

# **La radiodifusión argentina después de la crisis de 2001: la política de comunicación del gobierno de transición de Eduardo Duhalde**

**Mariela Baladrón**

En diciembre de 2001 el país atravesó una de las crisis más difíciles de su historia. Los medios de comunicación son protagonistas particulares de este período, por su doble condición. Son empresas con intereses económicos y, al mismo tiempo, desempeñan un rol central para el desarrollo del sistema democrático: la difusión de información, la contribución al debate, la construcción de identidades. En un momento de inestabilidad institucional, los intereses empresarios y la importante función social de estos actores generaron una tensión complicada de resolver, que los convierte en uno de los sectores clave para analizar el período 2002-2003.

En este artículo se intenta dar cuenta de las principales intervenciones de este gobierno en el área de la comunicación, con medidas específicas para los medios de gestión privados, para los medios de gestión pública y otros proyectos importantes que, aunque no lograron implementarse, permiten definir los objetivos que se habían planteado. A continuación se describen brevemente las principales características del período histórico que le da marco a la política de comunicación del gobierno de transición.

## **1- El agitado contexto político, económico y social del período 2002-2003**

La fragilidad institucional imperante cuando Eduardo Duhalde asumió la presidencia luego de la crisis de diciembre de 2001 había hecho circular a cinco presidentes en doce días: tras la renuncia de Fernando De la Rúa, el Ejecutivo quedó provisoriamente a cargo de Ramón Puerta, quien era el presidente del Senado. Adolfo Rodríguez Saá fue elegido por la Asamblea Legislativa para encabezar un interinato de 60 días y llamar luego a elecciones. Pero sólo duraría una semana en el cargo. Las disputas al interior del Justicialismo le quitaron el apoyo de los gobernadores porque no devaluaba la moneda, medida que la fracción duhaldista esperaba que tome. A los pocos días, la Asamblea Legislativa eligió a Eduardo Duhalde, para completar el período que restaba de la presidencia de De la Rúa. Finalmente, Duhalde cumpliría la mitad del mandato presidencial para el que se había postulado como candidato en 1999 y había perdido.

Cuando todavía la Alianza era gobierno y la crisis económica y la recesión anunciaban el fin de la Convertibilidad, dentro del *establishment* había dos proyectos en disputa. Eduardo Basualdo<sup>1</sup> planteaba esta situación: el polo devaluacionista era impulsado por los grupos económicos locales (exportadores) y algunos conglomerados extranjeros. En cambio, los grupos con activos fijos y obligaciones dolarizadas (aquí se incluirían a los grandes grupos de comunicación), el sector financiero y los inversores extranjeros propietarios de empresas en el país pugnan por la dolarización, como “fase superior” de la Convertibilidad.

Con este escenario, Duhalde asumió la Presidencia de la Nación: esta puja de intereses estaba en el centro del plano económico, junto con el reclamo de los ahorristas que tenían atrapados sus depósitos y el de los sectores más empobrecidos durante los '90, algunos de ellos organizados en el movimiento piquetero. El gobierno de transición buscaba generar cierto consenso en medio de un proceso de movilización política del que también formaban parte las asambleas barriales que repetían la consigna “que se vayan todos”, al tiempo que debatían temas que tan solo un año

---

<sup>1</sup> BASUALDO, Eduardo, *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina. Notas sobre el transformismo argentino durante la valorización financiera (1976-2001)*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2001.

antes parecían incuestionables: el pago de la deuda externa, una democracia directa de las asambleas, el recambio de toda la clase política, entre otros.

El gobierno de Duhalde aplicó una serie de medidas para intentar conducir la salida de la crisis. Se implementaron cambios económicos de fondo, devaluando la moneda después de diez años de Convertibilidad que fijaron que un peso valía un dólar. Las deudas contraídas entre argentinos se pesificaron a razón de 1 dólar - 1 peso, y los depósitos incautados en diciembre de 2001 se devolverían 1 dólar a 1.40 pesos, mientras que en el mercado libre el dólar llegó a casi 4 pesos. Algunos economistas de la Central de Trabajadores Argentinos (CTA) evaluaban estas primeras medidas económicas del gobierno (devaluación con pesificación asimétrica) como una forma de “conformar” a las distintas fracciones del *establishment*, otorgándole a cada una lo que reclamaba, transfiriendo los costos a todo el cuerpo social:

*Le cedió a la cúpula de los grupos empresarios locales y extranjeros la salida devaluacionista, la pesificación de sus deudas en divisas con el sistema financiero local y el no cobrarles impuestos; le cedió al FMI el régimen de flotación cambiaria que en un país con escasas reservas y déficit estructural en su balanza de pagos transforma a éste en dependiente de la provisión de financiamiento externo; le cedió a los bancos la preservación de su patrimonio estatizando la deuda privada pesificada y mantuvo el régimen privado de fondos de pensión (...)*<sup>2</sup>

Los efectos de la crisis se extendían y la salida se tornó dolorosa y lenta. La situación social continuaba siendo exasperante: para paliar el hambre se implementó el Plan Jefas y Jefes de Hogar. Aún así en el último trimestre de 2002 habían muerto 19 chicos por desnutrición en la provincia de Tucumán, ejemplo que se repetía en todo el país. Tampoco la situación política estaba aplacada: el 26 de junio de 2002, durante un reclamo piquetero, la policía asesinó a dos manifestantes, Darío Santillán y Maximiliano Kosteki. En un principio, la versión oficial (respaldada por los principales medios de comunicación) sostenía que habían muerto en un enfrentamiento entre distintos sectores piqueteros. Pero dos días después, una secuencia de fotos permitió comprobar los asesinatos a manos de uniformados y la responsabilidad oficial sobre estas muertes tomó estado público. Este hecho aceleró el llamado a elecciones presidenciales para abril de 2003, y el 25 de mayo Duhalde dejó el poder en manos del candidato que contaba con su apoyo, Néstor Kirchner.

## **2- Somos los mismos de siempre**

Mientras en las calles se pedía “que se vayan todos” y se pensaba que otra forma de hacer política era necesaria, los despachos se volvían a ocupar con funcionarios elegidos a “dedo” por el nuevo presidente. El gobierno de Duhalde decidió reestructurar el área de comunicación que había recibido al llegar al poder y volver a centralizarla con la creación de la Secretaría de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación, con Carlos Ben como Secretario. Se dictaminó la transferencia bajo su tutela de las emisoras que dependían de la Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación, así como también la dotación de personal de las áreas que tenían competencia en materias de comunicación de esa misma Secretaría. También se transfirió a su cargo la Subsecretaría de Comunicación que dependía de la Secretaría General de la Presidencia y el SNMP (Sistema Nacional de Medios Públicos) En síntesis, se reunió nuevamente las funciones ligadas a la comunicación que De la Rúa había dividido entre la

---

<sup>2</sup> BASUALDO, E., SCHORR, M. y LOZANO, C., *Las transferencias de recursos a la cúpula económica durante la administración Duhalde*, IEF – Central de Trabajadores Argentinos, Buenos Aires, 2002, p. 3.

Subsecretaría de Comunicación, que pertenecía a la Secretaría General de la Presidencia que dirigía Gallo y la Secretaría de Cultura y Comunicación, a cargo de Lopérfido.

Para completar estos cambios, unos días después se modificó la denominación de la Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación, que pasó a llamarse Secretaría de Cultura, con Rubén Stella como su máxima autoridad. La práctica ininterrumpida de intervenir el COMFER, continuó en 2002 con la designación de Carlos Caterbetti. El funcionario designado contaba a su favor con la confianza del primer mandatario solamente, ya que no demuestra ninguna referencia que permita intuir su idoneidad para el cargo, ya sea por experiencia, capacitación o especialidad alguna ligada a la radiodifusión. Se trataba de un empresario de la metalurgia, que ocupó previamente un cargo en la provincia de Buenos Aires (mientras era gobernador Eduardo Duhalde) como jefe de gabinete del Ministerio de Obras y Servicios Públicos.

Pocos días después de asumir en su puesto de interventor del COMFER, Carlos Caterbetti tomó entre sus primeras medidas la no renovación de los contratos de 110 empleados del organismo y el despido de 20 directores elegidos por concurso por la gestión anterior. Respaldó la resolución de separar a los directores concursados de sus cargos porque se trataba a su parecer de “concursos impugnados en su totalidad y viciados de irregularidades”<sup>3</sup>, además de calificar la idoneidad de los ex directores: “no tenían ni antecedentes ni experiencia”<sup>4</sup>.

Los ex funcionarios perjudicados por la medida iniciaron acciones judiciales<sup>5</sup> y en octubre de 2002 el juez Martín Silva Garretón dispuso una medida cautelar a su favor para que sean reincorporados en sus puestos. Pero la disposición del juez no se implementó, por lo que Caterbetti quedó imputado al desobedecer la orden judicial. El juicio obtuvo su fallo definitivo el 22 de enero de 2007: se publicó en el Boletín Oficial la decisión administrativa N° 1149/06, que crea nuevamente los cargos y dispone la reincorporación de los directores en los mismos. Si estos concursos hubiesen tenido irregularidades, Caterbetti podría haber realizado los mecanismos jurídico-administrativos correspondientes, demostrándolo y nombrando a los reemplazantes seleccionados a través de las normas que rigen a tal efecto. Sin embargo, la conclusión parece ser que se utilizó una acusación sin fundamentos para poder nombrar de forma autoritaria e ilegal a nuevos directores “a dedo”.

Por otra parte, Caterbetti discontinuó iniciativas de la anterior gestión como la Carta Compromiso con el Ciudadano y el Programa Nacional de Radios en Escuelas Rurales y de Frontera. La intervención posterior a la duhaldista retomó esas actividades.

### **3- La actuación del COMFER**

Una de las pocas iniciativas que materializó la gestión de Caterbetti al frente del COMFER fue la salida de un nuevo régimen de sanciones para la radiodifusión; evidentemente se privilegió la intervención sobre cuestiones de fiscalización y control de los medios.

El nuevo sistema de sanciones establecía más regulaciones, tanto a nivel de los contenidos como acerca del funcionamiento, instalación y control de emisiones que el régimen vigente hasta noviembre de 2002. El plazo de liquidación de las multas fue otro cambio relevante: pasó de ser anual a trimestral. El objetivo de esta modificación era lograr el cobro efectivo de las

---

<sup>3</sup> <http://www.rt-a.com/68/05-68.htm>

<sup>4</sup> *Ibidem*

<sup>5</sup> "RAFFO, JULIO CESAR ANTONIO y otros c/COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION s/ordinario" (Expediente N° 168.637/02)

sanciones acotando el período de pago y evitar así la acumulación anual de sumas exorbitantes en multas que los medios privados habitualmente canjeaban por espacios de publicidad para el Estado, en lugar de realizar el pago efectivo.

Sin embargo, el Decreto 2362/02 que firmó Duhalde y acompañó este nuevo sistema de sanciones, mantuvo la tendencia anterior. Se dispuso un régimen de facilidades de pago, para todas las multas que se impusieron entre el 1° de enero de 2001 y el 31 de octubre de 2002 que permitía optar entre el pago en efectivo o la cancelación a través de la difusión de campañas de bien público, a favor de la Secretaría de Medios de Comunicación de Presidencia de la Nación y el COMFER. El monto adeudado se descontaría computando al 50% el valor de la tarifa de publicidad en que se realizasen los envíos. La grave situación económica como consecuencia de la crisis fue la excusa que utilizó el gobierno de transición para continuar con esta práctica histórica del canje de deudas, reduciendo la capacidad de recaudación del COMFER para fomentar el cine y el teatro, entre otras áreas a las que aportan los gravámenes del organismo de aplicación.

Por otra parte, la normalización del espectro radioeléctrico seguía constituyendo un aspecto de difícil solución, por razones técnicas de espacio asignado en el espectro. Para solucionar esta problemática, el gobierno de Duhalde avanzó poco, sin obtener logros concretos hacia la apertura y la democratización. Por el contrario, se verifica una clara política en este aspecto que puede definirse por dos cuestiones claves: el intento de penalizar a los “ilegales” y la restricción de nuevos oferentes de televisión por cable. Ambas medidas buscaban satisfacer las demandas de los grupos mediáticos más poderosos del país, limitando la competencia entre los prestadores privados existentes “con licencia”.

Desde el COMFER se reclamaba penalización de la radiodifusión ilegal como herramienta indispensable para la normalización del espectro. En octubre de 2001, la Cámara de Diputados había aprobado la modificación del Código Penal para incluir el delito de emisiones de radio y televisión. En febrero de 2002 el COMFER intimó a radios con y sin licencia a que adecuasen sus normas de transmisión, ya que aparentemente interferían con el sistema de aterrizaje del Aeroparque Jorge Newbery de la ciudad de Buenos Aires. Se trataba del sistema de aterrizaje ILS (Instrument Landyng System) que utilizan los aviones para comunicarse con la torre de control. Sin embargo, había disidencias acerca de la responsabilidad de las radios por las interferencias. Mientras las radios se defendían ante la justicia, y se realizaban nuevos peritajes, para ratificar o rectificar los realizados por la concesionaria Thales Spectrum, ciertos sectores aprovecharon la polémica para reinstalar la cuestión de la reforma del Código Penal.

Tanto el COMFER como las cámaras de empresarios de medios instaban al Senado para que aprobara el proyecto de Diputados. El interventor Carlos Caterbetti consideraba que así se lograría la liberación de las frecuencias ocupadas sin autorización, ya que sin la ley los “ilegales” obtienen amparos de la justicia y evitan los decomisos, o se reinstalan en otra parte del dial.

En la Cámara Alta, había dos posiciones frente al proyecto. El entonces presidente de la Comisión de Sistemas, Medios de Comunicación y Libertad de Expresión, Guillermo Jenefes<sup>6</sup>, impulsaba la aprobación sin modificaciones. Desde la Comisión de Asuntos Penales, presidida por Jorge Agundez, en cambio, no había acuerdo para sancionarlo. Algunas de las disidencias se planteaban sobre cuestiones de teoría del derecho, ya que cuestionaban la legislación sobre casos puntuales de delitos, que estarían contemplados bajo figuras básicas, tales como estafa o defraudación. Otras, en cambio, se oponían desde un punto de vista político, porque la

---

<sup>6</sup> El Senador era director de Canal 7 de Jujuy y se desempeñaba como revisor de cuentas de ATA, lo que no deja dudas sobre su posición.

implementación de la ley implicaba cerrar una gran cantidad de medios, muchos de los cuales no habían logrado “legalizarse” por la falta de celeridad de la autoridad de aplicación. Esto comprende la falta de concursos, los planes de normalización inconclusos, demoras en los trámites y denuncias de corrupción (pedido de coimas para otorgar los permisos). El proyecto finalmente no prosperó y el interventor del COMFER no contó con la herramienta legal que reclamaba para cumplir con su tarea de normalizar el espectro.

Durante la década del '90, el negocio de la televisión por cable se concentró a través de la compra de pequeñas empresas por las dos principales MSO (Multiple System Operator): Multicanal y Cablevisión. Se llegó a pagar más de de 1.000 dólares por abonado en estas adquisiciones, que se solventaron con el endeudamiento externo, en una explícita estrategia de empresa para dominar el mercado, apostando a la convergencia.

La otra medida clave que tomó el COMFER durante la gestión de Caterbetti fue continuar con la suspensión de la venta de pliegos para nuevos oferentes de televisión por cable. Luego de la crisis de 2001, la devaluación de la moneda incrementó los costos de programación (el pago de señales) y de materiales (importados) en un 100% en dólares. Al mismo tiempo, cayó el total de abonados suscriptos al servicio: Multicanal perdió aproximadamente 400.000 clientes, el 30% de los que tenía antes de la crisis. Cablevisión, por su parte, perdió 200.000 abonados, una menor proporción y contaba además con las zonas más rentables del mercado, en Capital Federal (que se habían repartido ambas empresas luego de comprar a su competidora VCC). En este contexto, la tarifa del abono subió apenas el 20 % de su valor, y obviamente en pesos.

Para salir de la crisis, se implementaron una serie de políticas empresarias. Sin embargo, lo que garantizó la posterior recuperación del sector fue la suspensión en la venta de pliegos de bases y condiciones para el ingreso de nuevos operadores. A partir de septiembre de 2000 se declaró el Estado de Emergencia Administrativa por 120 días hábiles, suspendiendo la posibilidad de instalar nuevo servicios de televisión por cable. Ese plazo se extendió con sucesivas prórrogas hasta 2002. La gestión duhaldista resolvió continuar con la suspensión, a partir de marzo de 2002 por 90 días hábiles, que fueron nuevamente extendidos, creando una barrera de entrada legal para nuevos operadores. La recuperación económica del país a partir de 2003, volvió a ubicar a la televisión por cable en un negocio rentable para estas empresas oligopólicas.

#### **4- La solución privada**

La mayoría de los temas pendientes de resolución sobre licencias continuaron en esa condición. Entre ellos puede mencionarse la situación irregular de Telefónica, que no puede concretar la transferencia de sus medios, porque no cumple los requisitos como licenciataria. Sin embargo, se produjeron intervenciones puntuales para definir la situación legal de algunos medios privados. Estas medidas fueron la renovación de la licencia de América TV, la venta de Canal 9 y el otorgamiento directo de la última FM categoría A de Buenos Aires para Daniel Hadad.

La renovación de la licencia de LS 86 TV Canal 2 debía resolverse antes del 18 de diciembre de 2002, fecha en que se cumplían los primeros 15 años de explotación. Aparentemente, se trataba de un trámite administrativo: corroborar si la empresa licenciataria reunía los requisitos que el Art. 42 de la ley de radiodifusión exige para la prórroga. Pero el caso de América TV SA, empresa explotadora de la licencia, no era nada sencillo debido a los

incumplimientos frente a las obligaciones contraídas: las reiteradas transferencias de acciones sin autorización oficial (Radiodifusora del Carmen, Natalio Wende-Eduardo Eurnekián, Carlos Avila-Grupo Vila), la transmisión y producción desde Capital Federal (debería hacerlo desde La Plata) y encontrarse en concurso preventivo de acreedores.

Todo el estado de situación descrito no impidió que la resolución 952 del COMFER renovara la licencia a América TV por otros diez años. Esto se debe, como se explica en los considerandos de la resolución (en la que se nombra a América TV como continuadora de Radiodifusora del Carmen), a la existencia de una medida cautelar<sup>7</sup> de la justicia que ordena al COMFER abstenerse de aplicar el Art. 53 inciso C de la ley de radiodifusión.

Por otro lado, algunas cuestiones, tanto legales como de estrategia empresarial determinaron que Telefónica vendiera uno de sus canales de Buenos Aires, Azul TV. Además de la intimación del COMFER por infringir la ley de radiodifusión, Telefónica comenzaba a desprenderse de los medios adquiridos en los últimos años de los '90 para concentrarse en sus activos en telecomunicaciones, en una decisión empresarial tomada a nivel internacional.

Luego de la crisis, la mayoría de las empresas de medios estaban endeudadas en dólares, presentando pasivos muy grandes, situación que se complementaba con un consumo interno regresivo, con el mercado publicitario en baja y pesificado. Se sabía que la compra no se acercaría a los 140 millones de dólares que había recibido Romay en 1997. Algunos de los interesados eran Francisco De Narváez, ex propietario de Casa Tía; José Hawilla, un empresario brasileño dueño de Traffic, señal que tiene los derechos de transmisión del fútbol de aquel país y el grupo mexicano TV Azteca.

Finalmente, el 4 de julio de 2002, Telefónica aceptó la propuesta de los tres socios Hadad, Sokolowicz, Vijnovsky para quedarse con Azul TV y los tres canales asociados, por un monto en efectivo de 12 millones, además de la asunción de los pasivos y contingencias futuras. Esta oferta, a pesar de ser menor económicamente que las demás, incluyó tres cuestiones centrales para aceptarla: no exigían condiciones acerca del vencimiento de la licencia en el 2008; en segundo lugar, tampoco se exponían reparos acerca de la situación irregular en el COMFER, donde figuraba aún Romay como licenciatario; y, por último, se trataba de empresarios argentinos, lo que no presentaba inconvenientes sobre el origen de los capitales, a diferencia de las demás propuestas fuertes.

La relación de socios entre Daniel Hadad y Fernando Sokolowicz, sin embargo, no se inició con la compra del canal 9. A pesar de los perfiles tan disímiles (Hadad vinculado al Opus Dei y Sokolowicz a la militancia de izquierda y Derechos Humanos), se trata de dos hombres de negocios que ya tenían una inversión en común: seis meses antes de asociarse para adquirir Canal 9, compartían el diario Bae (luego Infobae).

La sociedad inicial duró solamente cinco meses. El 26 de diciembre de 2002 se anunció el ingreso de Constancio Vigil (h) a Canal 9, luego de adquirir el 50% de las acciones junto al fondo de inversión norteamericano DLJ. Hadad mantuvo el otro 50%, además de una "acción de oro", permitiéndole el control sobre los contenidos y la línea editorial. La parte que compró el nuevo accionista era la que componían Sokolowicz, Vijnovsky y un socio que ingresó poco después, Claudio Belocopitt, titular de Swiss Medical. Pero las diferencias afloraron a la brevedad. Vigil realizó una oferta para quedarse con el 100% de las acciones. Hadad no quería desprenderse del canal y finalmente consiguió los aportes para comprar el 50% de su socio, con 9 millones de dólares (4 millones en efectivos, 4 millones financiados y el millón restante en

---

<sup>7</sup> En los autos "América T.V. S.A. s/ Concurso Preventivo", (Expte. 105.898/2001) que tramitaba por ante el Juzgado Nacional de Primera Instancia en lo Comercial N° 17, Secretaría N°34.

minutos de publicidad). Finalmente Hadad vendería el 80% de las acciones del canal al empresario mexicano Ángel González en 2007 por 30 millones de dólares en efectivo además de la asunción de la deuda del canal.

Por último, a mediados de mayo de 2003, el organismo de aplicación resolvió adjudicar en forma directa la última frecuencia de FM categoría A de la ciudad de Buenos Aires, la 97.5. Esta medida está incumpliendo con el decreto 883/01, por dos razones: por tratarse de una categoría alta, y por estar emplazada además en una “zona conflictiva”, debería adjudicarse por concurso.

La empresa beneficiaria de la medida fue Radio Productora 2000, vinculada a Daniel Hadad. La entrega de la frecuencia 97.5 a “FM Vale” se produjo a través de la firma de un convenio entre el responsable de legales del COMFER y el apoderado de Radio Productora 2000. La empresa desistía de dos concursos en los que estaba participando en el interior del país a cambio de quedarse con la frecuencia de alta potencia sin concursarla, por adjudicación directa. Ante esta irregularidad, la nueva intervención del COMFER a partir de mayo de 2003 consideró que se trató de un otorgamiento incorrecto. El caso llegó a la instancia judicial, ya que el apoderado de la empresa se presentó ante la justicia reclamando su derecho de explotación. Su argumentación era que había sido autorizado por el mismo organismo que ahora daba marcha atrás con la decisión original. El juez falló a favor de la Radio Productora 2000 y el COMFER apeló, pero la Cámara ratificó la sentencia de primera instancia.

Todas estas intervenciones del COMFER podrían agruparse por tener el mismo objetivo: modificar la situación de mercado con intervenciones del Estado que beneficiaron a un grupo de medios específico. Los elementos de esta política fueron la iniciativa (que no prosperó) de penalizar la radiodifusión “ilegal”, el incumplimiento de entregar licencias a nuevos prestatarios para la televisión por cable, la demora en los llamados a concurso para normalizar el espectro y la autorización de trámites sobre licencias que no cumplieran con los requisitos legales.

## **5- Las políticas públicas**

Si bien la ley de “Preservación de bienes y patrimonios culturales” fue aprobada el 18 de junio de 2003, días después de que asumiera Néstor Kirchner como presidente de la Nación, el proceso de negociación que derivó en su sanción se inició en enero de 2002 y los actores involucrados en esta cuestión incluyen a los funcionarios de la gestión Duhalde, los diputados y senadores que habían sido electos en octubre de 2001, los organismos de crédito internacional y los grandes medios privados de comunicación.

El principal cambio que establece esta ley es la posibilidad de incorporar (y a la vez la limitación) el 30% del capital extranjero en la propiedad de los medios de comunicación a partir de su entrada en vigencia, exceptuando los casos de empresas que previamente ya excedieran dicha cifra. Además elimina el mecanismo de *cram down* para los medios de comunicación, evitando que las empresas sean adquiridas por sus acreedores ante la imposibilidad de pago.

La mayoría de las grandes empresas de medios se habían endeudado en el exterior durante la convertibilidad, como consecuencia de una situación excepcional que conjugaba la equiparación del peso argentino al dólar estadounidense y una tasa de interés externa sobre el capital financiero muy inferior a la local. Por citar sólo algunos casos: la deuda de América ascendía a 67 millones de dólares; La Nación, por su parte, debía 100 millones de dólares. Pero el Grupo Clarín estaba en una situación realmente delicada, ya que sus medios acumulaban alrededor de

1000 millones de dólares de deuda a finales de 2001. El mapa económico se había transformado drásticamente, y para reconstituir su estrategia el Grupo Clarín contaba con que algo no cambiaría: su relación con el Estado.

La capacidad de lobby que tiene Clarín para lograr que el Estado actúe acorde a sus necesidades cuenta con una celeridad envidiable. El 3 de enero, 48 horas después de la designación de Duhalde, “hubo una reunión reservada entre el propio presidente, Remes Lenicov, Ministro de Economía, el director general de Clarín, Héctor Magnetto y el político-empresario peronista Alberto Pierri. (...) Magnetto señaló que había que pensar en algo para ayudar a los medios nacionales y que, si esto se hacía, el gobierno podría contar con un importante apoyo por parte del holding.”<sup>8</sup>

Puntualmente, se estaba barajando la modificación de la ley 24.522 de Concursos y Quiebras, sancionada en 1995. Se pretendía eliminar el mecanismo de *cram down* presente en el artículo 48. El 30 de enero, la ley 25.563 introdujo el cambio requerido por Clarín, y tan sólo 4 días después, se firmó el decreto 214/02, que pesificó las deudas en dólares.

De esta forma, las empresas de medios que habían especulado tomando créditos para expandirse con las condiciones económicas excepcionales que les brindó la Convertibilidad, parecen no aceptar luego el riesgo empresario asumido con el cambio de situación. Después de una época de exacerbación del mercado y demonización de la intervención estatal (que no fue tal, porque se impusieron las reglas de juego favorables para “guiar” la *mano invisible*), durante la crisis posterior a diciembre de 2001 se exigió la intervención estatal para conservar sus patrimonios.

Pero el Estado no actúa como un actor homogéneo. La modificación de la Ley de Quiebras fue resistida por los sectores externos, principalmente el Fondo Monetario Internacional (FMI) y los acreedores involucrados, lo que derivó en fuertes presiones para la cartera de Economía, en orden de renegociar obligaciones y posibles medidas frente a la crisis. El FMI exigía una serie de requisitos al gobierno argentino para iniciar “conversaciones” hacia la renegociación de la deuda. La modificación de la Ley de Quiebras era el tema más delicado para el Fondo y los demás acreedores externos, y se mostraban intransigentes con esta demanda. Los funcionarios de Economía y Hacienda, al no encontrar espacios para negociar con los actores externos, presionaron por su parte para restituir la ley a su estado anterior. Este cambio entró en vigencia con una nueva ley, (N° 25.589), el 15 de mayo, que restituyó el mecanismo de *cram down*.

De acuerdo con la investigación de Eduardo Anguita<sup>9</sup>, otra negociación entre el gobierno y las empresas exportadoras mineras y petroleras tuvo como objetivo ayudar económicamente a los medios durante este período. Desde el Ejecutivo se permitía que estas empresas liquiden solamente el 30% de sus exportaciones en Argentina, y a cambio, las empresas beneficiarias crearían un fondo fiduciario en la sucursal Nueva York del Banco Nación por alrededor de 400 millones de dólares, creando un “hospital de empresas de medios.” El autor explica la compleja operación: “ese fondo sería otorgado como créditos a las empresas del grupo Clarín, a las del Grupo Uno, a La Nación y a América, entre otros. A su vez, el Estado emitiría una serie de bonos que las empresas periodísticas comprarían a valor de mercado y esos bonos servirían para rescatar las Obligaciones Negociables en manos de sus acreedores.”

---

<sup>8</sup> RODRIGUEZ DIEZ, Alejandro, *Historia Secreta: Devaluación y Pesificación*, Buenos Aires, Bifronte Editores, 2003, pp. 32-33.

<sup>9</sup> ANGUITA, Eduardo, *Grandes hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*, Buenos Aires, Colihue, 2003



Paralelamente, una nueva ley, aunque menos controvertida al tratarse de una norma específica para los medios de comunicación, brindó el reaseguro que reclamaban estas empresas. El Grupo Clarín acompañó la iniciativa con una estrategia privada. Desde su diario resaltaba su “argentinidad” e impulsaba simbolismos nacionales: organizó el “Campeonato nacional de truco”, editó libros de literatura gauchesca opcionales con la compra del “gran diario argentino” y un domingo obsequió un paquete de yerba a sus lectores.

Irma Parentella, en aquel momento diputada nacional, menciona una estrategia similar dentro del Congreso. Se retomaban argumentaciones favorables al fomento de las industrias culturales y la protección del capital nacional, planteadas en proyectos de ley que habían sido presentados durante los años 90, pero que no habían tenido apoyo durante la época de privatizaciones y extranjerización del sector. Se realizó un encuentro entre varias comisiones, y el diputado Landau, en representación del Ejecutivo, “citaba a Pino Solanas para esta ley, los argumentos del capital nacional de Pino cuando se discutió la reforma de la Constitución Nacional”, pero el verdadero objetivo “era favorecer los intereses de Clarín, que en realidad había estado en desacuerdo con esos mismos proyectos”<sup>10</sup>.

## **6- Las disposiciones de la ley 25.750**

Se trata de un texto breve que limita su área de aplicación a los medios de comunicación, a pesar de que en su título se menciona la intención de proteger al patrimonio cultural en su conjunto. El primer artículo menciona la importancia de resguardar los bienes y patrimonios culturales, pero sin establecer ninguna directiva ni pauta al respecto. Los cuatro artículos restantes versan sobre los medios de comunicación. En su artículo 2° establece la limitación del 30% para el capital extranjero en la propiedad de los medios de comunicación, exceptuando a los medios que ya estaban en poder de empresas extranjeras o los contratos celebrados con anterioridad a la ley.

En el artículo 3° detalla qué se entiende por “medios de comunicación”, coincidiendo en la enumeración con todos los negocios que tiene el Grupo Clarín:

- *Diarios, revistas, periódicos y empresas editoriales en general* – lo que sería AGEA, Arte Gráfico Editorial Argentino SA, que edita el diario Clarín y las demás revistas y medios gráficos del multimedios;
- *Servicios de radiodifusión y servicios complementarios de radiodifusión comprendidos en la Ley 22.285* – quedando comprendidos Canal 13 (y dos canales en el interior), radio Mitre, FM 100, FM Gen y Multicanal;
- *Productoras de contenidos audiovisuales y digitales* – cuenta con Artear y participaciones en Patagonik Film Group, Pol-ka, Ideas del Sur;
- *Proveedores de acceso a Internet* -para proteger Prima;
- *Empresas de difusión en vía pública* –comprendiendo Ferias y Exposiciones Argentinas SA.

El artículo 4° establece las condiciones que deben tener las empresas para ser nacionales o extranjeras, mientras que el artículo 5° elimina el mecanismo del “cram down” para los medios de comunicación a través del aval del Poder Ejecutivo. Sin lugar a dudas, la ley en sí misma tiene nombre y apellido.

Esta cuestión puso de manifiesto la tensión entre los intereses empresarios de los medios de comunicación y su función social de informar, que redundaba en su credibilidad y su

---

<sup>10</sup> Entrevista realizada el 15/12/06.

posicionamiento en el mercado al mismo tiempo. Luego de investigar los primeros 100 días del gobierno de Duhalde, Rodríguez Diez plantea cómo esta incompatibilidad entre los intereses y las obligaciones de un medio llegaron a su límite: “Que un diario no pueda informar sobre cosas que están pasando a nivel político-económico, (...) que se haya postergado el acuerdo con el FMI por varios meses, justamente por esta ley... Si un diario no podía informar con claridad, para mí constituye el primer hecho concreto donde uno puede apreciar cómo se maneja un multimedios de comunicación (...) Porque siempre se habló que los grandes holdings tienen intereses extra periodísticos que influyen en su línea editorial, pero nunca quedó tan plasmado como en esta oportunidad”<sup>11</sup>.

En plena crisis institucional y económica, los actores más poderosos demostraron una vez más que siguen siendo los únicos que deciden sobre radiodifusión. Los medios de comunicación fueron el único sector empresario que obtuvo una legislación específica para resguardar su propiedad luego de que se restituyera el mecanismo de *cram down*, con la segunda modificación de la Ley de Quiebras. La Ley de Bienes Culturales fijó un límite para el ingreso de capital extranjero en las empresas del sector, además de excluir el temido *cram down*. La política pública sobre radiodifusión parece haber tenido como único propósito la defensa de los medios nacionales en tanto empresas, pero sin contemplar como contraparte ninguna exigencia para incentivar el sector. Los límites de la protección quedaron restringidos a un tema de propiedad, y tampoco pudieron implementarse cambios que fueran en contradicción con los intereses de empresa. No se trata de contradecir la importancia de proteger el capital nacional en los medios de comunicación, sino de ir más allá de una necesidad coyuntural de estas empresas (a consecuencia de sus riesgosas inversiones) y lograr establecer las bases de una política de comunicación que proponga y exija inversión, desarrollo, y pluralidad de emisores, entre sus objetivos.

## **7- La política de Duhalde para los medios de gestión estatal**

Un área central que compone una política de comunicación es la administración de los medios públicos, o sea, la porción del espectro que el Estado se reserva para prestar servicios de radiodifusión. Algunos enfoques teóricos que aquí se retoman proponen que el papel de los medios públicos está ligado a producir contenidos pluralistas, que representen a las minorías que no tienen espacio en los medios comerciales, teniendo como objetivo la diversidad en su pantalla. Sus funciones centrales serían informar, educar y entretener, además de fortalecer la identidad nacional.

En el caso argentino, que coincide con la tendencia histórica de Latinoamérica, los medios de gestión estatal son en realidad gubernamentales. La población no se siente representada ni dueña de estos medios, utilizados como vehículo para la propaganda partidaria del gobierno en el poder. Se propone a continuación un repaso por las principales intervenciones del gobierno de Duhalde en el área para caracterizar su política sobre medios públicos.

La administración de los medios públicos estuvo limitada a nombrar un interventor para reemplazar al directorio, la subsistencia económica y una programación sin inversión. Los medios que componen el SOR fueron reunidos en enero de 2001 en una nueva figura, a través del decreto 94/01: Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP). La creación del llamado “Multimedios oficial”, tuvo una motivación meramente económica, para reducir la inversión en los mismos (siempre planteada como gasto) y en los hechos, no hubo cambios en el

---

<sup>11</sup> Entrevista realizada el 21/12/06.

funcionamiento de los medios, que mantuvieron una administración separada. La gestión duhaldista decidió intervenir el SNMP, a raíz de las irregularidades denunciadas en un informe realizado por la Sindicatura General de la Nación (SIGEN) en noviembre de 2001. Además del incumplimiento de los procesos administrativos, tampoco se contaba con información financiera sobre el multimédios. Luego de que sus pasivos fueran asumidos por el Estado, cuando se conformó el SNMP, se seguía contrayendo deuda. Estos fueron los motivos que se esgrimieron para designar un interventor, responsabilidad que recayó sobre Marcelo Simón. Pero los primeros 180 días dispuestos como plazo de normalización se vieron extendidos nuevamente hasta la llegada del nuevo gobierno.

Otro punto clave para los medios de gestión pública es la financiación: la independencia económica es uno de los aspectos más relevantes para poder encarar con éxito los demás principios de servicio público. Sin embargo, continuando una política histórica y amparado argumentativamente en la crisis de diciembre de 2001, el gobierno de Duhalde no garantizó los recursos necesarios para tal fin. El presupuesto que se asignó para 2002 oscilaba entre 41 y 46 millones de pesos (no se oficializó la cifra exacta), monto que sólo permitió pagar los sueldos de los empleados del SNMP. Todos los gastos de operación, que incluyen el pago de los servicios públicos (electricidad, telefonía, agua, etc.), la inversión para programación y el mantenimiento técnico, fueron cubiertos con la venta de espacios publicitarios. Esto incurre en una clara contradicción, ya que el canal y las radios deben competir con sus pares privados comerciales, intentando ampliar su *rating* requisito para aumentar a su vez la venta de publicidad e incrementar los ingresos del medio. Ahora bien, estos ingresos deberían destinarse a producir una programación de calidad, que no siga las líneas del mercado y complementemente con una oferta diferenciada a los medios privados. Todo un sinsentido.

Finalmente, lo que debería diferenciar a un medio público de otro privado es la diversidad y calidad en su programación. Una de las críticas que reciben los medios públicos se relaciona con los bajos niveles de audiencia. De las mediciones que realiza Ibope, por ejemplo, se desprende que Canal 7 ocupaba el quinto y último lugar entre 2002 y 2003, detrás de los cuatro canales privados de Buenos Aires en las mediciones de la Capital Federal y conurbano bonaerense, apenas superando un punto de *rating*. Aunque este dato no es menor, no brinda información acerca de los contenidos de la programación. Al respecto, en un trabajo realizado por Cuevas y Marino<sup>12</sup>, se analiza la programación de Canal 7 entre agosto de 2002 y marzo de 2003, aplicando los principios de servicio público para los contenidos. Los autores llegan a esta conclusión: “en determinado punto Canal 7 responde a los valores que desde un servicio público deben ser promovidos: la pantalla del canal sintoniza una frecuencia que a nivel simbólico habilita representaciones e ideas que rara vez se ven en otros medios”<sup>13</sup>. Su programación intenta cumplir la misión del servicio público en los contenidos, pero fuertemente determinada por la imposibilidad de producir ciclos de ficción e incrementar calidad técnica a las transmisiones.

Por otra parte, con la firma de cuatro decretos de necesidad y urgencia, se implementó un paquete de medidas para detener una política que puso en riesgo a los medios públicos durante las gestiones previas de Menem y De la Rúa. En la década del 90, la creencia sobre la ineficacia del Estado para la administración de cualquier tipo de empresa permitió avances sin

---

<sup>12</sup> CUEVAS, Florencia y MARINO, Santiago, “Atributos Tan Contradictorios. Identidad, imagen y servicio público en el caso de Canal 7 (2002-2003)”, Tesina de grado N° 1281, Licenciatura en Cs. de la Comunicación, Facultad de Cs. Sociales (UBA), octubre 2003.

<sup>13</sup> *Ídem* p. 125.

antecedentes que amenazaron como nunca antes la existencia de los medios públicos. La preponderancia de los dictámenes del mercado, favoreciendo cada vez más el carácter comercial de los medios y desconociendo su función social, insistieron en la subsidiariedad del estado para la prestación del servicio. Algunas de las medidas regresivas hacia los medios de gestión estatal fueron suspendidas por el gobierno de Duhalde. El primer caso fue la derogación del decreto 1022 de 1995, firmado por el entonces presidente Carlos Menem que disponía la sustitución de la frecuencia de Canal 7 por la señal 4+. La medida fue altamente resistida desde varios sectores, entre ellos los trabajadores del canal, artistas y representantes de la cultura, universidades (por nombrar sólo algunos) y finalmente no llegó a materializarse. El Estado Nacional todavía mantenía abierto un juicio insistiendo con implementar la medida privatizadora cuando la Alianza llegó al gobierno y desistió de continuarlo, pero el decreto 1022 seguía formalmente vigente.

Esta era la situación cuando Eduardo Duhalde firmó el decreto 702 en abril de 2002 y derogó definitivamente el cambio de señal de Canal 7. Se trata en realidad de una disposición de contenido simbólico más que de un cambio efectivo para la situación del canal. Al momento de derogar la disposición, un proceso de resistencia ya lo había evitado de hecho, aunque cabe reconocer la decisión política formal.

Otra medida con el mismo signo fue la creación de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO<sup>14</sup>, a través del Decreto 2507 en diciembre de 2002, que dio marcha atrás con la incorporación de la agencia pública de noticias y publicidad en el “Multimedios oficial” que había dispuesto el gobierno de De la Rúa en enero de 2001. Además de haberse creado por decreto, otro cuestionamiento hacia el SNMP se relacionaba con la inconveniencia de reunir a estas tres empresas, porque las funciones de una agencia de noticias y publicidad reclaman independencia, ya que generaría suspicacias hacia la pauta publicitaria en los medios con los que se fusionaba. También se percibía como una amenaza de reducción de personal para las distintas corresponsalías de la agencia, en nombre de una sinergia de recursos. Por estas razones, el decreto 2507 fue una medida que se consideraba necesaria por algunos estudiosos de lo jurídico y la radiodifusión, aunque erradamente implementada por decreto.

Posiblemente una de las políticas de comunicación más trascendentes del gobierno de Duhalde fue la modificación de la ley de radiodifusión respecto al rol subsidiario del Estado hacia el sector privado para la prestación de servicios. Duhalde firmó dos decretos para permitirle al Estado tomar a su cargo el servicio en cualquier territorio del país, más allá del mapa del interés privado. El primero de estos decretos fue el 2368, publicado en el boletín oficial el 22 de noviembre de 2002. Con esta medida se modifica el artículo 33 de la ley de radiodifusión, que disponía la prohibición de transmisión de Canal 7 en las zonas con presencia de privados. El nuevo decreto permite que el Poder Ejecutivo determine las zonas del interior del país donde se ubicarán las repetidoras de la señal televisiva.

La disposición de este decreto puede interpretarse como un paso adelante hacia el principio de cobertura nacional que debería cumplir Canal 7. Sin embargo, para que la medida se efectivice debe contar con el apoyo económico para la instalación de tales repetidoras. Y también puede analizarse como un paliativo ante una situación de postergación y congelamiento en el mapa televisivo nacional, ya que todavía se esperan planes de la CNC para la instalación de nuevas señales abiertas de televisión a salir por concurso, porque en muchas ciudades del

---

<sup>14</sup> Telenoticiosa Americana (TELAM) comenzó a funcionar en 1945. Un decreto le permitía funcionar como Sociedad Anónima hasta que en 1968 el estado adquiere todas las acciones. En 2001 fue incorporada al Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP)

país no se recibe ningún canal por aire y se debe pagar el servicio de televisión por cable para acceder a la televisión. Argentina cuenta con 46 canales de aire en total, los mismos que tenía en 1983, cuando comenzó la democracia y se suspendió el Plan Nacional de Radiodifusión que planteaba la dictadura saliente.

El 19 de mayo de 2003, tan sólo seis días antes de dejar la presidencia, Eduardo Duhalde firmó el decreto 1214, que sustituye el artículo 11 de la ley de radiodifusión que establecía que las provincias y las municipalidades podían prestar hasta un servicio de radiodifusión sonora con modulación de amplitud (AM) y uno de modulación de frecuencia (FM), respectivamente, sólo excepcionalmente y con previa autorización del Poder Ejecutivo Nacional. Y la autorización se expediría únicamente en los casos donde la actividad privada no prestara servicio.

Esta disposición respondía a una política que entiende a la radiodifusión como una actividad casi exclusiva del sector privado, que sólo tomará a su cargo el Estado en carácter subsidiario, ya que las empresas no prestan servicio en las zonas donde la publicidad comercial no permite sostener económicamente al medio. La modificación que introduce el 1214 permite que el Estado se reserve para sí la posibilidad de que cada provincia tenga un canal de televisión abierta y una radio AM y cada municipalidad una FM, sin tener en cuenta qué otros prestadores tienen licencias en esa área de cobertura, eliminando el rol subsidiario respecto del sector privado. Se permite además la venta de espacios publicitarios para el sostenimiento de los medios.

Sin lugar a dudas cabe mencionar algunas salvedades a este decreto. Es cuestionable la necesidad de “solución inmediata”: luego de un proceso de concentración de la comunicación en los 90, recién decide actuar sobre la cuestión cuando finaliza su presidencia interina, mientras que dedicó los inicios de su mandato a responder activamente a las necesidades de actores privados de la radiodifusión, con intereses de empresa bastante distantes de los intereses comunicacionales de la población. Lo que tampoco cambió con el gobierno de Duhalde fue la metodología de gobernar por decreto: mientras esta herramienta está prevista como un recurso excepcional ante la imposibilidad de que el Congreso se reúna y legisle sobre aspectos de urgente solución, todas las gestiones convierten a los decretos en “norma” en lugar de “excepción”.

La firma del Decreto 1214 tuvo muchas repercusiones y la interpretación que se imponía acerca de las intenciones perseguidas por esta medida era la de brindarles a gobernadores e intendentes justicialistas, de la línea duhaldista, la posibilidad de contar con medios gubernamentales en su poder. Pero desde el oficialismo, el entonces vocero del presidente Duhalde, Luis Verdi, lo niega absolutamente: “no es una cuestión de darle poder a los gobernadores, una radio es del Estado, con ese criterio, eliminemos Radio Nacional para no darle poder a los presidentes, eliminemos Radio Ciudad acá (en Buenos Aires)”<sup>15</sup>.

Entre los principales opositores se destacaron las cámaras empresarias, a través del planteo de la crisis del mercado publicitario para mantener a los medios actuales. En declaraciones a un diario, el presidente de ATA, Carlos Fontán Balestra, defendió la variante económica: “sólo en la TV abierta metropolitana, donde no pueden vivir más de dos canales, hay cuatro. Sobran canales por todos lados. Y, como si fuera poco, ahora el Estado sale a competir por el mercado publicitario.”<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Entrevista realizada el 22/02/07.

<sup>16</sup> [http://www.lanacion.com.ar/archivo/nota.asp?nota\\_id=497909&origen=acumulado&acumulado\\_id=](http://www.lanacion.com.ar/archivo/nota.asp?nota_id=497909&origen=acumulado&acumulado_id=)

Desde el COMFER duhaldista se defendió la medida con un contraataque del entonces interventor Caterbetti, que mencionó al mismo diario que “si el decreto que prorroga las licencias por diez años más hubiera salido, nadie habría dicho nada. Es falso que con este decreto se paguen favores políticos. Estos canales se van a mantener con publicidad”<sup>17</sup>

El interventor del COMFER del gobierno sucesor, Julio Bárbaro, manifestó su oposición a la medida, aunque finalmente no fue derogada: “Yo creo que la humanidad todavía no inventó un oficialismo agradable. Lo que es oficial y oficialista es aburrido... Tenemos un canal oficial a nivel nacional, el 7, y nos matamos. Si esto lo bajáramos a las provincias, a los Juárez, a los Rodríguez Saa, a cada intendente una radio, el estropicio será enorme. Y nada será enriquecido. El problema de ellos no es que no tienen dónde decir lo suyo; el problema es que no tienen nada que decir”<sup>18</sup>.

En la práctica, el decreto no produjo ningún cambio en el mapa de medios, como consecuencia de la judicialización de la cuestión, un mecanismo o estrategia que interpuso el sector privado. Sergio Fernández Novoa, Coordinador de la Intervención del COMFER durante el gobierno de Néstor Kirchner, lo explicaba en estas palabras: “este Decreto 1214, aún vigente, nosotros no lo podemos poner en práctica porque desde que existe ha habido medidas cautelares diseminadas por toda la Argentina, iniciadas por algunos grupos o medios de comunicación”<sup>19</sup>.

A modo de conclusión, se puede resumir la política sobre medios públicos del gobierno de Duhalde como de “resguardo”, para detener un camino de ida hacia su extinción. Se empezó a modificar su rol subsidiario frente al sector privado, permitiendo la instalación de repetidoras de Canal 7 y la autorización para medios provinciales y municipales. Aunque esta última disposición no imprimió efectos aún en el mapa de medios, se marcó una diferencia en relación a los gobiernos anteriores de Menem y de De la Rúa. Pero estas iniciativas formales no se compensaron con la inversión económica que precisan los medios públicos para desarrollarse. Tampoco en el plano político hubo avances: se intervino el SNMP y todos los cambios mencionados se realizaron a través de decretos de necesidad y urgencia. A pesar de los numerosos proyectos de ley sobre la materia, ninguno de ellos fue tratado en el Poder Legislativo. Los medios públicos, por lo tanto, recibieron cambios positivos, pero mínimos a nivel estructural, todos ellos originados directamente desde Presidencia.

## **8- Un balance sobre los cambios de la radiodifusión entre 2002 y 2003**

Sin lugar a dudas, la crisis económica fue determinó el epicentro de su gobierno, así como el carácter de la política de comunicación de Eduardo Duhalde. En relación con el sistema privado de medios, se pueden mencionar dos líneas de acción, ambas con los mismos objetivos. En primer lugar, las medidas efectivas que se implementaron para salvaguardar la propiedad de los principales medios privados comerciales y garantizar su posición de mercado. Una segunda línea se compone de las medidas que intentaron ponerse en práctica y no prosperaron. Tal fue el caso de la modificación del Código Penal para penalizar la radiodifusión “ilegal” y la suspensión del cómputo de las licencias de todos los medios por 10 años. Estos últimos casos, pese a no llegar a sustanciarse tenían el mismo fin y constituían una política complementaria de la “primera línea”.

Otro eje de intervención fueron las medidas relacionadas con los medios de gestión estatal. Se puede establecer que el cambio de postura política con respecto a las gestiones previas fue

---

<sup>17</sup> *Ibidem*

<sup>18</sup> <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/teoricos/12003/teorico12.htm>

<sup>19</sup> Entrevista realizada el 08/02/07.

más destacable que los resultados efectivos que lograron obtenerse para el área. A diferencia de los claros objetivos que guiaron la política para los “privados”, la política para los medios “públicos” parece haber sido producto de una tibia voluntad política que encontró espacios de intervención.

El gobierno de Duhalde logró mantenerse en el poder y los medios acompañaron un difícil momento histórico con un tono serio y respetuoso hacia el primer mandatario, en general, aunque de todos modos debió anticipar el llamado a elecciones. Esta debilidad institucional delineó la política de comunicación del gobierno de Eduardo Duhalde, apoyando activamente un mapa de medios concentrado, a favor de los medios privados existentes y dejando de lado objetivos tales como la democratización de la comunicación, el pluralismo y la participación ciudadana.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ANGUITA, Eduardo, *Grandes hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*, Buenos Aires, Colihue, 2003.
- BASUALDO, Eduardo, *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina. Notas sobre el transformismo argentino durante la valorización financiera (1976-2001)*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2001.
- BASUALDO, E., SCHORR, M. y LOZANO, C., *Las transferencias de recursos a la cúpula económica durante la administración Duhalde*, IEF – Central de Trabajadores Argentinos, Buenos Aires, 2002.
- BLANCO, Daniela y GERMANO, Carlos, *Veinte años de medios y democracia en la Argentina*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.
- BULLA, G. y POSTOLSKI, G., “Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los ‘90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo”, *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br), Vol. VI, N°1, Ene-Abr. 2004.
- CUEVAS, Florencia y MARINO, Santiago, “Atributos Tan Contradictorios. Identidad, imagen y servicio público en el caso de Canal 7 (2002-2003)”, Tesina de grado, Licenciatura en Cs. de la Comunicación, Facultad de Cs. Sociales (UBA), octubre 2003.
- RODRIGUEZ DIEZ, Alejandro, *Historia Secreta: Devaluación y Pesificación*, Buenos Aires, Bifronte Editores, 2003.
- SIGEN, “Informe de auditoría preliminar, Comité Federal de Radidifusión, Transferencia de licencias de radiodifusión” Abril de 2001, en Apuntes de Legislación comparada, Unidad I, CECSO, Buenos Aires, 2004.
- TREMBLAY, Gaëtan, “La noción de servicio público”, *Revista Télós N°14*, Madrid, 1998.

## **ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS**

- Publicación mensual *RTA*, Radio y Televisión Americana: Ediciones N° 67 a 81.
- Diario *La Nación*, enero de 2002 a mayo de 2003.
- Diario *Clarín*, enero de 2002 a mayo de 2003.

## **OTRAS FUENTES**

- Entrevistas realizadas por la autora a: Irma Parentella (15/12/06), Luis Lázzaro (19/12/06), Alejandro Rodríguez Diez (21/12/06), Gustavo López (26/12/06), Sergio Fernández Novoa (08/02/07) y Luis Verdi (22/02/07)