

El futuro y la ley de Medios

Jorge Alvarez

Semanas atrás, hemos asistido a una discusión sobre el destino de los medios de comunicación en la Argentina, a partir del debate sobre la denominada ley de Medios.

Dicho debate estuvo acompañado por una retórica combinada de oportunismo político (el momento) y por una simpleza (determinar que los bandos podrían definirse como buenos y malos o por la liberación versus la concentración) que empañó la posibilidad de discutir una agenda de cara al futuro.

¿Por qué? Porque en ninguna de las posiciones se habló sobre la transformación que el mundo de las tecnologías brinda en el acceso a la información. ¿En qué consisten estos cambios? El cambio permanente es lo único constante en el mundo actual y el territorio, el monopolio de la herramienta en un medio para el acceso y la credibilidad ya no son necesarios para acceder a información.

Dicho de otra manera: la discusión sobre las licencias a tal o cual medio no es otra cosa que la continuación de las formas de organización y de relacionamiento propias del siglo XX, donde las personas, para acceder a la información, requerían de un territorio determinado (un país, una ciudad, etc.), de un medio para su acceso (la radio sólo se podía escuchar en la radio, la TV sólo se podía ver en la TV o el diario sólo se podía leer en papel) y la credibilidad del espectador o lector en el medio que lo transmitía.

Pero algunas cosas están cambiando y, al parecer, no todos se dan por enterados. ¿Por qué? Sencillamente, porque el mundo vive una transformación diaria que pronto derrumbará las formas de relacionamiento con la información. ¿En qué consiste este cambio?

Desde que la Internet extendió su penetración a todas las capas sociales y etarias, los diarios, las radios, el cine, las discográficas y la TV comenzaron levemente a modificar su capacidad de atrapar al lector, oyente o televidente; con ello se disminuye la capacidad de determinado medio (radio, TV, etc.) de ser la única fuente de información posible y se licua la pertenencia a un territorio (un argentino que reside en Miami lee el diario "Clarín" en el mismo momento que uno que reside en Saladillo), para acceder a la información.

No sólo se escucha radio por el aparato, ya hay miles de radios que sólo funcionan en Internet. Los canales de cable comienzan a brindar su oferta por Internet, ya hay sitios de series hechas exclusivamente para Internet y las discográficas no pueden detener la transmisión de canciones en miles de sitios, incluidos las de los propios artistas que usan la red para difundir sus canciones.

Ahora bien, ¿toda la población consume Internet? No, claro, pero si nos guiamos por las tendencias, es sólo una cuestión de tiempo, donde se complementan las variables edad, nivel de ingreso y ubicación geográfica. ¿Qué quiere decir esto? Que las personas que presumimos son adultas mayores, es probable que sigan usando los medios que aprendieron a consumir durante toda su vida, que las personas con menor capacidad de ingreso sigan utilizando tecnologías del siglo XX y que los que habitan ciudades sin desarrollo carezcan de acceso a la conexión de banda ancha que les impide disfrutar de los beneficios de la Internet.

Para muchos, la Internet sigue siendo algo incomprensible y algo a lo cual sólo se accede desde una computadora. Desconocen la relación profunda sobre Internet y teléfono celular para pensar y comprender los comportamientos que se avecinan.

Las personas comienzan a concentrar en el teléfono celular la agenda, el reloj, la filmadora, la cámara de fotos, el contacto oral (que reemplaza al teléfono fijo), el contacto escrito (que reemplaza a la carta, vía mensajes

de texto), la reproducción de música y, ahora, el acceso a Internet.

Una persona caminando, en un bar, en un tren, puede estar conectada con sus afectos, informada, acceder a imágenes y no requiere de un territorio determinado para acceder a esta, tiene miles de opciones (desaparece el monopolio de la radio, la TV o el diario y ahora puede ser todo junto) y diversifica la credibilidad en miles de opciones (como ofertas haya en la red), para decidir a quién creer.

Por esto y por mucho más, un debate sobre el acceso a los medios de información que mira para atrás o se detiene en la territorialidad y no se da cuenta de que la decisión de a quién se quiere escuchar o leer ya no puede ser controlada o dirigida, nos alerta sobre una dirigencia política, social y gremial que atrasa y nos aleja dramáticamente del futuro y de la multiplicidad de conflictos o debates que el porvenir puede generarnos.

Por ejemplo, con los celulares, se necesitarían más antenas y con más antenas más conflictos en las ciudades; con mayor diversificación de oferta de información, menos verdades únicas y cada vez más y más, miles y miles de verdades relativas.

Por esto, el debate sobre la ley de Medios mostró una dirigencia que atrasa en su conjunto. Es hora de pensar en el futuro.

Jorge Alvarez (<http://alvarezsi.blogspot.com>) es presidente del Instituto Abierto Para el Desarrollo y Estudio de Políticas Públicas (IADEPP); reside en Buenos Aires.