



UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA

ESCUELA DE DERECHO

Revista Argentina de Teoría Jurídica, Volumen 14 (Julio de 2013)

Cambia, todo cambia: sistema de medios y regulación en la Argentina reciente

por Martín Becerra¹

El enfoque funcionalista liberal se basa generalmente sobre la falsa suposición de que los medios de difusión son organismos independientes y socialmente imparciales en la sociedad. Esto ignora las estrechas uniones que pueden existir entre los medios de difusión y las dos cumbres gemelas formadas por el Estado y las grandes empresas. Y también ignora el poco equitativo reparto de poder que existe en la sociedad, y que puede tener como resultado que a los medios de difusión se les nombre por cooptación, para servir a los intereses de las instituciones y de los grupos sociales dominantes.

James Curran (1998: 203).

¹ Doctor en Ciencias de la Información (U. Autónoma de Barcelona). Es Investigador Independiente en el CONICET. Profesor titular de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Autor, junto a Guillermo Mastrini, de los libros *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI* (2009); *Los monopolios de la verdad: descifrando la estructura de los medios en Centroamérica y República Dominicana* (2009); *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina* (2006). En 2012 publicó junto a Sebastián Lacunza el libro *Wiki Media Leaks*. En 2013 publicó junto a Ángel García Castillejo, Luis Arroyo y Óscar Santamaría el libro *Cajas Mágicas: el renacimiento de la televisión pública en América Latina* (ed. Tecnos). Su blog es <http://martinbecerra.wordpress.com/> y su usuario en Twitter @aracalacana.

El año 2013 marca dos aniversarios relevantes para la historia reciente de la Argentina: por un lado, en diciembre se cumplen tres décadas de la recuperación del régimen constitucional de gobierno, tras el colapso de la última dictadura, y por otro lado, en mayo se cumplió una década de gobiernos del kirchnerismo a través de Néstor Kirchner (2003-2013) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011; 2011-2015) que, de este modo, se convierte en el ciclo político más extendido de los últimos 100 años en el ejercicio de la Presidencia.

El presente artículo tiene por objetivo trazar una caracterización de las políticas de comunicación del ciclo kirchnerista 2003-2013 a partir del examen de variables de análisis clave del sistema de medios de comunicación. Estas variables son la estructura de propiedad; la lógica de funcionamiento económico del sector; la triple función del Estado en tanto autoridad de aplicación de la normativa, operador de emisoras y financiador de emprendimientos; el tipo de acceso social a los medios (tanto a su propiedad como a sus contenidos); y la regulación de los contenidos.

Para ello, se ensayará un sintético panorama de los hitos en materia de políticas de comunicación desde diciembre de 1983 como encuadre en el que se inserta el capítulo kirchnerista, que por ser el objeto de análisis del presente texto requerirá una exploración más detallada.

Medios y democracia post 83

Los 30 años que separan al presente de la recuperación del régimen constitucional exhiben cambios significativos en el sistema de medios. Sus contenidos, su estructura de propiedad, su propia definición desafiada por nuevos contornos tecnológicos y su discusión por parte de la sociedad presentan modificaciones notables. Si bien la adscripción al lucro moldeó buena parte de las últimas tres décadas como principio rector del funcionamiento de los medios, en los últimos años la discusión sobre la comunicación introdujo un complemento de tipo político. El análisis de los medios, hoy, no puede sustraerse de la consideración de ese complemento político que polariza a los actores (políticos, económicos, periodísticos) en dos posiciones.

En materia de contenidos el cambio más sobresaliente desde la recuperación del régimen constitucional es el destierro de la censura directa ejercida hasta los años 80's no sólo por gobiernos militares, sino también por civiles en el siglo pasado (por ejemplo, los cierres de diarios y revistas en los dos primeros gobiernos de Juan Perón; el manejo discrecional de las cuotas de importación de papel en varios gobiernos o el decreto 1774 que inauguraba las listas negras en 1973 firmado por el presidente provisional Raúl Lastiri a dos días de la tercera asunción de Juan Perón). Es decir, la censura no era un fenómeno efímero o reducido a dictaduras sino que formó parte de la normalidad de la actividad política en el país antes de 1983. Y si bien hubo episodios aislados de censura en los medios durante el gobierno de Raúl Alfonsín y casos esporádicos en las presidencias de Carlos Menem, la progresiva conquista de la libertad de opinión en los medios fue una constante en los últimos 30 años.

A la vez, la irrupción del proceso de convergencia tecnológica en curso que une soportes de producción, edición, distribución y consumo de medios audiovisuales, gráficos, telecomunicaciones y redes digitales (Internet) representa una fuerza transformadora del sector, pues la referencia a los medios de comunicación en sentido estricto debe mutar para comprender parte de su actual desempeño social. Es preferible aludir al sector “infocomunicacional²” para dar cuenta así de un sistema que incluye actividades colindantes con los medios pero que, lejos de ser periféricas, se ubican en el centro mismo de su circuito de producción y circulación social.

La digitalización de las tecnologías de producción y la competencia de nuevas pantallas (Internet, televisión por cable) afectó los lenguajes tanto audiovisuales como escritos (ver Becerra, Marino y Mastrini, 2012). Los diarios y revistas agilizaron sus ediciones con diseños que jerarquizaron el valor de las imágenes y redujeron la extensión de los artículos. La fundación de Página 12 en 1987 oxigenó al sector gráfico al introducir una edición desacartonada, sin los prejuicios políticos y culturales de los diarios más consolidados del sector (que en ventas encabezaba Clarín, seguido por Crónica en sus distintas ediciones y luego por La Nación). Página 12 nunca logró una posición importante en el mercado, pero

² La noción de infocomunicación es útil analíticamente para aludir, en un mismo concepto a todas las industrias y actividades de información y comunicación (por ejemplo, industria gráfica –libros, revistas, diarios-; industria audiovisual –televisión; cine; radio; fonográfica-, industria de telecomunicaciones; industria de informática y microinformática, etcétera).

su presencia operó como un revulsivo para la competencia. Además, desde inicios de la primera presidencia de Menem Página 12 pulió un estilo narrativo, propio del *non-fiction*, potenció artículos de periodismo de investigación y editó denuncias de corrupción del gobierno. Estos rasgos se generalizarían desde entonces.

Los medios audiovisuales se remozaron tecnológicamente y reorganizaron sus procesos productivos a través de la *tercerización* de su programación, lo que habilitó el surgimiento de una gran cantidad de productoras independientes que por un lado revitalizaron estéticamente a la televisión y la radio, y por el otro significaron un ahorro de costos fijos en las emisoras, que delegaron el riesgo en nuevas productoras. Varias de éstas fueron más tarde absorbidas por los grandes grupos. La delegación del riesgo tiene dos dimensiones: por un lado, la posibilidad de los canales y las radios de nutrirse con nuevas ideas que contraen riesgos en términos de programación, tanto en la ficción (ver Carboni, 2012) como en los contenidos periodísticos; por otro lado, la derivación a terceros de costos fijos en propuestas cuya realización mercantil es, en su fase de concepción, incierta.

La organización del trabajo en los medios fue atravesada por los procesos mencionados, en un contexto de precarización creciente desde fines de la década de 1980 en adelante, lo cual fue acompañado por la explosión de carreras de comunicación social y tecnicaturas de periodismo que institucionalizaron la formación profesional y proveyeron de ex alumnos no sólo a los medios sino también a oficinas de relaciones públicas y comunicación institucional del Estado, las empresas y las organizaciones de la sociedad civil.

Pero no todo es novedad, ya que se mantuvo inalterada la centralización geográfica de la producción de contenidos en los medios: la zona metropolitana de Buenos Aires sigue proveyendo más del 80% de la programación televisiva originada en el país y en los medios gráficos el cierre o la absorción de diarios locales por conglomerados mediáticos con sede en Buenos Aires restringió la producción local. Además, sigue siendo extendida la práctica de alquiler y subalquiler de espacios, añadiendo complejidad al peso del licenciatario en el control de los contenidos que emite. Esta práctica, compartida por emisoras del interior del país y del Área Metropolitana de Buenos Aires, conduce a reformular los esquemas rígidos de vinculación entre propiedad del medio e ideología, toda vez que la inserción de intermediarios (productoras que comercializan espacios, que en algunos casos son productoras directamente vinculadas con conductores radiales y televisivos) añade

complejidad acerca del control final de cada producto emitido y conflictúa la idea misma de “propuesta de programación”.

Otro proceso insoslayable por ser distintivo del período es la concentración de la propiedad de los medios. Esta concentración, alentada por uno de los cambios con los que en democracia se empeoró la Ley de Radiodifusión de la Dictadura (Decreto 22285 de 1980), se desplegó en dos fases: la primera expansiva, la segunda defensiva.

Los gobiernos de Carlos Menem (1989-1995 y 1995-1999) estimularon la fase expansiva de la concentración del sistema de medios, primero con privatizaciones que beneficiaron a grupos nacionales (Clarín, Editorial Atlántida) y luego permitiendo el ingreso de capitales extranjeros, en algunos casos ajenos a la economía de los medios, y la progresiva inserción de capitales financieros.

A partir del segundo gobierno de Menem se produjo el ingreso de conglomerados como Telefónica, Prime o, más tarde, Prisa, y se *financierizó* el sistema, con la llegada del Citibank asociado al banquero Raúl Moneta, del fondo de inversión HTF&M, o de la sociedad entre Clarín y Goldman Sachs. La cualidad extranjerizada y *financierizada* de la concentración fueron indicadores de que los medios cotizaban tanto por su influencia político-cultural, como por su función económica. Esta doble cualidad de la comunicación (simbólica y económica) fue analizada por la Escuela de Frankfurt a partir de la década de 1940 (Adorno, 1967), pero la centralidad de las industrias de la cultura y en particular de los medios de comunicación como vehículos de valorización de otros capitales además de ser en sí mismos un sector dinámico y económicamente creciente se corresponde con la globalización de las últimas décadas del siglo XX (ver McChesney, 2002; Arsenault y Castells, 2008). En la Argentina la conconcentración del sector, su movilidad, extranjerización y *financierización* están contenidas en tendencias globales que, sin embargo, no alcanzan para explicar las peculiaridades locales.

En esta fase expansiva de la concentración el Estado autorizó la constitución de multimedios (vía Reforma del Estado de 1989), otorgó privilegios impositivos, amplió el límite de licencias acumulables por parte de un mismo operador y legalizó las redes (esto último a través Decreto PEN 1005/99). Con la asunción de Fernando de la Rúa (Alianza UCR-Frepaso) en 1999, el sistema de medios estaba protagonizado por los grupos Clarín y

Telefónica. Clarín basó su estrategia en la expansión conglomeral a distintos medios de comunicación (tiene posesiones en casi todas las actividades de las industrias mediáticas) y en particular en su dominio del apetecible mercado de televisión por cable, que al finalizar la década de 1990 le aportaba ya más de la mitad de sus ingresos totales. Telefónica, en cambio, domina el mercado de telefonía básica y móvil y gestiona nueve canales de televisión abierta (Telefé en la Ciudad de Buenos Aires y ocho en el interior del país).

De la Rúa, al igual que sus antecesores Raúl Alfonsín y Carlos Menem, promovió en el interior de su gobierno la redacción de un proyecto de ley sobre radiodifusión que reemplazara el Decreto-Ley dictatorial, pero este intento fue abortado a raíz de la resistencia de los principales grupos de medios (ver Mastrini et al., 2005). A su vez, el presidente de la Alianza vetó una ley que había sancionado el Congreso en los últimos días de mandato de Menem para crear un multimédios público-estatal con mandato de no gubernamentalización, creando, en cambio, el “Sistema Nacional de Medios Públicos”.

La salida de la crisis de 2001 encontró un Estado dispuesto a ayudar a las empresas periodísticas a través de la sanción de una ley denominada “de preservación de bienes culturales” que fue, en rigor, una salvaguarda de las condiciones patrimoniales, concentradas y centralizadas en pocos grupos, que caracterizaba al sistema de medios. Esa ley, conocida como “Ley Clarín” por la centralidad del grupo en el sistema de medios, benefició a todas las empresas endeudadas y cuenta con cláusulas específicas para proteger también a competidores del principal multimédios, como Telefónica.

Así se inició la segunda fase del proceso de concentración, en el que los gobiernos de Eduardo Duhalde (2002-2003) y Néstor Kirchner (2003-2007) respaldaron una estrategia defensiva con políticas diseñadas a la medida de los grupos más importantes del mercado local. Si la década de 1990 fue expansiva y la concentración avanzó en una dimensión que Miguel de Bustos (2003) denomina conglomeral, el lustro tras la crisis de principios siglo atestigua el despliegue de una defensa de los grupos concentrados para evitar la pérdida del control de los sectores que dominan.

La definición de la etapa 2002-2008 como de “concentración defensiva” del sistema de medios explica, por ejemplo, que ni el gobierno nacional ni los provinciales o municipales -huelga señalar que de distintos colores políticos- auspiciaran la apertura a la competencia

del lucrativo mercado de televisión por cable, que en la regulación heredada de la Dictadura era considerado “servicio complementario” y hubiera estimulado una dinámica distinta de haberse promovido la concurrencia de otros actores en ese segmento que es el más importante económicamente en el sistema de medios. Esta etapa, de “concentración defensiva”, finalizó con la presidencia de Néstor Kirchner. En las presidencias de Duhalde y Kirchner la administración de la autoridad de aplicación audiovisual (el COMFER) fue funcional a los intereses de los grupos comerciales que operaban en el sector.

La crisis de inicios de siglo operó como pretexto para esta segunda fase, que fue defensiva justamente porque el argumento de empresarios y gobiernos fue que sólo un blindaje al ingreso de otros operadores podría permitir la recuperación de sus niveles de actividad. La protección ante la competencia ha sido una estrategia utilizada en otras fases de concentración en la historia de los medios en la Argentina y habilitaría una reflexión fundamental acerca del vínculo necesario con la regulación estatal que precisan los actores concentrados del sector para poder funcionar. Esta vinculación, en la que el Estado constituye un dinamizador económico insoslayable del mercado infocomunicacional, excede la actual coyuntura en la que la disputa entre el gobierno de Cristina Fernández y Clarín ayuda a entender algunos procesos centrales pero obtura la comprensión de continuidades históricas.

En esta revisión de las políticas aplicadas en el sector de medios se constata que las últimas décadas se concentró fuertemente la propiedad, el capital y la producción. Ello produjo la desaparición de empresas de comunicación medianas y pequeñas y deterioró la diversidad de perspectivas.

Un ciclo, dos etapas. Política de medios del kirchnerismo (2003-2013)

Como se infiere de los párrafos precedentes, el examen detallado de las políticas de medios del kirchnerismo arroja un panorama que dista de ser homogéneo, a menos que se parta del juicio de que todo lo actuado en el período debe reivindicarse o repudiarse a libro cerrado y que, en consecuencia, se elimine la complejidad y el conflicto inherente al objeto de estudio. El análisis no preinscripto en la condena o la celebración advierte que en la política de medios desplegada por el kirchnerismo entre 2003 y 2013 se distinguen dos etapas.

Aunque hay ejes de continuidad en todo el ciclo, hay también diferencias sobresalientes entre ambas etapas. El punto de ruptura se ubica tras la asunción de Cristina Fernández de Kirchner como presidenta, quien disolvió los buenos vínculos que su antecesor, Néstor Kirchner, cultivó con el Grupo Clarín y con el resto de los grupos concentrados durante el lapso 2003-2007.

Como se mencionó, cuando Kirchner llegó a la presidencia en 2003, el sistema de medios había sufrido una importante transformación y modernización, pero estaba en quiebra. El sector se había concentrado en pocos grupos, nacionales y extranjeros, algunos de ellos asociados a capitales financieros; la concentración era de carácter conglomeral, es decir que los grupos desbordaban en muchos casos su actividad inicial y se habían expandido a otros medios (multimedios) y también a otras áreas de la economía, lo que en varios mercados se traducía en actores dominantes; se había remozado tecnológicamente el parque productivo; la organización de los procesos de creación y edición había mutado por la tercerización de la producción de contenidos lo que, a su vez, había estimulado una dinámica base de productoras de diferente tamaño; se forjaron nuevos patrones estéticos tanto en la ficción televisiva como en los géneros periodísticos; había resucitado la industria cinematográfica por la Ley del Cine de 1994 (ser Marino, 2013); y se había incrementado la centralización de la producción en Buenos Aires, algo que en su último gobierno Menem legalizó a través de la autorización para el funcionamiento de redes de radio y televisión.

Estructuralmente la masificación de la televisión por cable de la década de 1990 cambió por completo el sector audiovisual (que en la actualidad parece incubar otra transformación de gran calado), que es la principal forma de acceso a informaciones y entretenimientos. Señales de noticias, series y cine, deportes e infantiles se añadieron a la dieta comunicacional de los argentinos, en algunos casos a expensas de otros consumos. En lo económico, la tv por cable disputó a la tv abierta el cetro de la facturación, lo que atrajo la atención de grandes grupos.

Como se anticipó, la crisis de 2001 causó una importante retracción de los mercados pagos de industrias culturales (cayeron los abonos a la televisión por cable, la compra de diarios, revistas, libros y discos y las entradas de cine), redujo dramáticamente la inversión publicitaria y, en consecuencia, alteró todo el sistema. La televisión exhibió en sus pantallas envíos de bajo costo, *talk-shows* y programación de formato periodístico que a su vez comulgaba con la necesidad social de reflexionar acerca de las causas y las consecuencias

del colapso socioeconómico. La institución mediática se interrogaba acerca de la crisis de legitimidad de las formas de institucionalidad política (partidos, Estado) y económicas (bancos), sin comprender todavía que la extensión de esa crisis alcanzaba, también, a los propios medios de comunicación.

Las empresas de medios, que en muchos casos habían contraído deudas en dólares en la década anterior, registraban ingresos menguantes y en pesos. Ello motivó al gobierno de Eduardo Duhalde a impulsar una ley aprobada ya en la gestión de Kirchner: la de Preservación de Bienes Culturales que, al establecer un tope del 30% de capital extranjero en las industrias culturales argentinas, impedía que acreedores externos reclamaran los activos de las empresas locales endeudadas como parte de pago y tuvieran que negociar quitas y planes de financiación del pasivo. La Ley de Bienes Culturales fue un salvataje estatal a las empresas de medios que impregnó, como lógica de intervención, la primera etapa del ciclo kirchnerista. La renovación automática de las licencias televisivas más importantes de los dos principales grupos de medios, Clarín y Telefónica, en diciembre de 2004, y, sobre todo, la firma del Decreto 527 en 2005 mediante el cual Kirchner suspendió el cómputo de diez años para las licencias audiovisuales, constituyen indicadores explícitos (hay otros) de un Estado que socorrió a los magullados capitales de la comunicación. Mientras tanto, las organizaciones sin fines de lucro continuaban proscriptas del acceso a licencias audiovisuales, lo que contravenía el derecho a la comunicación y la tradición que vincula la libertad de expresión con los derechos humanos contenida en la Declaración Universal de DDHH, en la Convención Americana de DDHH y en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Ese mismo año 2005, a instancias de la Corte Suprema de Justicia, el Congreso sancionó la ley 26.053 por el que modificó el artículo 45 de la entonces vigente ley de radiodifusión 22285 de 1980 y se habilitó el acceso a licencias de radio y televisión para personas y entidades sin fines de lucro. No obstante, este avance legal no se tradujo en la apertura de concursos para materializarlo y por lo tanto, no afectó la lógica concentrada del sector.

El oficialismo justifica su intervención a favor de los grandes grupos mediáticos en la débil legitimidad de origen del gobierno de Kirchner, que accedió a la presidencia con el 22% de los votos, habiendo sido superado en la contienda de marzo de 2003 por Carlos Menem (24,3%), quien desistió de presentarse al balotaje. Esa débil legitimidad fue conjurada por un programa de acción transgresor en varios aspectos. Así, la recomposición de la autoridad estatal a través de la designación de una Corte Suprema de Justicia independiente del gobierno, el impulso a los juicios por violaciones a los derechos humanos, la reapertura de

las negociaciones paritarias (fundamental pero no únicamente salariales) y la recuperación macroeconómica ampliaron el apoyo social y político al presidente.

La justificación que ensaya la militancia oficialista sobre las medidas trascendentes que adoptó Kirchner potenciando la concentración del sistema de medios y su alianza con el Grupo Clarín y otros conglomerados mediáticos no basta, sin embargo, para explicar cómo fue que, tras las elecciones presidenciales de 2007, cuando Cristina Fernández fue electa con una diferencia de más de 20 puntos sobre sus adversarios, es decir, con enorme legitimidad electoral y capital político, Néstor Kirchner autorizó en su último día de mandato la fusión entre Cablevisión y Multicanal (Grupo Clarín). El cable representa más del 80% de los ingresos del conglomerado conducido por Héctor Magnetto³.

La presidencia de Kirchner respaldó la estructura de medios heredada, estimulando su estructura, en especial la concentración. Evitó en los hechos habilitar el acceso a los medios por parte de sectores sociales no lucrativos, concibió un esquema de ayuda estatal a cambio de apoyo editorial, incentivó la mejora en la programación de Canal 7, creó la señal Encuentro. El sector se recompuso económicamente y experimentó una primavera exportadora de contenidos y formatos facilitada por la competitividad del tipo de cambio. A muchos periodistas les fastidiaba la desintermediación que Kirchner ejercitaba prescindiendo de conferencias de prensa y entrevistas, pero al no promover grandes cambios en el sector, convivió amablemente con los accionistas de los grandes grupos.

El clásico descuido de las emisoras de gestión estatal comenzó a revertirse a partir del gobierno de Fernando de la Rúa, pero con las presidencias de Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner se crearon nuevas señales (Encuentro, Paka-Paka, IncaaTV) y se potenció la función del Estado como emisor. La creación del Programa Fútbol para Todos, desde 2009 (meses antes de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual), reforzó la evolución de una pantalla que hasta entonces no disputaba el interés de las audiencias. El Estado incide en el *rating* produciendo contenidos de calidad, si bien en el segmento de la información política acentuó su sesgo gubernamental e intemperante con las opiniones que no reproducen la posición del Poder Ejecutivo Nacional. Es importante recordar que en la historia argentina los medios estatales siempre fueron oficialistas, tradición con la que colaboraron gestiones (nacionales y provinciales) de

³ - Según los balances informados por el Grupo Clarín a la Bolsa de Comercio, el 89% de sus ganancias proviene de las actividades "televisión por cable e Internet" (Cablevisión y Fibertel).

distinto signo político, no obstante el nivel de confrontación promovido por las emisoras estatales en el último lustro tiene pocos antecedentes en los gobiernos civiles del siglo pasado (uno de esos antecedentes es el de los dos primeros gobiernos de Juan Perón (ver Varela, 2005; Sivak, 2013).

Cuando el presidente de Radio y Televisión Argentina, Tristán Bauer, afirma que Canal 7 “es plural porque arrancamos la programación con el noticiero del tiempo en todo el país” (entrevista de Emanuel Respighi en Página 12, el 28/4/2013), resume una noción de lo público y que potencia el sesgo oficialista representado en la grilla de programación de la emisora. Para Bauer “si por plural se entiende ser neutral, digo que no es neutral, como no lo es ningún medio (...) Nadie puede discutir la pluralidad de contenido de Canal 7”.

La política conducida por la presidenta Fernández de Kirchner es la fuerza gravitatoria de los contenidos periodísticos de Canal 7 y Radio Nacional, aunque en este caso el informativo incluye una participación de las emisoras del interior del país y su acento es, pues, más federal. La radio se permite además matices críticos que no se observan en la televisión.

La grilla de Canal 7 incluye noticieros nacionales (Visión 7 en su versión matinal, de mediodía, matiné y nocturna), un programa semanal de noticias internacionales que introduce análisis e informes con tratamientos más complejos (Visión 7 Internacional, los sábados al mediodía) y un programa estelar, *678*, que se emite desde marzo de 2009 producido por la productora PPT (Pensado para Televisión, de Diego Gvirtz). Con la excepción del fútbol, *678* tiende a devorar el resto de la programación, tanto por su contenido, por el horario central en que es emitido, por su frecuencia diaria (salvo los sábados), como por los invitados, figuras relevantes del gobierno. El panel de *678* referencia su intervención en informes editados con lógica binaria y estilo paródico. El objetivo, explícito, es desmontar el discurso de Clarín y otros medios críticos con el gobierno aludidos como “la corpo” o “los medios hegemónicos”. La pretensión didáctica del ciclo se basa en reiteraciones y guiños a una audiencia identificada con el kirchnerismo para reforzar sus certezas e impresiones. La reproducción del discurso oficial en el programa genera una circularidad que evita matices e ignora la crítica, construyendo un diseño endogámico que, en este aspecto, resulta semejante a la caracterización del discurso de los grandes medios comerciales con los que *678* confronta.

Otro factor decisivo en la metamorfosis del sistema de medios desde la recuperación del régimen constitucional fue el surgimiento incesante de nuevas plataformas de emisión. Primero fueron las radios FM que desde 1980 modificaron el lenguaje radiofónico y segmentaron públicos y géneros. Además, en la salida de la dictadura el dial se nutrió con la movilización social a través de experiencias comunitarias y barriales que, si bien se hallaban proscriptas, lograron en 2009 su reconocimiento legal (excepción hecha de la ley 26053/05 mencionada). La combinación de un proceso social de expansión de las libertades individuales y colectivas con la disponibilidad de tecnologías de la comunicación (FM's) y un Estado que desde 1981 carece de un plan técnico que ofrezca información pública sobre la cantidad de frecuencias radiales y televisivas en cada localidad del país, arrojó un resultado que modificó el panorama de las radios desde comienzos de los ochentas y hasta el presente (ver al respecto Vinelli, 2013). Para Fernando Ruiz, “lo distinto en América Latina en relación a otras zonas del mundo, es que el rotundo proceso de democratización política que se produjo en el continente durante los ochenta, impulsó un crecimiento enorme de la libertad de emisión en el mismo momento en que los medios estaban embarcados en un fenomenal cambio tecnológico” (2010: 34).

La convergencia entre tecnología y sociedad es un eje medular para comprender cambios del pasado reciente y del presente, ya que el desempeño de los medios se realiza en una sociedad con necesidades y expectativas cambiantes. El control remoto y la migración de los receptores al color tonificaron las formas de ver televisión, pero a partir de 1990 la paulatina masificación de la televisión por cable y su menú multicanal introdujo una oferta de decenas de canales, muchos de ellos temáticos, en una pantalla que sólo en las grandes ciudades contaba con más de un canal de aire hasta entonces. La aludida concentración en su etapa expansiva complementó la masificación de la televisión por cable (y en medida más moderada, del satélite).

El paisaje mediático tendría luego un revulsivo extraordinario con Internet y más adelante con las conexiones ubicuas a través de dispositivos móviles, la diseminación de redes digitales y de espacios que alternativizan el flujo unidireccional con soportes analógicos propios de los medios tradicionales. El peso de los nuevos medios se siente en los balances de las empresas que acusan una merma de ingresos publicitarios, ya que las campañas se canalizan también a través de los medios digitales, y una disminución de sus audiencias

seducidas por la multiplicación de la oferta. Genéricamente, estos procesos son aludidos con el término “desintermediación”.

A su vez, las nuevas plataformas de información y entretenimiento favorecen la extensión de la discusión social sobre la función que desempeñan los medios cuestionando su immaculada concepción y la ideología de la objetividad. La centralidad de las industrias culturales y de los medios en particular convoca el interés, la curiosidad y la reflexión de grupos sociales sobre cuáles son las reglas de juego de este sector estructurante del espacio público. En este marco de secularización de los medios algunos actores de la sociedad civil promovieron una discusión sobre la regulación mediática que logró articular demandas ciudadanas y de grupos organizados (sindicatos de trabajadores de medios, el movimiento de radios comunitarias, organizaciones de derechos humanos y ONG’s, investigadores universitarios) con las de mayor inclusión para actores sociales postergados en los medios (ver Segura, 2011). En 2004 muchos de esos actores se dieron forma organizativa a través de la “Coalición por una Radiodifusión Democrática” que acordó una plataforma de 21 puntos con los que postulaban un cambio de paradigma regulatorio en el sector. Entre otros puntos, se destacaba el derecho al acceso a licencias de radio y televisión por parte de actores no lucrativos en el marco de una concepción de la comunicación como derecho social, la promoción de la diversidad, la no gubernamentalización de los contenidos ni de la gestión de los medios del Estado, la necesidad de restringir los niveles de concentración de la propiedad, la no discriminación de la asignación de la publicidad oficial.

La “Coalición por una Radiodifusión Democrática” representó en el período previo a 2008 una fuerza de perspectivas múltiples, plurales y abiertas a la discusión. Su plataforma tuvo eco en varios partidos políticos y en otras organizaciones no ligadas al campo de la infocomunicación. Pero la discusión, inédita, se amplió recién a partir de 2008 cuando el gobierno de Cristina Fernández elevó la cuestión de los medios al centro de la agenda política.

Con diferencias, otros países de la región también atravesaron procesos similares, donde un grupo activo en la producción de debates sobre el rol de los medios teje propuestas de reformas que son luego aprovechadas por el poder político cuando éste evalúa que esas propuestas resultan funcionales ante una coyuntura conflictiva con actores concentrados del sistema de medios.

Las nuevas regulaciones en América Latina (en países con gobiernos tan diferentes como el venezolano, uruguayo, argentino, boliviano, ecuatoriano o mexicano) refieren, fundamentalmente a cambios en la estructura de propiedad y en la producción de contenidos. El respaldo de algunos gobiernos de la región a esta discusión es citado con frecuencia por quienes resisten la apertura del debate sobre la función de los medios, alegando que, puesto que la intención de los gobiernos suele distar de ser consistente con la pretendida ampliación del derecho a la comunicación o incluso respetuosa de la libertad de expresión, entonces la discusión misma carece de valor. Este argumento, que representa una variación de la lógica *ad hominem*, resulta una falacia dado que esconde la intención de colocar un dique a la consideración pública sobre el desempeño de un campo clave como el de los medios de comunicación.

La afirmación de que las intenciones de los gobiernos distan de ser prístinas al impulsar las inéditas discusión y regulaciones sobre medios en varios de los países de Sudamérica tiene asidero en el caso argentino si se analiza en detalle el comportamiento del Poder Ejecutivo en la aplicación discrecional de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 tras su sanción por el Congreso en 2009. Esta ley, fruto del inédito debate social sobre los medios (que desborda incluso el contenido concreto de la norma), es en esencia un giro copernicano en la intervención estatal en el sector ordenado por Cristina Fernández tras el estímulo a la concentración del mercado realizado durante la gestión de Néstor Kirchner.

A partir de la llamada “crisis del campo” de marzo de 2008 (ver Becerra y López, 2009) la entonces flamante presidenta se enfrentó con el grupo Clarín que sigue siendo, junto a Telefónica, el más poderoso conglomerado comunicacional en el país. El caso Papel Prensa, el cuestionamiento a la firma Fibertel, la gestación del Programa FPT, la adopción de la norma japonesa-brasileña de televisión digital terrestre en un plan que aspiraba inicialmente a restar abonados a la televisión por cable y luego la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual son manifestaciones de la nueva política de medios. Este listado sería incompleto si no mencionara el incremento de la financiación de medios afines al gobierno con recursos públicos a través de la publicidad oficial cuyo manejo discrecional fue condenado por la Corte Suprema de Justicia, o si omitiera medidas que protegen el derecho a la libertad de expresión, como la despenalización de las figuras de calumnias e injurias en casos de interés público o la abolición del desacato (ver Bertoni y del Campo, 2012).

La contienda entre la gestión de Cristina Fernández y el grupo Clarín cuenta con antecedentes en relaciones tormentosas entre gobiernos y medios a lo largo del siglo XX, pero a la vez presenta rasgos novedosos. Varios presidentes podrían suscribir las filípicas de CFK contra “la corpo”. Yrigoyen, sobre todo en su segundo mandato, o Juan Perón desde las vísperas de su asunción como presidente como durante sus primeros años de gobierno, es decir, antes de cooptar radios y diarios y convertirlos al oficialismo, lidiaron con la cerril oposición de grandes medios. También fueron víctimas del acoso mediático Arturo Illia, quien era ridiculizado desde publicaciones en las que emergía como astuto editor Jacobo Timerman, y María Estela Martínez de Perón en los meses previos al Golpe de Estado de Videla, Massera y Agosti. Tras la dictadura, Raúl Alfonsín sufrió el embate de los medios privados en el tramo final de su presidencia y Carlos Menem en su segundo gobierno se arrepentía de haber propiciado la conformación de multimédios. A diferencia de la fábula de la rana y el escorpión, los multimédios sobrevivieron a Menem sin advertir que el desprestigio de la política que estalló junto a la crisis socioeconómica a fines de 2001 también los alcanzaría porque, en la percepción social, los medios forman parte de una institucionalidad que colapsó a principios de este siglo.

El historial de disputas entre gobiernos y medios no expresa, necesariamente, ausencia de vínculos estrechos entre ambos. En todos los casos mencionados hubo sectores del partido de gobierno que sostuvieron ayudas y permisos generosos hacia los principales empresarios de la comunicación, lo cual redundó en su mayor poderío. ¿Cómo entender, si no, las frecuentes citas entre el ex presidente Néstor Kirchner y Héctor Magnetto, CEO de Clarín, entre 2003 y 2008?

Desde 1989, la creciente concentración de la propiedad de los medios otorgó a los grupos una entidad superior a las empresas periodísticas del pasado. Clarín, Telefónica o Vila-Manzano son conglomerados que abarcan diversas actividades económicas. Los medios son sólo una parte de sus negocios y en muchos casos, es el interés en otras áreas lo que tracciona la línea informativa, subordinándola. Si Botana con Crítica hostigaba a Yrigoyen, el poder de fuego de los conglomerados se diversificó con la concentración de las últimas décadas.

El enfrentamiento entre el gobierno y Clarín produjo una polarización que desborda al sistema de medios, pero que organiza a las empresas periodísticas en dos campos opuestos. Éstos potencian la selección intencional de hechos noticiables al previo cálculo acerca de si un acontecimiento (o una fuente) es o no conveniente para el sector en el que milita. La polarización erosiona la posibilidad de encontrar voces discordantes con la propia línea editorial y exacerba un ambiente endogámico en el que cunde la sospecha sobre la mala intención del otro (nunca la propia). El otro, el que piensa diferente, está comprado, sus motivos son espúrios, forma parte de una conspiración. Este argumento resulta económico: sostiene la convicción de que lo distinto es corrupto o está corrompido y así se ahorra el laborioso proceso de construir una argumentación coherente. El resultado es que se empobrece la discusión pública porque cada polo se siente eximido de demostrar lo que vocifera.

Para Silvio Waisbord el privilegio de la opinión frente a los datos vuelve dogmático al periodismo. “Si consideramos el caso de la cadena Fox en Estados Unidos, vemos que la tendencia es ignorar datos que contradicen convicciones ideológicas. Se justifica presentar información sesgada para confirmar las certezas militantes y regocijar a los aliados. Cuando la opinión abunda, escasea el periodismo que recaba datos originales y verifica promesas y pronunciamientos políticos. Analizar información o hacer investigaciones propias es más costoso que aplaudir lo que dice el oficialismo o la oposición” (Waisbord, 2011).

Así, aunque en Buenos Aires se editan más de 13 diarios y funcionan seis señales televisivas de noticias, la concentración de su propiedad y sus fuentes de financiamiento condicionan el encuadramiento en torno del eje oficialismo-oposición, resignando matices y subordinando la difusión informativa al previo propósito de adular o atacar al gobierno.

Este panorama se fue componiendo mientras el Congreso aprobaba, por segunda vez en la historia argentina, una ley sobre radio y televisión (la primera había sido en 1953; el resto de leyes y decretos integrales sobre el sector fueron dispuestas por gobiernos militares). La ley audiovisual argentina se distingue de las adoptadas por Venezuela en 2004 y por Ecuador en 2013 ya que es respetuosa, en su letra, de los contenidos y de la libertad de expresión. No obstante, el cambio en las políticas de comunicación es contemporáneo con la discusión instalada en varios países latinoamericanos sobre la regulación de los medios e industrias convergentes (telecomunicaciones, Internet). En el plano local, la derrota en las elecciones de medio término de 2009 precipitó, en éste y en otros ámbitos, nuevos modos

de intervención estatal. Desde entonces se incrementó la publicidad oficial con la que se premia a empresarios de medios afines y castiga a díscolos. Es una lógica inherente a casi todo el arco político: gestiones disímiles como las de Mauricio Macri o Daniel Scioli replican el uso discrecional de recursos públicos con fines propagandísticos y se resisten a regularlo⁴. Más recientemente, el gobierno fue denunciado por presionar a anunciantes privados (supermercados y telefónicas—ambos actores concentrados con la venia gubernamental—) para que retiren sus anuncios de los diarios críticos al oficialismo.

La ley de audiovisual 26522/09 tiene carácter inclusivo al comprender a sectores no lucrativos (cooperativas, medios comunitarios) en la gestión de licencias, establecer límites a la concentración de la propiedad, exigir a las emisoras estatales pluralismo y diversidad, habilitar la participación de minorías políticas y sociales en los flamantes organismos de aplicación y control y disponer cuotas de contenidos locales e independientes.

Sin embargo, ni el gobierno ni los principales grupos respetan la ley a casi cuatro años de su sanción. Es más, la ausencia de concursos, la falta de información fiable sobre quiénes son los licenciatarios, el guiño del gobierno para que la desconcentración se realice entre accionistas y allegados (estrategia fronteriza con el *testaferrismo*) de todos los grupos excepto Clarín (que mantiene el pleito por dos artículos de la norma, tema que al cierre de la edición de este artículo estaba en manos de la Corte Suprema de Justicia), el sobreactuado oficialismo de los medios estatales, la inyección de recursos para promover políticas carentes de controles sociales y políticos, se combinan para desatender la democratización prometida.

Además, lejos de concretar la paulatina entrega del 33% de frecuencias del espectro radioeléctrico para su gestión por parte de actores sociales sin fines de lucro (una de las mayores innovaciones de la ley audiovisual), la mayoría de los medios autorizados a funcionar tras la sanción de la ley son emisoras estatales. La ley exige que la política audiovisual se organice tomando como referencia la elaboración de un plan técnico de frecuencias. Esta información, esencial para conocer cuántas frecuencias hay en cada

⁴ - Sobre publicidad oficial ver Becerra, Martín, *Quid pro quo: la publicidad oficial en la Argentina y sus múltiples facetas*, Poder Ciudadano, Buenos Aires, disponible en <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gVG8c7kZdzoJ:poderciudadano.org/wp/wp-content/uploads/2011/12/InformeFinalPublicidadOficiaArgentina20111.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ar>

localidad y cuántas están ocupadas y disponibles, no ha sido construida por el gobierno a cuatro años de sanción de la norma. La ausencia de este indicador elemental entorpece toda posibilidad de avance en la concreción del 33% para actores no lucrativos.

La ley audiovisual desde el momento de su sanción por el Congreso en octubre de 2009 fue objeto de controversia judicial. Clarín, el principal multimedios junto a Telefónica, obtuvo tempranamente una medida cautelar que suspendió algunos pocos, pero centrales, artículos. Recién en diciembre de 2012, el juez Horacio Alfonso emitió un fallo avalando la constitucionalidad de los artículos impugnados por Clarín. Esto sucedió después de que la propia Corte Suprema amonestara a jueces y camaristas por la demora en la consideración del caso, y al Gobierno por la modorra en la aplicación del resto de la ley que no está objetado.

En abril de 2013, la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial alteró lo dispuesto en primera instancia. En una decisión favorable al Grupo Clarín, determinó que la norma audiovisual es constitucional en los límites fijados a la concentración de licencias abiertas (radio y televisión) pero es inconstitucional en los límites establecidos para el cable. Estos son impedimentos a poseer más de 24 licencias de cable o a superar el 35% del mercado por un lado, a contar con licencia de TV abierta y por cable en una misma zona por otro y, por último, a que el operador de cable pueda gestionar más de una señal propia.

Así, los camaristas introdujeron la discusión sobre la regulación del cable a la que deberá atender ahora la Corte. Esta discusión toca la médula del sistema de medios, ya que Clarín ejerce una posición dominante en el mercado del cable (obtenida gracias a la autorización del expresidente Néstor Kirchner en diciembre de 2007 para que se fusionaran Cablevisión y Multicanal). De manera que el fallo de la Cámara preservaría el principal activo de Clarín, mientras que una eventual desconcentración del cable afectaría la configuración del conglomerado conducido por Héctor Magnetto.

Para la Cámara, la concentración del cable es condición necesaria para posibilitar independencia y sostenibilidad económica. El fallo descansa en la suposición, compartida por una parte de la biblioteca económica, de que una mayor envergadura confiere a las empresas de medios independencia de los gobiernos y les permite ofrecer mejores servicios

y a menores precios a sus clientes. En la historia del cable en la Argentina, ambos supuestos se revelan falsos.

Lo que determine la Corte excede el caso Clarín y su contienda con el Gobierno. En efecto, si la premisa de la Cámara fuera correcta, habría que asegurar un alto nivel de concentración para que otros actores alcancen la sostenibilidad inherente a la libertad de expresión. Puesto que la concentración significa que muchos recursos son capturados por pocos actores, la premisa resulta irrealizable. A la inversa: en el caso de los medios de comunicación, la doctrina interamericana de Derechos Humanos plantea que disminuir la concentración es un estímulo para que otros actores ejerzan su derecho a la comunicación. En palabras de Owen Fiss, la libertad de expresión depende de los recursos de los que se disponen y si éstos están concentrados la libertad de expresión del resto, es decir el interés público, se resiente.

Pero frente al planteo de la Cámara que sólo concibe como amenaza a la libertad de expresión la acción estatal pero no la de grandes grupos privados, el Gobierno no ensayó una respuesta adecuada y se dedicó a cuestionar a los integrantes del fuero por haber participado de actividades coorganizadas por Clarín.

En la primera instancia, el juez Alfonso se desentendió del cable. Tampoco los dictámenes de la procuradora general, Alejandra Gils Carbó, (quien siendo fiscal en 2006 había dictaminado contra la fusión de Cablevisión y Multicanal avalada luego por Kirchner), ni los escritos aportados por el Gobierno sostienen por qué se prohíbe la propiedad cruzada entre televisión abierta y cable o por qué se restringe las señales de producción propia de un mismo operador de cable. En otros países, donde no existe este impedimento, se exige a los cableros, mediante reglas de must carry, que transporten en igualdad de condiciones señales de la competencia, pero sin limitar la cantidad de señales propias (Estados Unidos, México).

Se puede argumentar que en un país como la Argentina, donde más del 80% de los hogares accede a la televisión a través del cable, este servicio no puede estar tan concentrado pues los operadores se convierten en verdaderos cuellos de botella que ejercen con el abuso de los precios de abono, con políticas predatorias de la competencia, con la discriminación de contenidos y con la absorción en condiciones privilegiadas de la programación más

codiciada (como los derechos de televisación del fútbol durante casi dos décadas). En definitiva, también las *Fin Syn rules* (Financial Interest and Syndication) establecían en EE.UU. límites para las señales de cable y la programación propia que un operador podía incorporar a su grilla, para impedir posiciones anticompetitivas. Las reglas contra la propiedad cruzada de medios en EE.UU. fueron altamente restrictivas hasta 1996 (Ley de Telecomunicaciones), cuando estaba prohibido que las cadenas nacionales de TV (CBS, ABC, NBC) fuesen prestadoras de cable. La Ley de Telecomunicaciones también permitió que las empresas de telecomunicaciones sean operadoras de cable. En Gran Bretaña, tras el escándalo de las escuchas protagonizado por el principal grupo, News Corp, se debate la adopción de un límite del 15% de los ingresos totales de los mercados de medios nacionales⁵. Un grupo que supere ese porcentaje debería desprenderse de activos.

Pero un planteo de este tipo precisaría, para justificar la adopción de reglas restrictivas, de la demostración de que el Estado intentó sin éxito aplicar leyes de defensa de la competencia, que estimuló la apertura mediante venta de pliegos a nuevos operadores y que éstos fueron boicoteados por los actores concentrados, que impulsó la presencia de cooperativas y de nuevas señales y contenidos. Requeriría, además, un documentado conocimiento del sector. El Gobierno, por el contrario, congeló a la apertura del cable a nuevos operadores, potenció la concentración tras la intervención del área de defensa de la competencia dependiente de la Secretaría de Comercio Interior, colaboró para extender licencias de los operadores a distritos vecinos y sólo produce información cuando intuye que puede ser capitalizada inmediatamente por el oficialismo.

La Corte Suprema debe laudar un conflicto en el que confluyen doctrinas de libertad de expresión, de economía de mercado y defensa de la competencia, de preservación del interés público y de la potestad estatal para regular un sector cardinal en la etapa de convergencia de medios y telecomunicaciones como es el cable. Lo que decida ampliará la posición de unos y dinamitará la de los otros.

El gobierno se excusa y acusa como fuente de la distorsión entre sus políticas y la letra de la norma audiovisual a la suspensión de algunos pocos (aunque centrales) artículos de la ley

⁵ Ver <http://www.levesoninquiry.org.uk/wp-content/uploads/2012/07/Annex-1-to-Submission-by-Claire-Enders-Enders-Analysis.pdf>

por parte de la Justicia⁶, pero su atención al resto de la norma fue parca en los últimos años. Cuando quiso respetar la ley obtuvo magros resultados: por ejemplo, el esfuerzo para fomentar la producción local de contenidos televisivos no suscitó, hasta ahora, el interés de las audiencias.

Por otra parte, el gobierno se resiste a cumplir el Decreto 1172/03 de Kirchner para garantizar el acceso a la información pública del Poder Ejecutivo, protagonizando litigios en los que defiende posiciones antitéticas a las que inspiraron aquella medida (un caso emblemático es el del PAMI, en el que intervino la Corte Suprema en 2012).

No obstante, hay cambios evidentes que no tienen, necesariamente, a la ley audiovisual como guía aunque tanto el gobierno como la oposición la invocan como justificación. En los últimos años en la Argentina hay cambios significativos en el mapa de medios, con grupos en ascenso (Cristóbal López, Vila-Manzano, Szpolski) y un gobierno que actúa a la vez como operador audiovisual con una destreza infrecuente en el país y como financiador de empresas y productoras. Clarín, empero, ve acechado el dominio que ejerció durante décadas con recientes intervenciones del gobierno en sus mercados de actividad. Telefónica mantiene una política de buena vecindad con el oficialismo y capitaliza su posición dominante en el mercado de las telecomunicaciones, cuya regulación sostiene inalterables varios principios de la Reforma del Estado de 1989.

Se asiste, pues, a una reconfiguración de los nexos entre medios, negocios y política a través de una pugna por llegar a 2015 con una relación de fuerzas empresariales diferente a la que expresó el campo mediático desde fines de la década de 1980. La administración del Estado protagoniza esa puja, por lo que la competencia electoral será definitiva para proceder al análisis de los tiempos que vienen.

Referencias:

⁶ - Ver <http://martinbecerra.wordpress.com/2013/07/13/ley-de-medios-a-sentencia-notas-de-arballo-y-becerra/>

- Adorno Adorno, Theodor (1967), “La industria cultural”, en Morin, Edgar y Theodor Adorno, *La industria cultural*, Galerna, Buenos Aires, p. 7-20.
- Arsenault, Amelia y Manuel Castells (2008), “The structure and dynamics of global multi media business networks”, en *International Journal of Communications 2*, IJoC, University of Southern California Annenberg, p. 707-748.
- Becerra, Martín, Santiago Marino y Guillermo Mastrini (2012), *Cartografía de los medios digitales en Argentina*, mimeo, disponible en <http://es.scribd.com/doc/131089231/Argentina-Mapping-Digital-Media-Castellano>
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2009), *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires.
- Becerra, Martín y Soledad López (2009), “La contienda mediática: temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008”, en *Revista de Ciencias Sociales (segunda época) n°16*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, p. 9-30.
- Bertoni, Eduardo y Agustina del Campo (2012), *Calumnias e injurias: a dos años de la reforma del Código Penal argentino*, CELE, Universidad de Palermo, Buenos Aires, disponible en <http://www.palermo.edu/cele/pdf/Calumnias-e-Injurias.pdf>
- Carboni, Ornela (2012), *Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)*, mimeo, tesis defendida en la Maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes en diciembre de 2012.
- Curran, James (1998), “Repensar la comunicación de masas”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación*, Paidós, Barcelona, p. 187-255.

- De Miguel, Juan Carlos (2003), “Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia”, en Bustamante, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona, p. 227-256.
- Fiss, Owen (1986), *Free speech and social structure*, Iowa Law Review n°71, Iowa College of Law, p. 1405-1425.
- Ford, Aníbal y Jorge B. Rivera (1985), “Los medios masivos de comunicación en la Argentina”, en Ford, Aníbal, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, p. 24-45.
- Fox, Elizabeth y Silvio Waisbord (eds) (2002), *Latin politics, Global media*, University of Texas Press, Austin.
- Marino, Santiago (2013), *Políticas de comunicación del sector audiovisual: las paradojas de modelos divergentes con resultados congruentes*, mimeo, tesis defendida en el Doctorado de Ciencias Sociales de la UBA en marzo de 2013.
- Mastrini, Guillermo (ed.) (2005), *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires.
- McChesney, Robert (2002), “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en Vidal Beneyto, José (director), *La ventana global*, Taurus, Madrid, p. 233-247.
- Miège, Bernard (2006), “La concentración en las industrias mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, p. 155-166.

Poder Ejecutivo Nacional (PEN), *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual n°26522*, <http://www.afsca.gob.ar/web/indice-de-la-ley.php>

Ruiz, Fernando (2010), “Fronteras móviles: caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina”, en Sorj, Bernardo (comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*, Siglo XXI y Plataforma Democrática editores, Buenos Aires, p. 15-58.

Segura, Soledad (2011), *Información pública y construcción de ciudadanía: los movimientos sociales por la democratización de las comunicaciones*, mimeo, tesis defendida en el Doctorado de Ciencias Sociales de la UBA en julio de 2011.

Sivak, Martín (2013), *Clarín, el gran diario argentino. Una historia*, Planeta, Buenos Aires.

Varela, Mirta (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Edhasa, Buenos Aires, 301 p.

Vinelli, Natalia (2013), *La televisión alternativa, popular y comunitaria (1987-2012). Historia, problemas y contrainformación para el área metropolitana*, mimeo, tesis de Maestría en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Pendiente de entrega.

Waisbord, Silvio (2011), “El error de la prensa militante”, en *La Nación*, 12 de enero, Buenos Aires, disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1340778-el-error-de-la-prensa-militante>