

Congreso Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC)

**Retrocesos en la conquista de la comunicación como un Derecho. De la celebración de la Ley de Medios a los decretos urgentes del macrismo (2009/2016)**

**Eje 2: Políticas de Comunicación y Cultura**

María Alaniz

María Ana Mandakovic

Mariela Parisi

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba - Argentina

[esmeria75@hotmail.com](mailto:esmeria75@hotmail.com)

[marielaparis@gmail.com](mailto:marielaparis@gmail.com)

[mandackovic@gmail.com](mailto:mandackovic@gmail.com)

**Resumen**

La economía política de la comunicación y la cultura, y los estudios referenciados en medios, política y ejercicio del periodismo viven en estos días un reverdecer en cuanto a sus contenidos, promesas y desafíos. En el mundo y en particular en América Latina, los procesos de concentración y tecnificación de mega empresas de comunicación e info-entretenimiento han generado revuelo tanto en los gobiernos como en el mercado de países del sector; y se presentan ostentosa y avasallante ante el ejercicio de la libertad de expresión, el respeto por la pluralidad de opiniones, la diversidad cultural y el derecho a acceder a informaciones veraces. La presente ponencia ofrece un marco descriptivo acerca de la denominada "década de los progresismos sudamericanos" (2005-2015) y en

especial, el aporte de los gobiernos regionales (Argentina, Bolivia, Ecuador, Uruguay, Venezuela) a las políticas de comunicación y cultura promovidas desde el Estado. Se presenta un breve análisis de un caso particular: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, su implementación y las modificaciones efectuadas durante el gobierno de Mauricio Macri. Por último, se aportan algunas experiencias y opiniones de sectores dedicados al trabajo con medios desde la provincia de Córdoba, que se han visto particularmente afectados por las nuevas implementaciones en materia de comunicaciones.

## **Palabras clave**

### **Ley de Comunicaciones - Regulaciones- Medios sin fines de lucro de Córdoba**

#### **1. Introducción**

La economía política de la comunicación y la cultura, y los estudios referenciados en medios, política y ejercicio del periodismo viven en estos días un reverdecer en cuanto a sus contenidos, promesas y desafíos. En el mundo y en particular en América Latina, los procesos de concentración y tecnificación de mega empresas de comunicación, info-entretenimiento han generado revuelo tanto en los gobiernos como en el mercado de países del sector, y se presentan ostentosa y avasallante ante el ejercicio de la libertad de expresión, el respeto por la pluralidad de opiniones, la diversidad cultural y el derecho a acceder a informaciones veraces. Los modos en cómo los grupos usufructúan su poder y "el poder público" y como entablan las relaciones con los públicos, las instituciones gubernamentales o sociales y el mercado, ameritan reflexiones comprensivas acerca de las mutaciones cuali y cuantitativas que vienen atravesando el campo socio cultural y las propias estructuras de las corporaciones de medios (Bolaño, Narváez y López, 2015).

En tal sentido nuestro trabajo contextualiza la llamada "década de los

progresismos sudamericanos" (2005-2015) y en especial su tributo a las políticas de comunicación y cultura desde el Estado, así como presenta un breve análisis de un caso particular: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, su implementación y las modificaciones sustantivas efectuadas a partir del gobierno del actual presidente Mauricio Macri, que entronca con otro momento regional que podemos caracterizar como de un segundo "giro conservador liberal".

## **2. Metodología**

La elección metodológica del presente trabajo responde a criterios de factibilidad y a objetivos de conocimiento. En la introducción de la ponencia se puso de manifiesto el interés por comprender y reflexionar sobre las acciones llevadas adelante por los gobiernos del "progresismo sudamericano" y en el caso de Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual hasta la llegada de los decretos presidenciales del gobierno de Macri perforando la Ley. Se trata de un trabajo que presenta un recorrido breve tomando las fuentes documentales, citas periodísticas y opiniones de especialistas en el tema para dar cuenta del estado de situación de las políticas de comunicación en Argentina.

## **3. Desarrollo**

### **3.1. Las políticas comunicacionales bajo el "progresismo sudamericano".**

La historia de los medios de comunicación latinoamericanos registra una serie de tendencias comunes que entraron en crisis a comienzos de este nuevo siglo: en primer lugar, el funcionamiento del sistema mediático en la región ha sido invariablemente gestionado desde una lógica puramente comercial; en segundo lugar, existe un alto nivel de concentración de la propiedad del sistema de medios, liderado por unos pocos grupos económicos ligados a los gobiernos de turno, por ejemplo en México (Televisa), Brasil

(Globo), Argentina (Clarín), Colombia (Caracol-El Tiempo), Chile (Mercurio) y Venezuela (Cisneros); en tercer lugar, es poca o casi nula la existencia de una audiencia significativa para los escasísimos servicios de medios públicos no gubernamentales; y por último, la producción de contenidos mediáticos es realizada en las grandes urbes desde una perspectiva autorreferencial colocando a las provincias de cada país como repetidoras/consumidoras de los mismos.

Es oportuno recordar que una serie de trabajos caracterizaron el contexto regional sudamericano a comienzos del siglo XXI y la definieron como una "época de cambios", como la etapa de los "gobiernos progresistas" (Elías, 2005) "nuevos gobiernos" (Natanson, 2008), "nueva izquierda" (Rodríguez, Garavito y Chávez, 2008), "nacionalismos radicales" (Katz, 2008), "populismos de alta intensidad" (Svampa, 2015). El punto de inicio de éste período lo constituyó la República Bolivariana de Venezuela cuando en 1998 Hugo Chávez ganó la presidencia del país. Los vientos del "progresismo" se extendieron a países como Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Uruguay. En ellos, con singularidades propias a cada gobierno, las políticas se inclinaron hacia la reversión y/o contención de los efectos del neoliberalismo de los noventa, recuperando el rol activo del Estado como articulador y garante del desenvolvimiento institucional, económico y social. Asimismo, los gobiernos reivindicaron nuevas alianzas con movimientos y organizaciones sociales, en un esfuerzo por recobrar espacio de acción en la esfera política. Las Cumbres del MERCOSUR, más tarde de la UNASUR, las reuniones del ALBA y más recientemente del CELAC se posicionaron como instancias claves para el debate y la resolución de una agenda de temas regional (Alaniz, 2015).

El desarrollo de tal curso político no operó en un vacío. Cabe destacar que la región sudamericana transitó entre 2003 a 2006 bajo el paraguas de una relativa estabilidad económica, hasta la llegada de los efectos críticos de la debacle económica mundial en el 2008. De allí en más las economías del mundo, y en particular las de

nuestros países dejaron de verse beneficiadas por el “viento favorable” del crecimiento y los índices comenzaron a variar de un nivel promedio del 4% en el período 2003-2006 a un 2,9 % (2012), 2,5% (2013), 1,5% (2014), 1,2% (2015). Todos datos suministrados desde los informes económicos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

En el marco de éste contexto regional y en el ámbito cultural, se encaminaron políticas de comunicación estatales dirigidas a propiciar un recorte a los grupos multi-mediáticos y un mayor control de la actividad mediática privada.

Ello por varias razones. Un primer motivo, debido a que los medios masivos y en especial los privados se constituyeron en plataformas por excelencia para la visibilidad de los aciertos y conflictos desatados en la escena social-política, frente al paupérrimo accionar de los dirigentes políticos y los partidos que tradicionalmente gobernaron en el continente. En ese sentido, los medios fueron avanzando en tareas tales como el control de la función pública través del despliegue de la investigación periodística y la denuncia sobre la corrupción, la cobertura de demandas sociales (desempleo, salud, seguridad), la integración de una agenda de temas que iban emergiendo como expresiones de la protesta social (ecológicos, género, diversidad sexual). En ese cometido, la televisión -con una presencia prominente en la mayoría de los hogares de la población media y popular- pasó a ser el sitio de muestra y opinión por excelencia de los asuntos de la "política" y un espacio de confrontación de ellos en clave cada vez más tipo espectáculo y escenificada.

Un segundo aspecto tuvo que ver con la extensión económica y geográfica de la industria mediática a partir de los años noventa. La concentración de propiedad privada de medios ha sido uno de los fenómenos globales de mayor repercusión de fines del siglo XX. Este escenario de grupos de comunicaciones globales, a los cuales se agrega el de las nuevas tecnologías y la digitalidad, comenzó a multiplicarse durante la década del noventa junto al surgimiento de los llamados “multimedios”; grupos empresariales

periodísticos que modificaron de manera relevante la estructura de la propiedad. Jesús Martín Barbero (1999) hizo referencia a tal proceso como una manera de “empresarialización” que posicionó a los medios como entidades administrativas financieras con una visión de negocios global.

Así con ese plus social de haberse convertido en interlocutores de lo "público" y el poder de influencia potencial que siempre acompaña la acción mediática, los medios contemporáneos se han afianzado como actores políticos nodales. Frente a éste panorama, a comienzos del siglo XXI se comenzaron a desplegar normativas y regulaciones dirigidas a recortar los poderes multimediáticos, estrategia que estuvo promovida por algunos gobiernos de Sud América. Vayan como ejemplo las iniciativas para las reformas y políticas de regulación de medios como la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (RESORTE) de Venezuela vigente desde el 2004 que entre otras cosas establece deberes y derechos de las empresas concesionarias y del gobierno junto a la clasificación responsable de programas; la incorporación de la comunicación como derecho humano en el Art. 7 de la Constitución del Estado Plurinacional de Bolivia en 2009; la ley Orgánica de Comunicación (LOC) de Ecuador aprobada en el 2013; la Ley del Cine y Audiovisual en Uruguay; la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina aprobada en 2009 y que pudo ser efectivizada en recién en 2013 y que, en la actual gestión de Mauricio Macri parece tener un destino incierto, ya que la promulgación del Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 le ha introducido modificaciones a la LSC y a la Ley 27078 Argentina Digital.

Por último, cabe destacar el rol de los medios informativos y los vínculos con las políticas gubernamentales. Una de sus características ha sido la intensa actividad política desplegada desde los medios públicos y privados; la incorporación de una agenda regional política, social y cultural objeto de variados tratamientos, y la reestructuración de medios y agencias de información públicas impulsadas desde el Estado.

Como se ha expresado anteriormente, lo sustantivo de las políticas comunicacionales ha sido el papel del Estado como regulador de las iniciativas expuestas, a través de instrumentos normativos pero también apelando a otras estrategias tales como la reorganización de la comunicación pública, promoviendo o creando nuevos canales, diarios o agencias de noticias; el fomento a los medios alternativos y comunitarios; a la producción cultural independiente, y el fortalecimiento de emprendimientos de comunicación regional (Moraes, 2011). En cuanto a la inversión en medios y agencias de información se pueden mencionar, *El Ciudadano* (Ecuador) que desde el 2008 ha sido el periódico de la Revolución Ciudadana; *Cambio*, en Bolivia a partir de 2009, el venezolano *Correo del Orinoco* a partir del 2009; los canales Ecuador TV, TV Pública en Argentina, TV Brasil, VIVE TV en Venezuela; y las agencias de noticias Agencia Boliviana de Información (ABI- Bolivia), Agencia Venezolana de Televisión (AVN- Venezuela), ANDES (Ecuador), EBC (Brasil), TELAM (Argentina).

En materia de emprendimientos televisivos regionales cabe destacar TeleSur (bajo el lema nuestro Norte es el Sur) que desde el año 2005 agrupa las producciones audiovisuales de Venezuela, Cuba, Argentina, Bolivia, Ecuador y Nicaragua. Por otro lado, se han promovido los medios comunitarios, radios alternativas y proyectos de comunicación popular, y la producción cultural a través de empoderar las manifestaciones artísticas y de entretenimiento que construyan ciudadanía.

Respecto al futuro de estas políticas comunicacionales, Denis de Moraes expresó en más de una ocasión que "las transformaciones en América Latina dependerán de la voluntad política y de un sólido apoyo popular, teniendo como presupuesto la constitución o refundación del Estado capaz de disciplinar a los mercados y los agentes económicos" (Moraes, 2011:137). Una reflexión más que interesante y atinada para recordar en los tiempos actuales en los que un viento conservador resopla en territorio sudamericano.

### **3.2. La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y las modificaciones hechas desde el macrismo**

Cabe recordar que en 2004, el Foro de Radios Comunitarias (FARCO) convocó a sindicatos de prensa, universidades, organizaciones sociales, radios comunitarias, pequeñas radios comerciales y organismos de derechos humanos para conformar la Coalición por una Radiodifusión Democrática. A partir de foros, charlas y diferentes jornadas en la Argentina, el grupo concluyó en los 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación, que en líneas generales pusieron el centro en la consideración del derecho humano inalienable de las personas a una comunicación plural y democrática (Coalición por una Radiodifusión Democrática, 2009).

Hacia 2009, con el apoyo de referentes académicos, sociales, universitarios y sindicales el gobierno de Cristina de Kirchner envió al Congreso el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que fue sancionado luego de ásperos debates y en el marco de una fuerte confrontación discursiva entre el gobierno y el Grupo Clarín. La nueva Ley, que fue popularmente conocida como la *Ley de Medios* fijó, entre otros aspectos, un máximo de 24 licencias de radio y hasta 10 de televisión. Además, re-ordenó el espectro radioeléctrico otorgándole a cada sector un 33% (al público, al privado y al denominado sin fines de lucro); junto al articulado que ponía límites a la adjudicación y tenencia de licencias en el espectro radioeléctrico fueron los avances más elogiados que se propuso la Ley.

Tras la reglamentación de la LSCA se creó la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) a los fines de la aplicación de la norma. Se trató de un organismo descentralizado y autárquico integrado por un presidente designado por el Poder Ejecutivo, dos directores elegidos por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (formado por empresas, universidades, sindicatos, universidades, medios públicos, sociedades gestoras de derechos y pueblos originarios) y tres directores

elegidos por el Congreso de la Nación.

La sanción de la Ley lejos estuvo de disipar los acalorados debates y la polarización en torno a ella no cesó. Para los sectores que recibieron con beneplácito tal normativa, la actividad del AFSCA -que vino a reemplazar al antiguo COMFER- desarrolló un trabajo de relevamiento y fortalecimiento del sector más perjudicado históricamente en el reparto de licencias y de los medios comunitarios. Hubo políticas tendientes a la normalización de emisoras del sector "sin fines de lucro" con el objetivo de promover su legalización, así como de fortalecimiento mediante partidas presupuestarias a la producción audiovisual. Por su parte, los detractores de la Ley -en especial el grupo Clarín, apoyado por La Nación y el Grupo Perfil - interpusieron recursos legales para impedir el pleno funcionamiento y evitar así los planes de adecuación que cada medio había de realizar ante la exigencia de los nuevos artículos que versaban sobre licencias para el sector. Sumado a ello desplegaron intensas campañas de propaganda aludiendo a que la Ley de Medios era un "atentado a la libertad de expresión" y una suerte de "mordaza" para los grupos de medios autodenominados "independientes".

Un recurso ante la Corte Suprema de Justicia detuvo la Ley hasta el 2013, obligando al grupo Clarín a presentar su plan de desinversión. Hubo así un respiro para la aplicación de la Ley de Medios, que siguió su curso hasta unos días después de la elección presidencial a fines del 2015 entre los entonces candidatos por el Frente para la Victoria Daniel Scioli, y el referente del PRO.-Cambiemos Mauricio Macri.

Pasadas las elecciones de 2015, el macrismo llegó al gobierno y una de sus primeras medidas apuntó al desmantelamiento del AFSCA a través de la promulgación del Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 que impulsó como principal meta la reforma a la Ley de Medios. En los considerandos del Decreto se pueden advertir los puntos fuertes de la reforma al plantear:

"la industria de los servicios de comunicación audiovisual (medios) como la de las denominadas tecnologías de la información y las comunicaciones (telecomunicaciones), que permiten a los ciudadanos el libre ejercicio de los derechos a la libertad de expresión y de acceso a la información garantizados por la CONSTITUCIÓN NACIONAL y numerosos tratados internacionales de jerarquía constitucional" (...) Que ambas industrias constituyen, además, uno de los sectores de mayor dinamismo e innovación de la economía global contemporánea, en los que viene verificándose una innegable tendencia a la convergencia tecnológica entre ambos (...) "caracterizada por la competencia entre diversas tecnologías en los servicios de video, telefonía –voz– y banda ancha –internet–, es una realidad indiscutible en el mundo de hoy, que no sólo beneficia a los usuarios y consumidores de tales servicios, sino a toda la población y al sistema democrático en su conjunto" (...) "Emergen así nuevos desafíos, no solo para las empresas de telecomunicaciones y medios, sino también para los reguladores, pues industrias antes separadas convergen en una sola industria, resultando necesario así adaptar los marcos regulatorios y unificar las agencias reguladoras" (...) "Que dicha adaptación de los marcos regulatorios a la convergencia tecnológica, comenzando por la unificación de las autoridades de regulación y control, facilitará además la defensa de la competencia, la cual constituye una obligación de las autoridades públicas" (...)

(INFOLEG. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Presidencia de la Nación en [www.infoleg.gob.ar](http://www.infoleg.gob.ar) 29/12/2015 consultado el 19/12/2016

En efecto, el Decreto introdujo importantes modificaciones en la LSCA y en la Ley Argentina Digital (27.078) a medida -según los críticos del proyecto del Ejecutivo- de los grandes medios de comunicación y las empresas telefónicas. Por un lado, estableció la creación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) con actuación como Autoridad de Aplicación de las leyes 26.522 y 27.078 en reemplazo de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y la Autoridad Federal de las Telecomunicaciones y la Información (AFTIC). Por el otro, modificó artículos referidos a la concentración de licencias de TV, radio y señales de cable, permitiendo una mayor acumulación por parte de los grupos más poderosos. Además, habilitó la llamada "convergencia" entre los medios de comunicación audiovisual y las empresas de telecomunicaciones, permitiendo a los mega medios ingresar al famoso *Triple Play* (prestación de TV, Internet y Telefonía por parte de un mismo proveedor). En el caso del nuevo ente que reemplaza a las disueltas AFSCA y AFTIC, la conducción será ejercida por un Directorio integrado por un presidente y seis directores. El ENACOM funcionará en

la órbita del Ministerio de Comunicaciones bajo dirección del cordobés Oscar Aguad. Además, el macrismo tendría un contralor directo sobre las autoridades del organismo ya que el presidente y tres directores serán nombrados por el Poder Ejecutivo, correspondiendo los otros tres cargos a representantes de las minorías parlamentarias. El quórum para sesionar -de cuatro miembros- y las decisiones que se tomarán por mayoría simple le garantizarían al gobierno de Cambiemos un margen de maniobra sobre las decisiones que se tomen a futuro. Las referencias al organismo creado lo sindicaron como un ente “autárquico y descentralizado”; el decreto llega a plantear que los miembros del Directorio “podrán ser removidos por el Poder Ejecutivo Nacional en forma directa y sin expresión de causa”. En materia de regulación de las propiedades de licencias, introdujo modificaciones que brindan la posibilidad de ampliar la concentración y los negocios millonarios por parte de los grandes grupos del sector. El DNU planteó que las licencias serán “susceptibles de prórrogas sucesivas” con una primera renovación por cinco años de manera automática y posteriormente prórrogas por plazos de diez años que serán evaluadas y asignadas por el ENACOM. En cuanto a la transferencia, habilita la posibilidad de venta a la vez que amplía de diez a quince el límite de licencias de radio y televisión abierta.

En tal sentido, y desde una mirada crítica, el argumento de “aprovechar los beneficios de la convergencia tecnológica” allana el camino para que las empresas telefónicas puedan ingresar al mercado de la televisión por cable en un plazo de dos años, mientras habilita a los grupos de medios a ingresar en el mercado de la telefonía inmediatamente. Por ejemplo, Clarín, uno de los principales beneficiados por la normativa, comenzó rápido la “adecuación”; en agosto de 2016 anunció su separación en dos sociedades. Así, según un comunicado del Grupo "...a futuro existirán dos sociedades anónimas, Grupo Clarín S.A. y Cablevisión Holdings S.A. Los accionistas del actual

Grupo Clarín S.A. mantendrán la misma participación en ambas compañías. La estructura de Grupo Clarín S.A. conservará los medios periodísticos y de producción de contenidos. Esto incluye AGEA, ARTEAR, Radio Mitre, IESA y CMD, entre otras. Por su lado, Cablevisión Holdings S.A. será titular de la participación que el Grupo Clarín posee en Cablevisión y sus subsidiarias, incluida Nextel" (Grupo Clarín, 16/8/2016 disponible en [www.grupoclarin.com.ar](http://www.grupoclarin.com.ar)). A juicio del investigador Martín Becerra, "la capitalización bursátil de las futuras dos sociedades escindidas y la toma de deuda para expandir su presencia en el segmento de las telecomunicaciones, en el que Clarín volvió a invertir el año pasado con la compra de Nextel, figuran como objetivos declarados". El autor sugiere además que "una posible asociación con Telecom Argentina (David Martínez), aparece como escena que animaría a ordenar los activos y a definir con mayor precisión el objeto societario para excluir de esa operación el rubro de contenidos".

De este modo, las reformas hechas a la Ley de Medios vía el decreto 267/15 actúan en un contexto regulatorio favorable al plan anunciado por el Grupo Clarín, dado que ahora no tiene tope de licencias en TV cable ni de señales audiovisuales y, además, sus licencias abiertas cumplen el generoso límite decretado por Macri". (Becerra, *Grupo Clarín. separarse para expandirse*. 17/8/2016 disponible en [www.martinbecerrawordpress.com](http://www.martinbecerrawordpress.com))

Por su parte, el ENACOM aprobó en setiembre de 2016 la venta de Telecom al grupo mexicano Fintech, socio del Grupo Clarín en Cablevisión. El grupo de Noble se plantea de esta manera entrar a competir con Telefónica en uno de los más importantes reacomodamientos del sistema de medios y comunicaciones del país. Del mismo modo, en octubre se conoció la noticia sobre la compra de TELEFE (ex de Telefónica) a manos del grupo VIACOM.

A todas luces la política comunicacional del macrismo apuntó primero a la separación del AFSCA, la reformulación de la LSCA y su unificación junto a la Ley

Argentina Digital en una futura legislación sobre "comunicaciones convergentes". La puesta en marcha de dos decretos, el mencionado 267/15 y en diciembre de 2016 uno nuevo, el 1340 aspiran a avanzar en la regulación de las telecomunicaciones, buscando implementar "las normas básicas para alcanzar un mayor grado de convergencia de redes y servicios en condiciones de competencia, promover el despliegue de redes de próxima generación y la penetración del acceso a internet de banda ancha en todo el territorio nacional" (Art. 1. Dec 1340/16. Ministerio de Comunicaciones disponible en [www.boletinoficial.gob.ar](http://www.boletinoficial.gob.ar) 30/12/2016 consultado el 19/02/2017). En el articulado se plantea además que el Ministerio de Comunicaciones o el ENACOM "según corresponda, dictarán las normas de administración, gestión y control del espectro radioeléctrico; conforme los siguientes lineamientos generales de promoción de la competencia" (Art 4. Dec 1340/16. Ministerio de Comunicaciones disponible en [www.boletinoficial.gob.ar](http://www.boletinoficial.gob.ar) 30/12/2016 consultado el 19/02/2017).

La llegada de este DNU ha sido como un regalo navideño; según un especialista del sector, "terminó siendo un decreto que beneficia a Telefónica". Por su parte, "fuentes de Telefónica criticaron la iniciativa por no promover una convergencia real" y pidieron "igualdad de posibilidad" para ingresar al mercado de TV (Diario Perfil, *Sale un nuevo decreto y tanto Telefónica como Clarín dicen ser los perjudicados*, 17/12/2017 disponible en [www.perfil.com](http://www.perfil.com)). Las dos decisiones más importantes del DNU son dar luz verde al ENACOM para habilitar a Nextel (de Clarín) a prestar servicios de datos móviles y, que las telefónicas puedan empezar a brindar televisión por cable a partir de enero de 2018. De este modo quedó abierto el tablero de ofertas y las especulaciones para suponer que en un futuro no tan lejano podría llevarse adelante la unión entre Telefónica y Clarín, con lo cual el panorama de las industrias culturales se vería dramáticamente modificado en detrimento de los actores mediáticos de menor volumen financiero y envergadura.

#### 4. Conclusiones a modo de reflexión

Tal como hemos expresado en los apartados anteriores, se ha ofrecido un recorrido por la llamada "década de los progresismos sudamericanos" (2005-2015) y en especial, su aportación a las políticas comunicacionales promovidas desde el Estado. Se ha presentado además un brevísimo relato de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, su implementación y las modificaciones sustantivas efectuadas desde el macrismo una vez asumido el poder, en diciembre de 2015. A partir de allí dos decretos de necesidad y urgencia suscriptos por el Ejecutivo pusieron un manto de incertidumbre sobre el futuro de la comunicación en Argentina. Lejos del precepto que enhebra el espíritu de la LSCA acerca de la comunicación como derecho humano y social, los decretos presidenciales y la anunciada Ley de Comunicaciones Convergentes han alimentado las advertencias de los especialistas. En efecto en las Consideraciones político técnicas sobre dicho Documento, Damián Loretti junto a otros investigadores, procuran dar un sustento crítico al debate de la comunicación democrática. "El documento, en algunas cuestiones es puntual, mientras en otras es ambiguo y permitiría soluciones en sentidos opuestos a la hora de redactarse un proyecto de ley; ii) Por otra parte, los 17 puntos en cuestión son anunciados como "los principios que regirán" la ley " (Centro Nueva Tierra, *Divergencias ante la convergencia: tensión entre principios, realidades y derechos*. 9/7/2016 disponible en [www.nuevatierra.or.ar](http://www.nuevatierra.or.ar)).

Por su parte Martín Becerra refiriéndose a la Ley de Servicios audiovisuales expresa que "más allá de la eficacia material que haya tenido la promocionada 'batalla cultural' y su secuela semiotizante, su huella organiza el trazo y la ejecución de políticas para el sector de la comunicación" (Becerra, 2015:37). Una de las marcas de nacimiento de la Ley fue regular y equilibrar el peso de los grupos concentrados y favorecer la incorporación de los medios sin fines de lucro. "Lejos de concretar la paulatina entrega del 33% de frecuencias

del espectro radioeléctrico para su gestión por parte de actores sociales sin fines de lucro (una de las mayores innovaciones de la ley) la mayoría de los medios autorizados a funcionar tras la sanción fueron emisoras estatales" (Becerra, 2015: 40). Y sí se ha visto - según el autor- un movimiento en el mapa de medios que favoreció el ascenso de grupos más cercanos al anterior gobierno, tales como Spolski, Indalo (Cristóbal López, Fintech, González (Canal 9) o Electroingeniería, por mencionar algunos de ellos. En tal sentido, "la promesa de un acceso generoso para organizaciones de la sociedad civil no se ha cumplido" (Becerra, 2015:40).

Finalmente y a la luz de la redefinición de políticas de comunicación, TICs y telecomunicaciones abiertas en la etapa Macri, desde la naciente Facultad de Ciencias de la Comunicación tenemos como propósito promover el conocimiento, la reflexión y la producción académica de una discursividad alternativa al enfoque de las convergencias del mercado comunicacional y a sus cantos de sirenas. Para ello se ha constituido una Comisión de Estudio Crítico de la Ley que apuntará entre otros temas, al abordaje de los actores más concentrados del sector audiovisual a partir de las nuevas políticas, al reconocimiento de los peligros y afectaciones a los derechos sociales y a la libertad de expresión, el papel de los medios públicos y del sector comunitario en la provincia de Córdoba y el análisis del compromiso de los actores socio-políticos involucrados en el campo de la comunicación y la cultura. Todo ello amparado bajo la consideración de que la comunicación es un derecho humano que incluye todos los soportes y las plataformas, y que el acceso, respeto y garantías para el ejercicio de tal derecho no es compatible con el escenario de concentración mediática y convergencia info comunicacional que hay en la región y en Argentina.

## 5. Bibliografía

Alaniz, María (2015) (Comp.) *Medios informativos y gobiernos en la historia contemporánea de Sudamérica (2004-2014)*. Copy Rapido. Córdoba

Barbero, Jesús y Rey, Germán (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Editorial GEDISA. Barcelona.

Becerra, Martín (2015). *De la concentración a la convergencia. Política de medios en Argentina y América Latina*. Paidós. Buenos Aires.

Bolaño, César, Narváez, Ancízar y Lopes Ruy (2015). "Economía Política de la Información la Comunicación y la cultura" en *La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación*. Bolaño, Cesar, Crovi Druetta, Delia y Cimavedilla, Gustavo (Comp.) (2015). Prometeo Libros. Buenos Aires.

Elías, Antonio (compilador) (2006). *Los gobiernos progresistas en debate. Argentina, Brasil, Chile, Venezuela y Uruguay*. CLACSO. Buenos Aires.

Katz, Claudio (2008). *Las disyuntivas de la izquierda en América Latina, Ediciones Luxemburg*, Buenos Aires.

Moraes, Denis de (2011). *La cruzada de los medios en América Latina*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Natanson, José (2008). *La Nueva Izquierda. Triunfos y derrotas de los gobiernos de Argentina, Brasil, Bolivia, Venezuela, Chile, Uruguay y Ecuador*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires.

Rodríguez Garavito, César; Barret, Patrick y Chávez Daniel (Comp.). *La nueva izquierda en América Latina. Su trayectoria y perspectivas*. Editorial Grupo Norma. Buenos Aires. 2005.

Svampa, Maristella (2015) "De nuevas izquierdas a populismos de alta intensidad" en *Revista Memoria*. Centro de Estudios del Movimiento Obrero y Socialista. México. Disponible en [www.revistamemoria.mx](http://www.revistamemoria.mx)

### Leyes

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26522) disponible en [www.hcdn.gov.ar/dependencias/dip/L%2026522.pdf](http://www.hcdn.gov.ar/dependencias/dip/L%2026522.pdf)

Ley 27078 Argentina Digital. Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. INFOLEG. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Presidencia de la Nación en [www.infoleg.gob.ar](http://www.infoleg.gob.ar) 16/12/2014

Decreto 267/15 ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES. Creación. Ley N° 26.522 y N° 27.078. Modificaciones. INFOLEG. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Presidencia de la Nación en [www.infoleg.gob.ar](http://www.infoleg.gob.ar) 29/12/2015

Dec 1340/16. PODER EJECUTIVO NACIONAL (P.E.N.) NORMAS BASICAS - IMPLEMENTACION. INFOLEG. Ministerio de Comunicaciones disponible en [www.boletinoficial.gob.ar](http://www.boletinoficial.gob.ar) 30/12/2016

### **Artículos y notas periodísticas en la Web**

Becerra Martín " *Grupo Clarín. Separarse para expandirse*". Publicado el 17/8/2016 disponible en [www.martinbecerrawordpress.com](http://www.martinbecerrawordpress.com))

Coalición por una Radiodifusión Democrática (Abril de 2009). Télam. Recuperado el 2 de Mayo de 2014, de 21 punto básicos por el Derecho a la comunicación. Disponible en "<http://www.telam.com.ar/advf/imagenes/especiales/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf>

Comunicado del Grupo Clarín, 16/8/2016 disponible en [www.grupoclarin.com.ar](http://www.grupoclarin.com.ar)

Diario Perfil, *Sale un nuevo decreto y tanto Telefónica como Clarín dicen ser los perjudicados*, 17/7/2017 disponible en [www.perfil.com](http://www.perfil.com)

Informes Económicos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) años 2012, 2013, 2014 y 2015. Disponibles en [www.cepal.org](http://www.cepal.org)

Loretti Damian y Otros. *Divergencias ante la convergencia: tensión entre principios, realidades y derechos*. Centro Nueva Tierra. 9/7/2016 disponible en [www.nuevatierra.org.ar](http://www.nuevatierra.org.ar).