

ESTRUCTURA ECONÓMICA, PLEXO NORMATIVO Y ELEMENTOS PARA EL DEBATE SOBRE LA DEMOCRACIA EN LAS COMUNICACIONES

Santiago Marino
Universidad de Buenos Aires (Argentina)
santitesis3@yahoo.com.ar

Resumen

El presente trabajo intenta dar cuenta, a partir de una investigación académica sobre la concentración de la propiedad en el audiovisual (distribución de señales de Televisión por cable) en Argentina desde 1990 hasta nuestros días, del modo en el que la universidad debe intervenir en el debate sobre la democracia en las comunicaciones. El planteo será intentar explicitar las posibilidades con las que se cuenta para la intervención en el debate público sobre el espacio público y la democracia de las comunicaciones, los problemas a enfrentar, y las condiciones estructurales en las que se da el debate.

La propuesta parte de un exhaustivo análisis –con elementos teóricos de los estudios sobre el Estado, la economía política de la comunicación y la concepción de los medios de comunicación como actores políticos- de la estructura económica del sector, del plexo normativo que regula el sistema, de sus orígenes, causas y consecuencias. Se actualiza en los debates por la necesidad y las condiciones políticas coyunturales para la sanción de una ley de radiodifusión, en el marco de una política de comunicación, y sostiene entonces propuestas de intervención, y el contexto en el que esta debe desarrollarse.

*“El futuro llegó, hace rato. Todo un palo, ya lo ves.
Llegó como no lo esperabas. El futuro... ya llegó.”*
Los Redonditos de Ricota

Introducción

El presente trabajo intenta dar cuenta de cómo la universidad puede / debe intervenir en el debate sobre la democracia en las comunicaciones, a partir de una investigación académica sobre la concentración de la propiedad en el audiovisual y el modo de regular las comunicaciones en Argentina desde 1990. El planteo será intentar explicitar las posibilidades con las que cuenta el docente-investigador en esta área para su intervención en el *debate público* sobre el *espacio público* y la democracia de las comunicaciones, los problemas a enfrentar, y las condiciones estructurales en las que se da el debate. La propuesta parte de un exhaustivo análisis –con elementos teóricos de los estudios sobre el Estado, la economía política de la comunicación y la concepción de los medios de comunicación como actores políticos- de la estructura económica del sector, del plexo normativo que regula el sistema, de sus orígenes, causas y consecuencias. Se actualiza en los debates por la necesidad y las condiciones políticas coyunturales para la sanción de una ley de radiodifusión, en el marco de una política de comunicación, y sostiene entonces propuestas de intervención, y el contexto en el que esta debe desarrollarse. La idea es trabajar sobre las consecuencias socioestructurales, políticas y culturales del neoliberalismo en el área de la comunicación en la Argentina desde su instauración en la Dictadura militar, y su profundización, ya en democracia, durante los gobiernos de Carlos Saúl Menem. De esta manera, se buscará cumplir con el objetivo de “poner en común experiencias y prácticas en torno a la investigación y a la extensión en el seno de la academia”. Para poner en debate resultados de la una investigación en desarrollo, y las posibles acciones a llevar adelante en el futuro.

Dictadura. El inicio

La Dictadura cívico-militar que gobernó la Argentina desde marzo de 1976 hasta diciembre de 1983 dejó marcas que aún son huellas en la sociedad. En su modo de administrarla y en la manera en que esto se materializa, mediante normativas, leyes, decretos. El Plan que trajo consigo la Junta Militar implicó sellar la instauración de las políticas económicas del Estado Neoliberal (reducción drástica del gasto público, apertura de las barreras arancelarias a favor de la importación de productos, giro drástico en la lógica de acumulación hacia la valorización del capital financiero, reducción del papel de Estado en pos de convertir al Mercado en agente aglutinador de la sociedad). Para ello, desarrolló una política económica concreta, llevada adelante con José Alfredo Martínez de Hoz en el Ministerio de Economía. El plan militar incluía un cambio cultural muy fuerte y la necesidad de generar consenso mediante un discurso afín con sus intereses, con los medios de comunicación como herramientas. Los canales de TV habían sido estatizados por el gobierno justicialista (1) una vez que las licencias de los canales 9, 11 y 13 de Buenos Aires habían caducado. En cada uno se ubicó un hombre de la Junta. Se siguió la lógica de distribución de poder francesa, es decir, 33 % del total del control de áreas de seguridad y gestión para cada fuerza (Andersen 1993). Y se reiteró también aquí la primacía del Ejército sobre el resto. Dado que, al estar a cargo del Poder Ejecutivo, se quedó con el total de las Secretarías y Direcciones. La

Marina gestionó canal 13, la Aeronáutica hizo lo propio con canal 11, mientras que canal 9 quedó para el Ejército, quien además controlaba el canal 7 (integrante del Sistema Oficial de Radiodifusión, dependía directamente del PEN). Este tipo de intervención se continuó en todos los medios de propiedad estatal. Para los medios privados (algunas pocas estaciones de radio y sobre todo, la prensa gráfica) quedaban las prácticas de control, censura y cierres forzados. A comienzos del 77, el gobierno dictatorial obligó a transferir las acciones de Papel Prensa S.A. de la familia Gravier. El Estado se quedó con el 25% del paquete accionario y en una licitación pública ofreció participación a medios privados. La firma se inauguró el mismo año y la sociedad la completaban (la completan aún hoy) los diarios *La Nación* y *Clarín*. Se acordó con dos de los tres ex propietarios de canales el pago por la expropiación de sus activos (2) y el cambio en la norma de emisión de TV para la transmisión de los partidos en color para el mundial de fútbol, lo que implicó un costo de más de 70 millones de dólares (entre los que se incluye lo que implicó construir el Centro de Producción de Programas de Televisión S.A. -luego sería Argentina Televisora Color- y una inversión de 30 millones más en el equipamiento). Los partidos sólo se emitieron a color para el exterior. Las transmisiones en colores comenzaron el 1° de mayo de 1980. Primero fueron el canal 13 y ATC, luego canal 9 y finalmente el 11. El elemento definitivo para el control de la comunicación, la materialización de su política, fue la sanción del Decreto Ley 22.285/81 de Radiodifusión. El mismo tiene un carácter centralista, formalista y privatista. Establece obligaciones para la posibilidad de ser licentarios (ser argentino, tener objeto comercial y fin de lucro –excluyendo así al arco popular-) y los plazos de las licencias (3). Define el servicio de radiodifusión de “interés público” para que puedan participar los actores privados. Este Decreto-Ley fue el resultado de una negociación entre las cámaras empresarias del sector (ATA y ARPA) (4) y el gobierno de facto, expresada fundamentalmente en la composición del directorio del organismo de control, el COMFER (5). Determinaba como fuente de financiamiento a la publicidad. Además creaba el Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA) que establecía tres etapas (6) para la privatización y el desarrollo del sistema de radiodifusión. Se buscaría constituir el Servicio Oficial de Radiodifusión, privatizar cuarenta radios y dieciocho canales de TV, instalar setenta y dos nuevas estaciones de radio y diez de televisión, renovar las licencias a estaciones en funcionamiento, entre otros objetivos (Noguer 1985). El modelo de Estado quedó dispuesto desde entonces. Del mismo modo el plexo normativo sobre la cultura y las comunicaciones. Y esa estructura se mantuvo en democracia. Potenciando aún más las características neoliberales.

Democracia. Continuismo y fracasos (no inocentes)

El 9 de julio de 1989 asumió la presidencia el justicialista Carlos Saúl Menem. Su triunfo en las elecciones, el 14 de mayo, distaba mucho del momento establecido para la asunción, en diciembre de ese año. La crisis económica y social expandida, luego del fracaso del *Plan Austral* (de Juan Vital Sourrouille), materializada en la inflación y el crecimiento del desempleo, junto con la situación de inestabilidad, saqueos (en supermercados de las grandes ciudades del interior del país) y un gobierno nacional débil (la mayoría de las provincias eran gobernadas por el justicialismo, partido que contaba -luego del triunfo en las elecciones de 1987- con la mayoría en ambas cámaras), culminó con el adelantamiento del traspaso del mando. El primero en la democracia luego de la dictadura de 1976. Menem había desarrollado un discurso de campaña que se componía de elementos que implicarían mejoras para los sectores populares (tales como el *salario* o la *revolución productiva*) con una promesa de retorno a un Estado de bienestar (o a algunas de sus directrices) que estaba en retraimiento en el mundo. Enfrentó, en la campaña, a un discurso de tinte neoliberal del candidato de la UCR, Eduardo Angeloz. Nada sucedió tal como se pensaba y expresaba. Y, entonces, Menem fue el presidente, y pasó a aplicar aquello que proponía su rival, opuesto diametralmente a sus promesas de campaña. En 1991 y con Cavallo en el ministerio, Argentina adoptó el plan de convertibilidad, por el cual se estableció un tipo de cambio (1 dólar = 1 peso) que afectó profundamente a la estructura productiva, a los intercambios comerciales y, por ende, a la ya precaria industria nacional. Pero el cambio estructural se había iniciado en 1989. Y esto había sido a partir de la sanción de las leyes de Reforma del Estado y de Emergencia Económica. Las características centrales del período pueden resumirse en *regulación a favor del mercado* y (la consecuente) *privatización*. En agosto de 1989 se sancionó la 23.696 de Reforma del Estado, conocida como *ley Dromi*, apellido de su mentor, ministro de Obras y Servicios Públicos en esa etapa. Esa regulación dispuso privatizar toda empresa pública que generara pérdidas. Además, establecía algunos cambios en el Decreto-ley 22.285 (7), para definir las figuras que se quedarían con los canales de TV, las primeras de las empresas a privatizar. La urgencia privatizadora implicó desarrollar un proceso con beneficios para el sector privado (que fue camino a un negocio seguro) y reconfiguró el mapa de articulaciones de intereses y hegemonía del capital. Así, se comprendió que el discurso privatizador debía ser generado por las propias empresas, con lo cual, se definió como un objetivo (cumplido a la postre) de llegar al año 1990 con los canales de TV en manos privadas. El discurso demonizador del Estado y exaltador del mercado sería mejor acompañado si los canales de TV estuvieran en manos privadas. Estos eran empresas deficitarias en manos estatales. Nada se discutía acerca de quienes y cómo habían generado esa deuda (8). La privatización de los canales era tan urgente como necesaria para el proyecto global. El 21 de septiembre de 1989 se llamó a licitación de los canales 11 y 13 de Buenos Aires, mediante el decreto 830/89. En octubre se conocieron las propuestas

económicas y de antecedentes de las empresas. Luego de un proceso en el cual el choque de intereses en pugna determinó vencedores y vencidos, el 22 de diciembre se promulgó el Decreto 1540/89 que concedió las licencias de las estaciones LS84 TV canal 11 a Televisión Federal (Telefé) y LS85 Canal 13 a Arte Radiotelevisivo Argentino SA (ARTEAR) (Baranchuk 2005). Los canales se otorgaron el 29 del mismo mes. La decisión de privatizar primero los canales de TV (y las radios de la ciudad de Buenos Aires) tenían el objetivo de sostener un discurso ideológico que defiende el proyecto. Con la privatización de los canales de TV comenzó el proceso de concentración de propiedad de medios más intenso que ha vivido el país. Esto luego evolucionaría en una consolidación de los *trusts* de información y entretenimiento, que extenderían su cartera de negocios hacia el cine, la TV por cable y la conexión de Internet. La primera etapa generó un espacio en el cual, en la comunicación, el capital presente, dueño y beneficiario fue el de origen nacional, pues el sector del gobierno que expresaba este plan triunfó en la puja frente al que pretendía ingresara desde entonces el capital extranjero. En la década del 90, se vivió un fuerte proceso privatizador en América Latina que, siguiendo la matriz del modelo de Estado neoliberal que se imponía en el mundo –como salida a la crisis de acumulación del Estado de Bienestar- y con el objetivo de abrir la competencia y “garantizar el acceso de la población a mejores y más baratos servicios”, desmanteló el conjunto de los monopolios estatales de servicios, incluyendo el sector audiovisual y las telecomunicaciones. En la mayoría de los casos, los resultados no fueron los enunciados y ni siquiera se logró un mercado competitivo. Se terminó transformando a los monopolios estatales en monopolios u oligopolios privados. La consecuencia más impactante fue que, en el proceso, se debilitó fuertemente la capacidad de establecer políticas públicas con sentido social. El debilitamiento y privatización de los medios de radiodifusión de servicio público formó parte de esta tendencia. La concentración de bienes y servicios culturales fue muy importante en América Latina, donde se encuentra en proceso de consolidación. En Argentina, esta etapa se desarrolló desde la segunda parte de la década del 90, en coincidencia (no casual) con el segundo período de gobierno de Carlos Menem. Los niveles de concentración de propiedad comenzaron a ser notorios en todos los sectores, incluyendo prensa, radio, televisión, TV de pago, telefonía básica y móvil y proveedores de Internet.

En el año 1991 el presidente Menem había firmado, en Washington, el Tratado de Protección Recíproca de Inversiones. El mismo establece que los capitales oriundos de los países firmantes serían tratados como nativos en inversiones de áreas económicas no reservadas por cada uno de los firmantes (9). Ese Tratado Internacional chocaba con el Decreto-ley 22.285/80, que impedía la participación de capital extranjero en empresas licenciatarias de servicios de radiofusión. Mas en 1994, con la Reforma Constitucional, el ingreso de este tipo de capitales fue allanado. De acuerdo a la (nueva) Carta Magna, los tratados Internacionales tienen desde entonces prioridad –rango constitucional- sobre las leyes nacionales. A partir de lo cual el capital extranjero puede ingresar al mercado de la radiodifusión en el país. Ya lo había hecho en las telecomunicaciones, pues en la privatización de la empresa nacional de telefonía (ENTEL), a comienzos de la década, las empresas compradoras habían sido la española Telefónica y la francesa Telecom, quienes construyeron un duopolio con zonas exclusivas para cada una. El Tratado dio marco legal la propiedad extranjera de Telefónica sobre Telefé (Canal 11), HMT&F sobre Cablevisión y Goldman & Sachs sobre el Grupo Clarín. Tal como plantea Rossi (2005): “En consonancia con los procesos de transnacionalización y privatización de la propiedad de los medios, se registraron diversos cambios en la producción y distribución de material audiovisual entre 1990 y 1995. Entre ellos (...) -se reconfiguró el circuito de salas cinematográficas (con cierre de salas en el interior del país, y la conversión de diversas salas de grandes ciudades en multicines) (...) -la discutida reforma de la Ley del Cine de 1994 marcó un acercamiento de la producción y el financiamiento del cine nacional por las productoras de televisión de los canales de cabecera y las principales señales de TV por cable” (Rossi 2005).

La continuidad del proyecto económico en la segunda presidencia menemista contó con la novedad de la participación de la inversión extranjera. Coincidían entonces los intereses de la banca internacional, los de los grupos económicos nacionales y los de las empresas extranjeras. A mediados de esa década hubo una “oleada de transferencia de propiedad que involucraba a la totalidad o una parte del capital de numerosas empresas privadas, entre las que se cuentan varios de los principales consorcios que adquirieron las empresas públicas en los años anteriores” (Basualdo 2001). En esta etapa se dio, en el área de las telecomunicaciones y el sector audiovisual, una dinámica de inversiones inédita. Con participación de capital trasnacional, financiero, y la consecuente concentración de la propiedad. El crecimiento de la Inversión Extranjera Directa (IED) que se dio en toda la economía argentina se materializó en el sector de medios de comunicación con los casi 3.000 millones de dólares que se movilizaron en la compra de radios, diarios y canales de TV. “El agudo proceso de concentración empresarial derivó en la conformación de dos grandes conglomerados mediáticos, el Grupo Clarín y la sociedad Citicorp Equity Investment (CEI)-Telefónica, que protagonizaron el duopolio más significativo de las comunicaciones sociales en Argentina de finales de siglo XX” (Albornoz-Hernández 2002, 2005). Ambos grupos controlaban el 85 % de los abonados a la TV por cable, el diario de mayor tirada del país, las principales emisoras de radio (AM y FM), y presencia dominante en telefonía (básica y móvil) y distribución de Internet (10).

La última regulación que se dictó en este sentido y en este período fue la más clara. La más precisa. La más determinante en esta característica de adecuar el plexo regulatorio a la lógica comercial, a su régimen de acumulación. Así, el Decreto 1005/99 sancionado por Carlos Menem poco antes de culminar su mandato formalizó aquello que el mercado había establecido: autorizó el ingreso de capital extranjero proveniente de países que hayan firmado Tratados de Reciprocidad (el cambio no estaba aún materializado en la ley de radiodifusión), amplió el máximo de licencias de radiodifusión por operador de 4 a 24, autorizó las cadenas de transmisión permanentes, permitió ampliar la pauta publicitaria por bloques horarios (facilitó así el manejo de *prime time*) y permitió la venta de licencias (facilitando así la compra-venta de medios). Así se definió la lógica comercial que impera, aún hoy, en el sistema.

De la Rúa – Duhalde – Kirchner. La herencia

La alianza UCR-FREPASO parecía ser la salida ordenada y honesta, pero sin cambios en lo económico, que la sociedad buscaba para cerrar la etapa del menemismo, consolidada en un contexto neoliberal. Así, el binomio De la Rúa - Álvarez accedió al mando con poder escaso (la mayoría legislativa continuaba en manos del justicialismo). Esa coalición colisionada poco y nada cambiaría en el modelo de Estado y en la regulación sobre cultura y comunicación. La más importante es que fue la creación del Sistema Nacional de Medios Públicos, mediante el Decreto N° 94 del 25 de enero de 2001, para la administración conjunta de Canal 7, Radio Nacional, Télam y el SOR). Para finales de 2002 había sido excluida la agencia oficial de noticias, mediante el decreto 2.507/02 (durante la presidencia de Duhalde) para quedar convertida en Sociedad del Estado. Ir y venir en los medios, la herencia se mantiene. La crisis social, política y económica de la Argentina -con su momento más relevante en las jornadas de 19 y 20 de diciembre de 2001 (11)- derivó, luego del asesinato de los piqueteros Kosteki y Santillán en julio de 2002, en el adelanto del proceso electorario. La salida política propuesta por el presidente Eduardo Duhalde fue convocar a elecciones para marzo de 2003. Realizada traumáticamente la devaluación (*asimétrica*) de la moneda nacional (12), el alto precio del dólar reposicionó sectores de la economía nacional como el agro. Así, Argentina volvía a ser un granero exportador, beneficiado por el precio internacional de las *comodities*. Durante el gobierno duhaldista, en relación con los medios, lo más relevante fue la sanción del Decreto N° 1114, que permite a los municipios y las provincias convertirse en licenciatarios de una señal de FM. Y estableció los parámetros para la sanción de la ley de industrias culturales. Ya en el gobierno de Kirchner, para el que también estableció los parámetros. Aunque sólo de su llegada. Dentro de ese contexto variado y variable, el poder legislativo aprobó el 18 de junio de 2003 –siete días antes de que se cumpliera el primer mes del nuevo gobierno– la Ley N° 25.750 de “Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales”, promulgada el 4 de julio. El artículo central establece que “a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, que la propiedad de los medios de comunicación (...), deberá ser de empresas nacionales, permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario y que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje. Dicho porcentaje puede ser ampliado en reciprocidad con los países que contemplan inversiones extranjeras en sus medios de comunicación, hasta el porcentaje en que ellos lo permiten” (13). Para cerrar aquel círculo iniciado en 1976, y profundizado en el menemismo, el 20 de mayo de 2005 Kirchner sancionó el decreto 527/05 que establece la suspensión del plazo de licencias de empresas radiodifusión por 10 años. Así, “los actuales propietarios de medios se ven beneficiados por una medida que suspende el cómputo de los plazos que la ley otorga de quince años más diez de prórroga por única vez extendiendo por otro diez el término original” (14). Esta tal vez sea la fecha de suspensión –hasta quién sabe cuándo- de la ilusión por la derogación de la Ley de Radiodifusión que lleva la firma del genocida Jorge Rafael Videla, es antidemocrática y excluyente.

A partir del análisis

El planteo inicial del presente trabajo implicaba aportar elementos y datos que puedan convertirse en herramientas a usar por la universidad en un debate que es lamentablemente inexistente en el actual escenario político. La academia debe intervenir en ese debate sobre la democracia en las comunicaciones. La pregunta que se genera inmediatamente es si puede hacerlo. Y cómo. Frente a los procesos de creciente liberalización comercial, la obligación de la academia es la de participar activamente con el propósito de fomentar la diversidad cultural, protegiendo a la democracia en sí de las amenazas específicas que implican los procesos de globalización, concentración de la propiedad, evitar la definición de la cultura como mercancía, y evitar la consolidación de monopolios multinacionales

Las posibilidades con las que cuenta el docente-investigador en esta área para su intervención en el debate público sobre el espacio público y la democracia de las comunicaciones son las herramientas del accionar académico, que deben mutar en accionar político, práctica. Que debe(rá) ser superadora del accionar de *eco*, *academicista*, que renguea en la participación pues no traspasa las fronteras de la academia. Los problemas a enfrentar, y las condiciones estructurales en las que (no) se da el debate, son las que surgen del análisis expuesto, las necesarias de alterar. Y tienen que ver con la concentración de la propiedad

de medios, que genera una inmediata homogeneización en la generación de discursos, no en su producción (este congreso es un ejemplo en contrario) sino en su distribución y posibilidades de discusión. Esas condiciones se actualizan en los debates por la necesidad y las condiciones políticas coyunturales para la sanción de una ley de radiodifusión. Con un Estado que habla (y hace hablar) otra vez de la posible sanción de tal ley en un gobierno democrático. Lo hace sin interpelar a un actor principal, con intereses afectados en la cuestión, como es la universidad y las carreras de comunicación en particular. Mientras que por un lado, con una mano sostiene y profundiza la estructura concentrada (la sanción del Decreto 527 funciona como último ejemplo). Y con la otra, por otro lado, deja que el mercado y sus actores sigan determinando, de acuerdo con sus intereses y necesidades, el modo en que este se estructura hacia el futuro, con el crecimiento, por ejemplo, de la participación del grupo de De Narvaéz en los medios de comunicación (y su reciente compra del diario *El Cronista Comercial* al grupo español *Recoletos*). Y manteniéndose en silencio ante los avances tecnológicos, sin haber decidido aún de modo firme la norma de TV digital. O participando como sordomudo en la antesala de la implementación del Triple Play (la posibilidad de transmitir el paquete de datos, telefonía y contenidos audiovisuales por un soporte de banda ancha que da primacía a las empresas dueñas de los cableados, telefónicas y de cabledem). El Estado se calla. La Academia no es participativa. Y el Mercado decide.

Notas

- (1) Ver más en Mastrini (ed.) 2005
- (2) Se acordó la compra de los bienes de canal 13 al cubano Goar Mestre en 11,2 millones de dólares y la de canal 11 a Héctor Ricardo García en 6,5 millones de la misma moneda. Ver más en Mastrini 2005.
- (3) Establece un plazo original de duración de las licencias de 15 años, renovable por 10 más.
- (4) Ambas son las principales asociaciones patronales del sector. ATA es la Asociación de Telerradiodifusores de Argentina y ARPA es la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas.
- (5) Según el artículo 114 del Decreto-ley 22.285, el Directorio del Comfer debe estar integrado por un miembro de cada Fuerza más un representante de ATA y otro de ARPA.
- (6) La primera desde 1981 hasta 1984; la segunda de 1984 a 1989 y la tercera desde 1989 hasta 1994.
- (7) Las Reformas que la sanción de la ley 23.696 hace a la 22.285 son: permite la concentración de propiedad de medios, eliminando las siguientes restricciones para ser licentaria: a empresas vinculadas a medios de audiovisuales, a empresas gráficas, quitó la obligación de que el único objeto social del licenciatario fuera explotar servicio de radiodifusión, y permitió la constitución de sociedad de sociedades.
- (8) Para un recorrido acerca del proceso de privatización de los canales, ver más en Baranchuk 2005.
- (9) En ese tratado Argentina reservó el sector minero, sobre la base de acuerdos que tenía el gobierno nacional con capitales nacionales de tal sector económico. EEUU reservó, entre otros, el sector de la industria de telecomunicaciones y el audiovisual.
- (10) El grupo CEI-Telefónica compró entre 1997 y 1998 los canales 9 y 11 de TV y los canales del interior del país asociados. Contaba además con Radio Continental y sus repetidoras y el control del diario La Nación, entre otros medios. El Grupo Clarín era propietario del diario que da nombre al grupo, de la licenciataria de canal 13 de TV, de radio Mitre (AM), FM 100, sus repetidoras y la empresa de telefonía móvil CTI, entre otras empresas.
- (11) El 19 y 20 de diciembre de 2001 una serie de movilizaciones populares terminaron con la gestión del presidente Fernando De la Rúa e inauguraron una de las crisis políticas y económicas más importantes de la historia de Argentina.
- (12) La devaluación propuesta por el ministro de economía Remes Lenicov comenzó en febrero de 2002, con el dólar a precio oficial de \$1,40 e implicó además la pesificación de las deudas mayores a los \$ 100.000 (pesos/dólares).
- (13) *Ibidem*.
- (14) Declaración de la Dirección y Junta de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 23 de mayo de 2005.

Bibliografía

- Albornoz, L.-Hernández, P.; *La radiodifusión entre 1995-1999: concentración, desnacionalización y ausencia del control público* en Mastrini, G (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- Andersen, Martín, *Dossier Secreto*, Planeta, Buenos Aires, 1993.
- Basualdo, E.; *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina*. Buenos Aires: UNQ/FLACSO/IDEP. 2001
- Baranchuk, M; *Canales 11 y 13: la primera privatización del gobierno menemista* en *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Mastrini, Guillermo (ed.), Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- Becerra, M.-Mastrini, G.; *Cincuenta años de concentración de medios en América latina: del patriarcado artesanal a la valorización de escala*, en Quiroz Fernández y Sierra Caballero (dirs.) "Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura", Sevilla, comunicación Social Ediciones y Publicaciones (2000)
- Borón, A.; *La sociedad civil después del diluvio neoliberal*, en *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*,

Sader, E. y Gentilli, P. (comps.), CLACSO-EUDEBA, Buenos Aires, 1999.

Mastrini, G (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2005.

Noguer, Jorge (1985), *Radiodifusión en Argentina*, Ed. Bien Común, Buenos Aires

Rossi 2005- *La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial.* en Mastrini, G (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2005.

Postolski, G y Marino, S.; *Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios* en Mastrini, G. (comp.), *Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires, Argentina, 2005.