

## INTRODUCCIÓN

Guillermo Mastrini, Diego de Charras, Mariana Baranchuk, Diego Rossi y Martín Becerra

Pocas veces en la historia hemos asistido a la proyección pública de un tema como las políticas públicas de comunicación, que en general ha quedado limitado a las empresas interesadas y las agencias reguladoras del Estado. A su vez dentro de éstas, a un muy reducido grupo de especialistas. Por su parte, la sociedad que consume cotidianamente los medios masivos no ha sabido ganar su lugar en la discusión, no ha podido incorporarse como ciudadana para participar de la definición de las políticas de comunicación.

Hoy en día la situación ha cambiado parcialmente. No resulta sencillo tener que cerrar la edición de un libro (en este caso se trata de su tercera edición) que analiza la regulación de los medios en el momento que se discute la sanción de una nueva ley. Sabemos mientras escribimos esto en junio de 2008, que es probable que al poco tiempo le falte a nuestro libro una parte sustantiva de la historia. Más allá de los inconvenientes que esta situación pueda ocasionar, saludamos la apertura del debate sobre cómo organizar los medios. Hoy en día no sólo es posible leer, ver y escuchar cotidianamente en los propios medios debates en torno a su regulación, sino que dicho debate es seguido por un conjunto de organizaciones sociales. Sindicatos, universidades y organizaciones políticas, acompañan el mismo mediante charlas y seminarios, expandiendo los alcances de la problemática a un importante porcentaje de los habitantes.

Lamentablemente a la hora de cerrar el libro no se conocen los lineamientos del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (que reemplazaría a la Ley de Radiodifusión) que el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner se ha comprometido a enviar al Parlamento tras reunirse con distintos representantes de la sociedad y el empresariado para discutir el tema. Sin embargo, frente al escepticismo marcado que predominaba en las dos ediciones anteriores, existe la esperanza que se ponga fin a la existencia de la autoritaria y centralista ley 22.285/80. Sabemos que una ley no es el objetivo final de una política de democratización de la comunicación, sino que este proceso

es mucho más complejo y requiere de mayores esfuerzos. Pero reemplazar la ley firmada por Videla es un paso indispensable.

Por otra parte, el debate instalado en torno al rol de los medios y sus intereses políticos y económicos, podría resultar llamativo si se consideran las escasas y aisladas voces que alertaron acerca de las negativas consecuencias que podrían tener las profundas transformaciones en las industrias culturales producidas durante la década del 90. En efecto, las bases legales, políticas y económicas de su privatización y desnacionalización fueron propiciadas y establecidas durante los años menemistas sin que recibieran una respuesta pública considerable. Hoy en día destacamos también que desde el año 2004, un nutrido grupo de organizaciones sindicales, de derechos humanos, no gubernamentales, universitarias, de la sociedad civil, de pequeños y medianos empresarios y agrupaciones políticas han coincidido en elaborar una plataforma elemental para democratizar los medios de comunicación. La conformación de la Coalición por una Radiodifusión Democrática ([www.coalicion.org.ar](http://www.coalicion.org.ar)) implica un paso fundamental en la lucha por involucrar al conjunto de la ciudadanía en este aspecto tan crucial.

En una sociedad en la que los medios de comunicación constituyen una referencia insoslayable para la definición de una agenda pública, donde el conjunto de la ciudadanía cada vez más toma sus decisiones políticas y económicas a partir de la información que recibe de los grandes grupos de medios de comunicación, la forma en que el sistema de comunicación es organizado por el Estado no resulta menor. En primer lugar, esto nos lleva a recordar que todos los gobiernos han tenido políticas para el sector, aunque su orientación tuviera fuertes diferencias. En segundo lugar, nos sugiere que la historia de las políticas de comunicación, así como las distintas posiciones que asumieron los partidos políticos, los empresarios, y la sociedad en general, resultan de fundamental importancia para comprender el debate actual. En este sentido, incluso para el campo académico, la crítica de la economía política de la de comunicación puede resultar incómoda.

El objetivo de este libro es recorrer la historia de la radiodifusión argentina, analizar las formas de intervención estatal y el desarrollo de su economía, así como estudiar las relaciones de poder que se establecieron a partir de la consolidación del sistema de medios.

La primera dificultad encontrada es la escasez tanto de fuentes y datos actuales como de investigaciones previas. De hecho, si hay un tema que prácticamente no aparece en los medios de comunicación, es precisamente la información sobre los medios de comunicación. Tampoco es un tema que haya recogido la preocupación de la mayoría de los investigadores en Ciencias Sociales. En efecto, sólo algunas operaciones de prensa o campañas interesadas sobre la competencia, permiten aproximarse al complejo mundo político, societario y financiero de los responsables de brindar la mayor parte de la información que consumen los ciudadanos argentinos. De esta forma en la mayoría de los casos el gran público no sólo no conoce quienes son los dueños de los medios, sino que tampoco es posible saber el estado financiero de las empresas. Y no es arriesgado señalar que alguna relación existe entre la situación económica de los medios y la independencia de su línea editorial. Esto es simple de confirmar si se analiza la más que estrecha relación entre los gobiernos provinciales y los pauperizados (por la crisis económica regional) medios impresos y radiales de las provincias de nuestro país.

Pero no sólo el público, y la ciudadanía en general, se ven privados de esta información, sino que en muchos casos el Estado tampoco puede acceder a un conocimiento básico sobre el tema. Sólo aquellos medios que cotizan en bolsa hacen públicos sus balances, pese a que la ley de radiodifusión y su reglamento posterior estipulan claramente la obligación de pedir autorización al COMFER para realizar cambios en la composición accionaria, así como de informar a dicho organismo anualmente sobre el estado de sus cuentas.

Este libro pretende, modestamente, realizar una contribución al conocimiento de la historia política y económica de la radiodifusión argentina.

**Hacia una economía política de la comunicación y la cultura**

En los últimos años se advierte un incremento de la producción en investigación crítica sobre las transformaciones en curso vinculado a la llamada economía política de la comunicación. Esta corriente presenta trabajos de referencia como los de Vincent Mosco (1996), Herbert Schiller (1989), Armand Mattelart (1998), Gaetan Tremblay (1997), Nicholas Garnham (1990) y Ramón Zallo (1992). Sus trabajos proponen rearticular los estudios de economía y política frente al proyecto neoliberal de desligar los análisis económicos de sus consecuencias políticas. Frente a dicho intento, se torna cada vez más necesario analizar conjuntamente el proceso de producción, distribución y consumo de las Industrias Culturales. La obra de George Yúdice (2003) constituye un aporte en este sentido. En ella se afirma que el papel de la cultura se ha expandido de una manera sin precedentes al ámbito político y económico.

Por ello, el trabajo que se presenta a continuación concuerda con las investigaciones que plantean analizar críticamente las transformaciones de los servicios informacionales y comunicacionales. En el conjunto de saberes que convergen en las llamadas Ciencias de la Comunicación es importante, entonces, profundizar la producción de conocimientos sobre la intervención del Estado, en tanto que este problema articula una multiplicidad de procesos: sociales, económicos, eminentemente comunicativos, culturales y éticos.

Los estudios de economía política de la comunicación recuperan, aún con críticas, la tradición de la escuela crítica latinoamericana en la lucha por la democratización del ecosistema comunicacional y el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Cabe recordar que Latinoamérica se ha caracterizado por haber sido en la década del '70 un territorio fértil en la discusión acerca de la democratización de la comunicación. La lucha por establecer Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) sirvió para incorporar al debate conceptos básicos como acceso y participación, servicio público y derecho a la comunicación. A partir del periodo de predominio del credo neoliberal, hablar de Políticas de Comunicación se transformó, al decir de Antonio Pasquali, en "*dirty words*". Paralelamente a este cambio en la agenda académica, la estructura comunicacional sufrió un proceso de concentración de la propiedad de los medios que alcanzó al conjunto de las industrias culturales y del entretenimiento. Por ello mismo, hoy en día es necesario volver a

pensar cómo democratizar las estructuras de medios. Sabemos que para dicha tarea resulta indispensable actualizar las ideas, los conceptos y los diagnósticos.

En la actualidad, el diseño de políticas de comunicación enfrenta tres cuestiones principales: la concentración de la propiedad, la convergencia entre los sectores audiovisual, informático y de telecomunicaciones, y la llamada gobernanza global de la comunicación en el marco de proyecto de Sociedad de la Información. Para ello, debe tenerse en cuenta que durante los últimos veinte años se asistió a una profunda transformación de las políticas de comunicación. A partir del triunfo electoral de gobiernos neoliberales se afianzó una política global de destrucción del Estado populista y de aquellos beneficios propios del Estado de Bienestar que se habían alcanzado. En este sentido no es casual que su doctrina esconda tras la argucia discursiva de la "desregulación" un proceso que denominamos "re-regulación"<sup>1</sup>. Se trata de una revisión de la regulación vigente con el fin de alcanzar una liberalización controlada del sistema, con actores privados reteniendo el control sobre las cuestiones claves del proceso.

Respecto a las Industrias Culturales Ramón Zallo (1992) señala que el cambio real se produce por la masiva irrupción del capital en el área cultural con un carácter sustitutivo de la función cultural-reproductiva del Estado. En este contexto Graham Murdock (1990) agrega que los procesos de privatización implicaron distintas formas de intervención pública que permitieron incrementar el tamaño del mercado dentro del sector de las industrias de la comunicación y la información y dar a los empresarios que operan en él, mayores márgenes de maniobra. Para Murdock la re-regulación fue utilizada especialmente para eliminar restricciones a la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. Este autor advierte con lucidez sobre la creciente contradicción que plantea el proceso de concentración entre el rol idealizado de la prensa como un recurso de la ciudadanía y su base económica de propiedad privada. A partir del dominio por parte de un reducido grupo de empresas de una significativa porción de la producción simbólica mundial es imperioso volver a considerar cómo se articula un sistema productivo basado en la propiedad privada con un sistema político que presupone que una participación social

plena depende en parte del acceso al máximo rango posible de información y análisis y a un debate abierto sobre los temas cotidianos (Murdock, 1990). El pensamiento crítico ha cuestionado la idea de que un sistema de comunicaciones dominado por la propiedad privada puede garantizar la diversidad de información requerida para garantizar una participación ciudadana plena.

También se han revelado proféticos los discursos que anunciaban la inminencia de la convergencia de los sectores de la comunicación, la informática y las telecomunicaciones. Si bien se puede constatar una creciente integración patrimonial de empresas de dichos sectores, la prestación de servicios conjuntos ha visto postergado su uso masivo ante algunos problemas tecnológicos y la falta de definición de un modelo de pago que garantizase niveles de rentabilidad aceptable a las inversiones realizadas. Nicholas Garnham (1999) advierte al respecto: "Es cierto que en el centro del fenómeno multimedia subyace un núcleo tecnológico común: la traslación de todas las formas de información en bits digitales. Esto permite entonces almacenar, manipular y visualizar dicha información por medio de computadoras y su transmisión en un flujo integrado en un canal común. Pero esto no ofrece más que un potencial tecnológico. La forma en que se realice este potencial estará determinada por procesos y estructuras económicas sociales, políticas y culturales y será significativamente distinta en función de los distintos campos de producción". Más recientemente, el equipo de Yves Punie y Jean Claude Burgelman (2002) ha indicado las dificultades del sector para encontrar un modelo de ingresos. Sin embargo, para este colectivo está clara la tendencia del mercado a buscar un modelo de sustentación empresarial basado en el pago por contenidos. Ante este contexto, sólo un criterio regulatorio distinto del neoliberal puede llegar a permitir niveles de acceso a los bienes simbólicos, que no resulten discriminatorios para los sectores de bajos ingresos. De no ocurrir esto, se acentuará la tendencia observada por Ramón Zallo (1992): "Un sector privilegiado en rentas y nivel cultural de la población accede a las formas más variadas y especializadas en equipamiento cultural e intensifica sus prácticas culturales (...) El sector mayoritario de la población se ancla en la cultura de masas".

---

<sup>1</sup> Mastrini, G y M. Mestman, (1996) "¿Desregulación o re-regulación? De las derrotas de las políticas a las

El tercer factor a considerar, vinculado a los dos anteriores, es la creciente dificultad de los Estado Nacionales para establecer políticas en el área. Mas allá de la estrecha relación que se puede observar entre el regulador y los regulados, fenómeno también descrito como cooptación del Estado y sus agencias regulatorias, se ha advertido el creciente peso de instituciones internacionales, como los acuerdos supranacionales (Unión Europea, Nafta, Mercosur) y organizaciones como la International Telecommunication Union (ITU) o la Organización Mundial del Comercio (OMC). Si bien los Estados Nacionales mantienen aún un rol central y el control formal de la mayor parte de las agencias regulatorias, la discusión que enfrenta a los partidarios de incluir los bienes simbólicos en los acuerdos comerciales con los defensores de la idea de diversidad cultural, constituye una señal de que el desplazamiento ya ha comenzado a ocurrir. Como señalan Siochrú y Girard (2002) "los gobiernos se hallan, en diferentes maneras, bajo la influencia de los intereses privados en la forma de las corporaciones multinacionales, todavía más en el sector de los medios y las comunicaciones que en la mayoría de los sectores de importancia global". Claro que, a diferencia de la década del '70, no parece aconsejable dejar sólo en manos de los Estados Nacionales la formulación de Políticas Nacionales de Comunicación alternativas, sino que resulta indispensable contar con un movimiento social organizado a nivel global.

### **Argentina y sus industrias culturales en tiempos recientes**

Durante la década del '90, las políticas de comunicación en la Argentina fueron contundentes y se materializaron en una fuerte centralización del capital, una parcial desnacionalización de la propiedad, y en una expansión de los mercados publicitarios. Las políticas neoliberales, de orientación mercadocéntrica, no lograron evitar que con el estallido de la crisis de diciembre de 2001, importantes medios de comunicación y empresas de telecomunicaciones se encontraran en situación de quiebra técnica. Esto en gran parte se debió a que el proceso de concentración de la propiedad se realizó a partir del fuerte endeudamiento externo de las empresas capaces de emitir Obligaciones Negociables en dólares. Los grupos adoptaron la estrategia del endeudamiento externo dado que las

tasas de interés obtenidas en el mercado internacional era sensiblemente más bajas que las que operaban en el mercado local (Basualdo, 2001). No cabe duda que la mayor parte de la deuda estuvo destinada a la compra de pequeñas empresas y competidores hasta profundizar las características oligopólicas del mercado de medios. Como se observará en los capítulos destinados a analizar el período menemista, a fines de la década del '90 dos grupos controlaban la parte más significativa del mercado. Hay que destacar que ello no sólo fue fruto de la deuda asumida, sino que también contó con la complicidad de un Estado que realizó cambios en la legislación que estimularon la concentración.

Al derrumbarse la convertibilidad, las deudas en dólares se tornaron impagables para la sociedad en su conjunto, pero afectó especialmente a quienes mantenían sus ingresos en pesos, con escasas posibilidades de trasladar los aumentos a los precios debido a la elasticidad de la demanda cultural. El mercado de medios se tornó inestable y dinámico. Los dos principales grupos de comunicación asumieron estrategias diferentes. El grupo Telefónica (dueño de radios y canales de televisión) se centró en su negocio más importante, la telefonía, y comenzó a desprenderse de una parte de sus activos en medios<sup>2</sup>. El grupo Clarín integró el núcleo de las empresas más poderosas del país reunidas en la Asociación Empresarial Argentina (AEA). Aún con diferencias internas, esta asociación mantuvo un acceso fluido al despacho del presidente Eduardo Duhalde (2002-2003), apoyó la salida de la convertibilidad, buscó obtener que el Estado se hiciera cargo de las deudas de las empresas, y tanteó incluso la posibilidad de avanzar en una segunda estatización de la deuda a través de la implementación de un seguro de cambio. Mientras tanto, nuevos actores cobraban fuerza en los medios, Daniel Hadad adquiría Canal 9 y José Luis Manzano llegaba al directorio de América.

Enfrascado en una coyuntura sumamente inestable, el gobierno del presidente Duhalde impulsó la sanción de la ley de defensa de industrias culturales a la medida de los intereses de los grandes grupos de medios. Sin embargo los dilatados tiempos del Congreso de la Nación y su apresurada salida del Ejecutivo, le impidieron redondear la tarea.



A los pocos de días de asumir el presidente Néstor Kirchner, el Senado de la Nación finalmente aprobó la modificación legislativa que impide a capitales extranjeros poseer más del 30% de la propiedad de estas industrias culturales (la disposición, según el artículo segundo de la ley, no se aplicará a los medios que previo a su sanción tuvieran una presencia mayor de capitales extranjeros<sup>3</sup>). Ésta, mal llamada, Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales, se limita a evitar que aquellos grupos que aún no habían quedado en manos del capital extranjero sean absorbidos por sus acreedores externos por no pagar. Así, el Estado convalida deudas asumidas para sostener el proceso de concentración de la propiedad, no establece una política a futuro, y se limita a resguardar las posiciones de un selecto grupo de empresarios sin siquiera establecer alguna compensación.

El gobierno del presidente Kirchner desarrolló nuevas políticas en áreas como los derechos humanos, pero mantuvo un tema fuera de la agenda: las políticas de medios. No es posible pensar una sociedad más democrática sin medios de comunicación que reflejen la diversidad política y cultural existente en la sociedad. En este sentido, la indefinición y apatía del gobierno respecto a las políticas "públicas" de comunicación resultó más que preocupante. En efecto, es un terreno donde la transparencia estuvo en *default*, por cuanto en varias ocasiones los acuerdos privados suplantaron a la discusión social.

Una política de comunicación que tenga en cuenta al conjunto de la sociedad no puede obviar la necesidad de que los medios del Estado sean públicos y no gubernamentales, debe asegurar la transparencia de la propiedad e intereses de los medios de comunicación (que no informan sobre su situación patrimonial), y restablecer el derecho de todos los ciudadanos y sus organizaciones a tener medios de comunicación en el marco de una política de estímulo al surgimiento y consolidación de medios de baja y mediana potencia. La sanción de una ley de radiodifusión que reemplace a la sancionada por la

---

<sup>2</sup> Hay que destacar, que además la suma de sus propiedades constituían una clara transgresión a la ley de radiodifusión y que en parte su estrategia, acompañó una decisión de la compañía madre a nivel mundial.

<sup>3</sup> Esta limitación es más que significativa porque al momento de sancionar la ley, el sector audiovisual presentaba una significativa participación de capitales extranjeros.

dictadura militar, debería ser el resultado de un importante debate social que consagre estos principios.

Ningún gobierno democrático, y mucho menos aquel que destina crucial importancia a la política de derechos humanos, puede avanzar un paso en materia de radiodifusión sin antes cambiar dicha ley. Para apuntalar el sistema democrático, y contribuir a salir de la crisis institucional, sería deseable que los decisores hagan públicos estos debates, en materias tan sensibles como las políticas de radiodifusión. Lo contrario sólo estimularía la desideologización de facto, y la conveniencia de utilizar la ley *sotto voce*, sin consulta ni participación.

Este cuadro de situación, se complementa con la vigencia de "licencias casi vitalicias", algunas de ellas otorgadas por la última dictadura. La metodología de prórrogas fue utilizada por diferentes gobiernos, basada en resquicios legales avalados por el COMFER. Este organismo se encuentra intervenido por la Presidencia desde 1983, dado que la ley vigente establece que su directorio debe estar formado por miembros de las Fuerzas Armadas. En lugar de cambiar la ley, la intervención garantiza un control directo del organismo por parte de la presidencia.

En 2005, el gobierno de Néstor Kirchner firmó un Decreto (527/05) mediante el cual se congelaron los cómputos de los plazos de las licencias por 10 años. Esta medida, que formalmente incluía cierta contraprestación en contenidos culturales de parte de las licenciatarias y suponía la necesidad de garantizar la estabilidad de negocios frente al advenimiento de la digitalización, no hizo otra cosa que reafirmar un usufructo del espectro en manos de unos pocos con un carácter prácticamente vitalicio. La contrapartida de esta medida fue la aprobación de la Ley 26.053 que habilitaría el ingreso de las organizaciones sin fines de lucro, aunque con requisitos, a la radiodifusión. No obstante, siguió pendiente, una vez más, la perspectiva de que una nueva ley democrática reemplace a la existente.

Como ha sido señalado, sobre el cierre de esta nueva edición, el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner ha reactivado el debate en torno a una nueva ley de

Radiodifusión. Junto a un cambio de autoridades (Gabriel Mariotto reemplazó a Julio Bárbaro como interventor), el COMFER pasó a depender de la Secretaría de Medios y, el gobierno nacional manifestó la intención de elaborar y promulgar una nueva ley.

Los desafíos, en términos legislativos, son muchos. Como decíamos al inicio, la digitalización, la aparición de nuevos medios y la convergencia dejan espacio para múltiples interpretaciones legales, sin mencionar las importantes ausencias de nuestra normativa, como el ordenamiento del espectro o normativas específicas sobre emisoras comunitarias, por mencionar algunas.

No obstante, las tareas pendientes en términos políticos y económicos, probablemente sean aún mayores. La consolidación antes citada de un sistema de licencias prácticamente inextinguibles, donde los licenciarios asumen su usufructo como un derecho adquirido de por vida, implica por lo pronto una difícil implementación, aún de la mejor ley. Asimismo, el hecho de que decenas de proyectos no hayan tenido siquiera tratamiento legislativo, da la pauta a las claras de que para el empresariado argentino de medios, no hay mejor ley que la ausencia de ley, un dogma por demás antiguo. El menor atisbo de una voluntad de regulación de los medios audiovisuales recibe el mote rápidamente de intento de vulneración de la libertad de expresión.

Esto ha sido sumamente palpable en los primeros meses de 2008 cuando la sola apelación de parte de la Facultad de Ciencias Sociales a que un ya existente Observatorio sobre la Discriminación en Radio y Televisión, dependiente del COMFER, el INADI y el Consejo Nacional de la Mujer, cumpliera con las funciones que tenía encomendadas desde su fundación y la recepción de esta solicitud de parte del Poder Ejecutivo, disparó una catarata de editoriales en los principales medios nacionales en contra de la Facultad y el gobierno, desde el ya conocido latiguillo de que cualquier regulación implica “un ataque a la libre expresión”. Libre expresión, que como ya hemos dicho y seguiremos diciendo, alcanza sólo a unos pocos. Esperemos que esta vez, la propuesta se haga realidad.

A esta altura cabe preguntarse si tendrá capacidad el sistema político y social argentino de reducir la impunidad de los viejos y nuevos sectores económicos que comandan el rumbo del mercado audiovisual, y de la programación que miran todos los argentinos, que pueden eternizarse como licenciatarios usando recursos públicos y escasos, más tiempo que cualquier gobernador, legislador o intendente. Las críticas cotidianas a la falta de reforma política no son acompañadas por críticas y autocríticas por falta de reforma en el sistema de medios, arena donde la política se manifiesta diariamente y donde se reconstruyen las relaciones sociales

Es preciso que la sociedad comprenda que no hay democracia posible sin medios de comunicación democráticos. La ley de radiodifusión que se aplicó todos los días de nuestros 25 años de democracia lleva la firma de Videla, Harguindeguy y Martínez de Hoz.

### **Una propuesta de recorrido**

Analizar la historia política y económica de la radiodifusión argentina supone abordar etapas históricas disímiles y complejas. Hemos decidido realizar su abordaje a partir de un recorte arbitrario que divide el análisis en etapas seleccionadas de acuerdo a criterios de historia política y de historia comunicacional. Se analiza con mayor profundidad cuatro periodos cortos pero decisivos para la historia de las políticas de comunicación: la constitución de una comisión para formular políticas de comunicación en 1938, la adjudicación de licencias de televisión en el período 1955-1958, la estatización de los canales de Buenos Aires durante los gobiernos peronistas de la década del '70, y finalmente su re-privatización durante los primeros días de gobierno de Carlos Menem. Debido a las profundas transformaciones ocurridas durante su transcurso, los dos gobiernos de Carlos Menem se analizan por separado.

Los capítulos que siguen a continuación representan el trabajo colectivo de la cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales

de la Universidad de Buenos Aires<sup>4</sup>. El equipo reconoce la influencia de la escuela crítica latinoamericana, y especialmente recoge las enseñanzas, el espíritu de lucha incansable, y el compromiso con la Universidad Pública de Margarita Graziano, titular de la cátedra hasta su temprano fallecimiento.

Más allá de las discusiones colectivas y el trabajo de investigación compartido, el libro también refleja la diversidad de opiniones existentes entre los integrantes de la cátedra.

En el primer capítulo, María Sol Agusti y Guillermo Mastrini analizan los inicios de la radiodifusión argentina entre 1920 y 1945. El cambio político que acompañó el fin de la década del '20 tendrá repercusión en las políticas de comunicación. Alicia Korth ha rescatado de pérdidas bibliotecas el informe de la Comisión del '38, posiblemente el estudio más serio de la radiodifusión en el país.

Sergio Arribá analiza las políticas desarrolladas por el primer y segundo gobierno peronista intentando superar los trabajos que limitaban sus fuentes a la información producida por el gobierno que derrocara al peronismo. Precisamente, Guillermo Mastrini aborda la actuación del gobierno surgido del golpe militar del año 1955, y como su política de medios determinó una estructura de medios que perduraría a través de los años.

En el siguiente capítulo, Gustavo Bulla estudia la consolidación del sistema televisivo nacional en la década del '60. La inestabilidad política y económica del momento, no parecía traducirse directamente al funcionamiento de una televisión que era paulatinamente adoptada como el principal medio de comunicación. La hegemonía del sector privado se vería seriamente afectada por el proceso de estatización de canales y productoras realizado por Lastiri y María Estela Martínez de Perón, período analizado por Diego de Charras y Rodolfo Morone.

---

<sup>4</sup> Es importante destacar el apoyo de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires a través del subsidio a la investigación científica del programa UBACyT.

La dictadura militar usufructuó la herencia de un sistema de medios en manos del Estado y traslado hacia él su arsenal represivo. Glenn Postolski y Santiago Marino investigan la política cultural de la dictadura con especial énfasis en el sector de los medios.

La llegada de la democracia trajo muchas promesas que, en el caso de las políticas de radiodifusión, producirían rápidos desencantos. Sergio Com describe la incapacidad del gobierno de Raúl Alfonsín para desestructurar el entramado legal y de propiedad recibido. Luego de seis años de incertidumbre, Carlos Menem produjo rápidos cambios y a los pocos meses había privatizado los principales canales de televisión. Mariana Baranchuk recorre el breve período de finales de 1989, que incluyó una inédita co-administración de los canales por parte del Estado y los trabajadores de los medios.

Diego Rossi analiza las puntuales pero precisas modificaciones legales que se produjeron en la radiodifusión durante el primer gobierno de Carlos Menem, en un contexto general de privatizaciones que contó con el acompañamiento de los diferentes núcleos que componen la fracción hegemónica. Precisamente la ruptura del frente común que reunió durante los primeros noventa a los acreedores externos y a los grupos económicos locales, tendrá sus reflejos en la estructura de radiodifusión. Luis Albornoz y Pablo Hernández estudian el proceso de concentración de la propiedad en el segundo gobierno menemista, donde se alcanzó una estructura cuasi-duopólica.

Por su parte, Trinidad García Leiva, estudia las contradicciones de la política de medios del gobierno de Fernando De la Rúa, quién vetó el proyecto de radiodifusión pública aprobado por el Parlamento y pretendió normalizar el espectro con la ley de la dictadura. Las consecuencias de la crisis del 2001, el modo en que el endeudamiento externo dejó en una situación de extrema fragilidad al sistema de medios y las articulaciones entre la debilidad económica de las empresas comunicacionales y la debilidad política del gobierno de transición de Eduardo Duhalde son analizados por Mariela Baladrón.

Finalmente, Bernadette Califano analiza las aristas del gobierno del presidente Néstor Kirchner que como señalábamos, desarrollaría, en el marco de una importante recuperación económica, nuevas políticas en áreas como los derechos humanos, pero mantendría fuera de la agenda la posibilidad de establecer políticas democráticas de medios y limitar el poder de los grandes grupos concentrados. Así, la ley de la dictadura se mantendría vigente y las licencias recibirían 10 años de suspensión en la contabilidad de los plazos.

## Bibliografía

Anguita, Eduardo (2002) Grandes Hermanos. Alianza y negocios ocultos de los dueños de la información, Colihue, Buenos Aires.

Basualdo, Eduardo (2001) Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina, UnQui-Flasco, Buenos Aires.

Garnham, Nicholas (1990), Capitalism and communication: global culture and the economics, SAGE, Londres.

Mattelart, Armand (1998), La mundialización de la comunicación, Paidós, Barcelona.

Mastrini, Guillermo y Mariano Mestman (1996) "*¿Desregulación o re-regulación? De las derrotas de las políticas a las políticas de la derrota*", en Cuadernos de información y cultura, N° 2, Universidad Complutense de Madrid.

Mosco, Vincent (1996) The political economy of communication, Londres. Sage.

Murdock, Graham (1990) "*Redrawing the map of communications industries: concentration and ownership in the era of privatization*", en Marjorie Ferguson (Ed.) Public communication: the new imperatives, Sage, Londres.

Pasquali, Antonio (1990), Comunicación y cultura de masas, Monte Avila Editores, Caracas.

Punie, Yves, Jean Claude Burgelman y Marc Bogdanowicz (2002) "*El futuro de las industrias de medios informativos. Factores de cambio y escenarios posibles para 2005 y después*", en Revista Telos, N° 53, Octubre de 2002, Madrid.

Schiller, Herbert (1986), Información y economía en tiempos de crisis, Madrid, Fundesco.

Siochrú, Seán y Bruce Girard (2002) Global media governance, Rowman & Littlefield, Oxford.

Tremblay, Gaëtan (1997), “*La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation et de la convergence*”, en Sciences de la Société, n°40, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse.

Yúdice, George (2003) El recurso de la cultura, Gedisa, Barcelona

Zallo, Ramón (1992), El mercado de la cultura, Tercera Prensa, Donostia, 245 p.