriormente puedan avanzar. Porque no basta con la eventual buena voluntad de los gobiernos de la región ni, mucho menos, con el sólo impulso desde la academia, como ya lo mostró el fracaso del NOMIC. Pero el desarrollo de tales movimientos es todavía incipiente o escaso en nuestros países. Conocer las experiencias existentes, aprender de ellas, darla a conocer a otros, organizar acciones y espacios permanentes de debate son tareas que la academia sí puede hacer para contribuir a que estos movimientos tomen fuerza. De hecho las propias universidades pueden formar parte de foros ciudadanos u organizar veedurías, como ya lo muestran algunas experiencias en la región.

Como se ve, estos cuatro puntos son, nuevamente, temas de investigación y temas para la acción. En este caso acciones que, a mi juicio, es posible y conveniente coordinar a nivel de regional a corto plazo<sup>10</sup>.

Finalmente quiero proponer otros dos temas para esta agenda de coordinación inmediata para la investigación y la acción, pero que tienen un nivel de complejidad mayor. El primero requiere de coordinación intraregional; el segundo apunta a la coordinación de las políticas del MERCOSUR ante el resto del mundo.

5. **Legislación y estructuras institucionales.** Ya adelantamos en la primera parte algunas preguntas de investigación al respecto. Avanzar más rápidamente en este terreno puede ser decisivo para la construcción misma de políticas comunes. El hecho de que las arquitecturas institucionales sean muy dispares y la legislación engorrosa hace más difíciles tomar las decisiones adecuadas. A mi modo de ver una imagen ideal de arquitectura institucional debe incluir:
  - a. Organismos de diseño de políticas, de nivel ministerial

---

<sup>10</sup> De hecho entre los Sub Grupos de Trabajo del Grupo Mercado Común del MERCOSUR el N° 1 es, precisamente Comunicaciones. De una mirada sobre el tema puede verse que se ha concentrado principalmente en cuestiones técnicas (especialmente frecuencias). Hay también formalmente creada una Reunión Especializada sobre Comunicación Social, pero que o no ha funcionado o no ha producido o publicado documento alguno. Cfr. [www.mercosr.org.uy](http://www.mercosr.org.uy)

- b. Mecanismos consultivos para el diseño de estas políticas con participación de diversos actores sociales y políticos.
- c. Organismos de control independientes de los gobiernos y designados de acuerdo a idoneidad técnica, con aval parlamentario.

En cuanto a la legislación es importante que apunte en dos sentidos: diversidad cultural y derecho a la comunicación. Verificar si las diversas legislaciones cumplen con el Pacto de Costa Rica en materia de libertad de expresión<sup>11</sup> y ajustar la legislación en tal sentido es un primer paso útil. Entre otras cosas esto facilitaría la caída definitiva de las trabas al desarrollo del sector social-comunitario.

6. **Derechos de propiedad intelectual y comercio mundial.** La batalla en torno a los derechos de propiedad intelectual, que busca convertir todo conocimiento en producto vendible y apropiable por la empresa privada se ha convertido en una de las más duras a nivel de la Organización Mundial del Comercio, los debates sobre el ALCA y todo tipo de acuerdos bi o multilaterales. Lo que está en juego allí es mucho tanto desde el punto de vista económico como cultural. Toda una concepción del mundo que quiere imponerse y enormes negocios que buscan defenderse, aún a costa de impedir el acceso a medicamentos vitales (como ya se debatió en el caso del Sida y de los genéricos), o de apropiarse del saber comunitario indígena en materia agrícola o médica, para venderlo luego a altos costos económicos y ecológicos (Lander 2002). En el campo de la comunicación están en juegos disputas sobre el copyright y el copiado ilegal en la industria audiovisual, musical y del software. Disputa que se presente habitualmente como de defensa de los artistas y autores, pero que suele ser principalmente la defensa de grandes intereses corporativos. Todo indica que el modelo del copyright ha sido desbordado por las nuevas tecnologías que facilitan el copiado y que hay que buscar nuevos modos de retribución del trabajo artístico e intelectual<sup>12</sup>. Estudios serios sobre estos temas y construcción de políticas

---

<sup>11</sup> La Convención Americana sobre Derechos Humanos, conocido como el Pacto de Costa Rica, firmado en 1969, contiene expresas disposiciones sobre libertad de pensamiento y expresión en su artículo 13 y sobre derecho de rectificación o respuesta en el 14. El cumplimiento estricto del artículo 13, por ejemplo, haría caer toda legislación restrictiva contra las emisoras comunitarias que ha abundado en nuestros países, como la de limitar su potencia o directamente impedir su funcionamiento.

<sup>12</sup> Una discusión importante en este sentido se viene dando en torno al concepto de copyleft o anti-copyright. Véase al respecto por ejemplo Azevedo (2004).

comunes resultan hoy imprescindibles si se quiere intervenir a tiempo y con alguna probabilidad de éxito en las negociaciones en este terreno.

Contar con diagnósticos nacionales y comparados de los sistemas de comunicación de la región, debatir los objetivos de transformación necesarios y viables, investigar los temas centrales de tal transformación y avanzar en la coordinación de algunos aspectos específicos vitales constituyen entonces una propuesta de agenda para el trabajo académico sobre políticas de comunicación en el MERCOSUR. ¿Se parece más a un programa político que a un programa académico? Tal vez, pero sólo en tanto lo académico es concebido en términos cerrados y supuestamente neutros. Y no en términos de apertura y diálogo con la sociedad y de compromiso con su transformación. A mi modo de ver la tarea de las ciencias de la comunicación no es, no puede ser solamente el conocimiento de la realidad. En nuestra América Latina y en nuestra región fronteriza su tarea principal es hoy, debe ser, contribuir a democratizar la comunicación. Como se planteó la generación que, hace casi un cuarto de siglo, proponía un nuevo orden mundial de la información y la comunicación.

### Referencias bibliográficas

- ADC (2004) *Una radiodifusión pública para la democracia*. ADC, Buenos Aires.
- Albornoz, Luis (coord.) (2000) *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur* Ediciones Ciccus La Crujía, Buenos Aires.
- Azevedo da Fonseca, André (2004) *Copyleft: a utopia da pane no sistema*. Ponencia en Celacom/Endicom 2004, UMESP, São Paulo.
- Beltrán, Luis Ramiro (1999) *Las Políticas Nacionales de Comunicación son hoy, en el mundo globalizado e internetizado, más necesarias que nunca*. Entrevista de L. A. Malta en Pensamento Comunicacional Latino-Americano, N° 1, Sao Paulo [www.metodista.br/unesco/PCLA](http://www.metodista.br/unesco/PCLA)
- Beltrán, Luis Ramiro (2000) *El Nuevo Orden Internacional de la Información: el sueño en la nevera*. Revista Chasqui N° 70, Quito.
- Bolaño, César (2003) *Políticas de comunicação e economia política das comunicações no Brasil*. Convergencia, regionalização e reforma. (2ª ed.) UFS, Aracaju.
- Bouissa, Alfredo, Curuchet, Eduardo y Orcajo, Oscar (1998) *Las otras radios. Entre legitimidad y legalidad*. Nordan, Montevideo
- Congresso Nacional (2004) *Concentração da mídia. Debates no Conselho de Comunicação Social*. Congresso Nacional, Brasília.
- Criscio, Néstor (2003) *Transición a las nuevas tecnologías digitales para radiodifusión mediante modulación numérica/digital*. En World Electronic Media Forum., Ginebra.

- EPCOM (2001) *14 anos de disputa pela instalação do Conselho de Comunicação Social*. EPCOM, mimeo, Porto Alegre.
- Esteinou, Javier (2004) *El rescate del informe McBride y el Nuevo Orden Mundial de la Información*. Revista Razón y Palabra N° 39, México. [www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/)
- Exeni, José Luis (1998) *Políticas de comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*. Plural Editores, La Paz.
- Faraone, Roque. 1998. *Televisión y Estado*. Cal y Canto, Montevideo.
- FNDC (1994) *Bases de um programa para a democratização da comunicação no Brasil*. [www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)
- Fox, Elizabeth (1988) *La política de reforma de la comunicación en América Latina*. En Dia-logos de la Comunicación N° 21. Felafacs, Lima.
- García Rubio, Carlos (1994). *Lo que el cable nos dejó. Televisión para abonados, comunicación y democracia en el Uruguay*. Productora Editorial, Montevideo.
- García Rubio, Carlos (1998). *El Uruguay cableado. Actualidad de la televisión de pago*. Zeitgeist, Montevideo.
- Gray, J. (1998) *False dawn. The Delusions of Global Capitalism*. The New Press. New York.
- Habermas, Jürgen (1982) *Conocimiento e interés*. Ed. Taurus, Madrid.
- Lander, E. (2002) *Los derechos de propiedad intelectual en la geopolítica del saber de la sociedad global*. En Walsh et. all *Indisciplinar las ciencias sociales. Geopolíticas del conocimientos y colonialidad del poder*. Abya Yala – UASB, Quito.
- Lander, Edgardo (2000) *¿Conocimiento para qué?, ¿conocimiento para quién? Reflexiones sobre la geopolítica de los saberes hegemónicos*. En *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, vol. 6, número 2, págs. 53-72, Caracas.
- Martín Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2001) *Cincuenta años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala*. En *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Comunicación Social, Sevilla
- Mastrini, Guillermo y Bolaño, César (1999) *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación*. Biblos, Buenos Aires.
- McBride, Sean (1980) *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Stolovich, Luis et. all. (2002) *La cultura es capital*. Fin de Siglo, Montevideo.
- WSIS (2003) *Construir sociedades de la información que atiendan a las necesidades humanas*. Declaración de la Sociedad Civil a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. WSIS, Ginebra. [www.wsis2005.org](http://www.wsis2005.org)