

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN: ESTADO, ACADEMIA Y MOVIMIENTOS SOCIALES. ENTREVISTA A SILVIO WAISBORD

COMMUNICATION POLICIES: STATE, ACADEMY AND
SOCIAL MOVEMENTS. INTERVIEW WITH SILVIO
WAISBORD

POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO: ESTADO, ACADEMIA
E MOVIMENTOS SOCIAIS. ENTREVISTA A SILVIO
WAISBORD



Ilustraciones: Andrés Reina Gutiérrez

Diego García Ramírez¹

Universidad Sergio Arboleda (Bogotá, Colombia)
Docente Escuela de Ciencias de la Comunicación
garcia.ramirez.diego@gmail.com

Resumen: Entrevista realizada el 7 de octubre de 2016 en el marco del XII Congreso de la Asociación Latinoamérica de Investigadores en Comunicación. Ciudad de México, México. Silvio Waisbord es licenciado en sociología de la Universidad de Buenos Aires, Doctor en Sociología de la Universidad de California. Profesor de la Escuela de Medios y Asuntos Públicos de la George Washington University. Entre sus publicaciones destacadas sobre políticas de medios están: *Latin politics, global media* (con Elizabeth Fox, 2002). *Vox populista: medios, periodismo y democracia* (2014). *Media movements, civil society and media policy reform in Latin America* (Con Maria Soledad Segura, 2015).

Palabras clave: Políticas de comunicación, movimientos sociales, medios públicos, regulación.

Abstract: Interview conducted on October 7 of 2016, during the XII *Congress of the Latin American Association of Communication Researchers*, in Mexico City. Silvio Waisbord is a Sociologist from the University of Buenos Aires (Argentina), Doctor of Sociology from the University of California (United States), and Professor of the School of Media and Public Affairs at the George Washington University. Some of his prominent works on media policies include *Latin politics, global media* (with Elizabeth Fox, 2002); *Vox populista: medios, periodismo y democracia* (*Vox Populist: media, journalism and democracy*, 2014); and *Media movements, civil society and media policy reform in Latin America* (with María Soledad Segura, 2015).

Keywords: Communication policies, social movements, public media, regulation.

Resumo: Entrevista feita no 7 de Outubro de 2016 no XXII Congresso da Associação de Latinoamérica de Investigaciones en Comunicación, na Cidade de México, México. Silvo Waisbord é formado em sociologia pela Universidad de Buenos Aires, Doutor em Sociologia pela Universidade de Califórnia. Professor da Escola de Mídia e Assuntos Públicos da George Washington University. As suas publicações marcantes sobre políticas de mídias são: *Latin politics, global media* (com Elizabeth Fox, 2002); *Vox populista: mídia, jornalismo e democracia* (2014); *Media movements, civil society and media policy reform in Latin America* (Com Maria Soledad Segura, 2015).

Palabras-chave: Políticas de comunicação, movimentos sociais, meios públicos, regulação.

Durante los primeros años del presente siglo muchos países latinoamericanos han realizado reformas a sus políticas de comunicación con las que han querido democratizar el acceso a los medios de comunicación, pero también adaptarse al nuevo ecosistema mediático caracterizado por la digitalización y entrada de nuevos actores en el mercado. Por ello, Argentina, Uruguay, México, Ecuador entre otros, han implementado políticas en las que el Estado, la academia y movimientos sociales han intervenido en pro de sociedades más diversas y plurales desde la comunicación. Para conocer un poco las razones de estos cambios hemos conversado con el argentino Silvio Waisbord, experto en política de medios y profesor de la George Washington University.

¿Por qué la discusión sobre políticas de comunicación ha vuelto a ser tema de discusión en los países de Latinoamérica?

Siempre ha estado, lo que pasa es que hay diversas razones por las cuales ha cobrado mayor dimensión. En parte, por la movilización ciudadana sobre algunos temas, una amplia agenda en reforma de medios que sigue empujando y haciendo esfuerzos para colocar cuestiones como el acceso a información pública, hasta asuntos de medios comunitarios, o de propiedad. Lo segundo porque el tema de comunicación está en todos lados, especialmente lo digital que ha revolucionado, no solo la cotidianidad sino lo social y la política; por tanto, ha cobrado importancia incluso para gente que jamás le prestó atención a la comunicación. En tercer lugar, porque la industria de los medios



está cambiando mucho, más que nada por la digitalización que ha sacudido pilares en la estructura tradicional de los medios, y esas empresas se encuentran preocupadas y pensando cómo reacomodarse frente a ese vendaval que de cierta forma podría trastocar la posición histórica de los grandes medios como la televisión, la prensa escrita y la radio. Entonces hay una confluencia de diferentes razones que hace que el tema haya cobrado importancia.

En el trasfondo hay una democracia que se mantiene con todos sus problemas, para mí es un diálogo, un debate continuo sobre estos temas; entonces es un momento muy particular, muy rico pero inestable, incierto; seas quien seas, si trabajas como político en comunicación o en movimientos sociales o en lo empresarial. Entonces creo que estamos en un momento tratando de entender lo que está pasando por que están cambiando bastantes cosas.

¿Al Estado le ha tocado recuperar su papel como regulador?

No sé si hay Estado como tal, como institución unificada; en realidad lo que ves en el Estado son diversos intereses en pugna. Para mí el Estado es una arena, un campo de disputa más que una institución unificada, por lo menos

en el caso de América Latina. Si preguntamos ¿Qué posición tiene el Estado colombiano frente a estos temas de comunicación? No se sabe. Digamos que el Estado por la influencia decisiva que tiene en estas cuestiones, se ha transformado en un lugar donde los debates ocurren, a veces no por intereses de los políticos, porque estos temas para ellos no son prioritarios, no les sirve para ganar elecciones; pero hay presiones, sea del sector comercial o de la sociedad civil, para prestarle atención a estos temas. Entonces el Estado ha retomado estas cuestiones, de hecho, no hay política de Estado en cualquiera de los países de América Latina, de México a Uruguay ¿Hay una política de Estado sobre este tema? La respuesta es que no. Hay decisiones puntuales, imperfectas, discontinuas, no creo que haya una política de Estado coherente y con continuidad.

Además, parecieran políticas más preocupadas por buscar equilibrios en el mercado que por democratizar la comunicación.

Mucho depende de los vaivenes políticos, de presiones puntuales, del estado de fuerzas de alguna coyuntura particular. Los políticos siguen estando preocupados por sus carreras y por intereses económicos, preocupados por qué piensan los empresarios sobre estas cuestiones. Hay excepciones, pero la inercia, el *statu quo* es muy fuerte, y los medios privados saben que lo digital tiene sus riesgos e incertidumbres.

El peso de los medios sociales como canal de acceso a la información en internet, hace que los medios tradicionales sean “secundarios”; no digo que no tengan importancia, sino que la gente cada vez accede más a las páginas de medios tradicionales por Facebook y Twitter; la publicidad está efectivamente migrando a los medios digitales, espero que no tan rápido como se cree, la televisión todavía sigue siendo el lugar principal de las inversiones de publicidad. Entonces hay transiciones simultáneas que los empresarios están tratando de ver cómo pilotean, en estos casos, los políticos por instinto más que por pasión o conocimiento tratan de seguir muy de cerca por dónde sopla el viento, por lo menos entre los empresarios.

Estamos en un lugar de incertidumbre, de pugna y debates constantes y de segregación de temas; hay unos sectores que trabajan con medios comunitarios, otros concentración de la propiedad, de publicidad, de acceso a información pública, que son temas muy diferentes y cada uno con sus políticas particulares, con decisiones específicas.

Y con relación a las políticas en comunicación ¿Qué papel juegan los movimientos sociales? Que es lo que aborda en su último libro “Media movements, civil society and media policy reform in Latin America”.

Lo fundamental es que estas cosas rara vez, salvo temas muy especiales, surgen de los políticos. Los movimientos sociales se han dado cuenta que oponerse al Estado no les va a ayudar a prosperar en sus objetivos, creo que tienen que buscar aliados en el Estado, en el gobierno, alianzas cambiantes en coyunturas particulares, únicas, que permitan que haya un momento que pueden meterse en el cambio, eso en términos de legislación. Después viene un tema mucho más difícil y complejo y es la implementación de las leyes, yo creo que ese sigue siendo la pata más floja, porque las leyes no son aplicadas según la misma Ley.

Por ejemplo, temas como el acceso a información pública, defensorías de audiencias, medios comunitarios, son temas colocados en la agenda pública por la sociedad civil, no por los partidos políticos; entonces creo que es un cambio bastante interesante de perspectiva. Los movimientos sociales tienen el desafío de hacer coaliciones con políticos, empresarios o con otros sectores, y no quedar absorbidos por intereses particulares o partidarios. Eso varía de país en país, no todos están en la misma posición, algunos cambian mucho de gobiernos; es decir, de gobiernos que pueden





estar más interesados en estos temas, otros no tanto; entonces varía mucho el tipo de alianzas que puede establecer la sociedad civil, y la sociedad civil tampoco es unificada, también está muy dispersa en estas cuestiones, lo cual es entendible.

Así que creo que lo más interesante es poner el tema en discusión, que es el primer paso, y creo que la sociedad civil lo sigue haciendo a través de los medios tradicionales, los nuevos medios, foros y otras cosas.

Sigue habiendo temas de mucho interés a élites políticas o intelectuales, pero algunos temas tienen más movilización popular, por ejemplo, las radios de indígenas, comunitarias, radios en partes de la sociedad fuera de las élites. Los otros son de expertos: acceso a información pública, ley mordaza o atentados contra la libertad de expresión, son de expertos o de académicos.

¿Hay un perfil de esos movimientos sociales? ¿De dónde provienen?

Es muy difícil, provienen de diferentes lugares, pero varía mucho dependiendo del tema que se esté hablando; su extracción social, política, ideológica, varía bastante. Hay temas más de gobernanza, ligados a una tradición liberal en todo el sentido de la palabra, de transparencia del Estado, que atrae a cierto sector ideológico de las sociedades que es muy diferente al de tema de medios comunitarios o medios de pueblos originarios, que vienen de una extracción más del derecho a la comunicación y no de la libertad de expresión. Entonces ahí se conforman alianzas que suelen ser diferentes y que varían mucho de país en país. En Ecuador los movimientos de medios de pueblos originarios tienen una relación muy difícil con el presidente Rafael Correa, hubo momentos de diálogo, pero también de enfrentamientos. En México tienen un mapa y una estructura diferente, en Colombia igual. Entonces es muy difícil generalizar sobre esto, ya que las coaliciones son muy particulares, y eso es lo que tratamos de hacer en el libro, contar la historia de estos últimos veinte años, de cómo se ha complejizado el tema de la participación en las reformas de medios, que es un caso inédito, por la velocidad, intensidad, la diversidad que tiene América Latina y por los diferentes resultados que ha tenido esto.

¿Qué papel juega, ha jugado o debería jugar la academia? Porque parece que en algunos países está más presente en la discusión sobre políticas de comunicación.

La academia siempre ha tenido la intención de participar en temas del mundo real, pero mucho depende de las alianzas que se conformen, de la participación, de las coaliciones que van más allá, si no tienes un movimiento de medios alternativos que luche por estos cambios, para la academia es difícil sumarse. En el tema de medios comunitarios, sino tienes la red de medios comunitarios, los académicos por si mismos no pueden hacer demasiado; aparte la academia misma está dividida sobre estos temas; entonces creo que hay un interés, una curiosidad de participar en estas cuestiones, pero depende mucho de las condiciones más allá de la academia.

¿La proliferación de tecnologías y soportes pueden llevar a una democratización al acceso de información y contenidos?

Creo que ofrece más oportunidades de comunicación e información, pero de ahí a que lleve a eso, tengo mis dudas, porque la abundancia de información no lleva a comunicación o a una ciudadanía más informada, sabemos hace tiempo que no es así. El mero hecho tener acceso a mejores oportunidades de información, no necesariamente ha llevado a ciudadanos mejor informados o con mayor comunicación, especialmente en la diferencia, entre gente que no piensa del mismo modo por razones de religión, clase o etnia; entonces es difícil responder la pregunta en términos positivos, a mí me quedan más dudas que confirmaciones sobre el tema.

Pero es una promesa que nos venden constantemente.

Son las promesas eternas de los cambios tecnológicos. Si a las promesas de ahora le cambias algunas palabras, son las mismas que hubo en los años 20 con la radio, en los 50 con la televisión, en los 60 con los satélites, en los 70 con el video; hay una promesa constante, para mí el problema es la promesa, no la realidad misma. El problema de generar la expectativa o el optimismo de que un cambio tecnológico llevará a un mejoramiento de la información o de la expresión de comunicación, creo que necesariamente no es así, no es tan simple. En América Latina uno de los grandes problemas que se presentan en términos de comunicación, es de desinformación, de desconexión entre diferentes públicos, no es un problema de acceso; si te das cuenta el 50 o 60% de los ciudadanos de América Latina tiene acceso a internet, con diferentes costos y calidades, y por lo que sabemos, eso no ha cambiado sustancialmente la calidad del debate público, o el nivel de información del electorado, por eso hay que manejar con cautela este tema de la promesa informativa y los cambios tecnológicos.

¿En el caso de la televisión, la digitalización traerá diversidad y pluralidad?

No, creo que internet te muestra lo que puede pasar con eso, tienes posibilidades de más canales y contenidos que de alguna forma serviría como espejo, en internet ya tienes acceso a incontables fuentes de información. Y ver cómo los usuarios navegan en internet y sus conductas llevan a pensar que con la televisión no va a ser diferente. Yo sigo siendo bastante escéptico de que la proliferación de canales en televisión lleve realmente a un cambio radical en estas cuestiones, que vas a tener más oportunidades para más voces, más contenido, pero está el problema de la producción de contenidos, porque son caros, porque hacer buen periodismo es caro; por tanto, la mera existencia de mayor número de canales de televisión no te va a resolver el problema que sigue existiendo, que sus causas son diferentes, no es un problema de falta de acceso, de falta de canales y estos cambios toca mirarlos con cierta cautela.

¿Qué hacer con nuevos actores como los OTT, por ejemplo con Netflix que es la más famosa? ¿Se deben regular?

Yo creo en la regulación positiva y no la negativa, regular para diversificar y pluralizar. Pero ahí tienes el problema del gran peso económico de estos nuevos actores de la televisión global que están cambiando la forma en la que ciertos sectores, especialmente los más acomodados y con recursos, miran televisión; sería posible pensar que esa televisión de nicho, de alta gama, será para sectores económicos altos y que la televisión tradicional para sectores de menores recursos adquisitivos, entonces hay una segmentación que sería el espejo de lo que pasa en nuestra sociedad, que son sociedades desiguales. La televisión por razones económicas está potenciando la “Nichización” de los contenidos televisivos, especialmente en el contexto de una televisión pública débil en América Latina, que sería un potencial lugar de encuentro de las diferencias, pero se hace cada vez más difícil pensar en que lo sea.

En ese contexto ¿Qué va a pasar con las televisiones públicas en América Latina?

Es un momento de quiebre, que tiene que reposicionarse porque todo ha cambiado. Hay que repensar cuál es el lugar que le corresponde a los medios públicos en un escenario tan diversificado de contenidos, identificar cuáles son las ausencias, pensar que los medios públicos no deberían funcionar como medios comerciales, en términos de popularidad o de audiencia; y ahí el problema del *management*, muy cercano a lo partidista, que sigue siendo el talón de Aquiles de los medios públicos de América Latina, ya sea por financiamiento o por intereses políticos, para mí queda abierto ese desafío, es un problema medular de la historia de los medios públicos en el continente.

Siempre han existido sectores que han afirmado que no se necesitan medios públicos.

Yo creo que eso obliga a repensar acerca de cuál es la razón de ser de los medios públicos. No se hacen innecesarios, sino que es preciso argumentar por qué utilizar fondos públicos para mantener estructuras de medios, ya sea en plataformas digitales, analógicas o lo que tú quieras. Lo que pasa con los medios públicos, a diferencia de otras causas, es que en América Latina no tienen un movimiento social como cualquiera de las otras causas de las que hemos hablado. En los medios públicos es raro encontrar un movimiento social articulado que los defienda y promueva, entonces ahí ya te quita una condición clave, una gente que moleste, que haga demandas, no hay un sector autónomo de la sociedad civil que haya tomado la bandera de los medios públicos, este es otro Talón de Aquiles en el tema de los medios públicos. Hay unos expertos aquí y allá, pero no se han cohesionado como en los medios comunitarios, o el acceso a información pública u otros temas en los que hay actores más o menos identificados. Ese sigue siendo una debilidad de los medios públicos, alguien que defienda la causa, entonces siempre quedan a la buena de Dios a los vaivenes políticos en un momento determinado.

Notas

¹ Antropólogo de la Universidad de Antioquia, magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Doctor en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Rio de Janeiro.

Referencias

Waisbord, Silvio & Segura, María Soledad. (2016). *Civil Society and Media Policy Reform in Latin America*. Zed Books Ltd.

Recibido: 12 de enero de 2017/ **Aprobado:** 22 de junio de 2017

