

# La radio porteña y su estructura de propiedad: análisis de las políticas de comunicación y de la estructura de una industria analógica (1983–2016)

**Agustín Eduardo Espada**

aeespada@gmail.com

*Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).  
Universidad Nacional de Quilmes, Departamento de Ciencias Sociales,  
Programa de Investigación “Industrias Culturales y Espacio Público”.*

**Recibido:** 21 de noviembre de 2017.

**Aceptado:** 6 de junio de 2018.

## Resumen

La propiedad de los medios de comunicación en Argentina es un objeto de estudio habitual entre los trabajos que analizan la historia económico-política de este sistema. El presente artículo se propone realizar un aporte en esta tradición con la descripción y análisis de la estructura del mercado radiofónico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires desde el retorno de la democracia (1983–2016).

El recorrido propuesto incluye los procesos de compraventa de las sociedades licenciatarias de las emisoras en relación directa con los cambios políticos que se sucedieron con los distintos mandatos presidenciales incluidos en el intervalo estudiado. El artículo comienza con la descripción de la situación política y mediática en 1983 para luego describir, en los sucesivos apartados, el comportamiento de esta relación entre política, políticas de comunicación y estructura del sistema radiofónico.

Más allá del recorte realizado en la ciudad más importante de Argentina –económica y demográficamente–, el estudio de estas emisoras es significativo ya que la radio ha sido, desde sus inicios, un medio de comunicación que tiene como una de sus características principales la centralización de la producción de contenidos en la ciudad de Buenos Aires. De esta forma, buena parte de lo que sucede en este mercado tiene su réplica en la estructura y en los contenidos del sistema nacional de radiofonía.

El recorte temporal de este estudio tiene como fundamento el retorno de la democracia en Argentina, producido en 1983, como hecho inicial y el primer año de gobierno de Mauricio Macri como momento de cierre, ya que permite la inclusión de distintos gobiernos, modelos económicos, evoluciones tecnológicas y del mercado de medios en general.

El objetivo de este artículo es el de interpretar el comportamiento de los capitales que participaron del mercado de radio porteño entre 1983 y 2016 en tándem con lo sucedido en el ámbito político y económico. Así, se buscan relaciones que muestren o descarten la incidencia de este proceso histórico en el escenario actual de esta industria cultural.

**Palabras clave:** radio, propiedad, Argentina, política.

## The Buenos Aires radio market and its property structure: An analysis of communication policies and the structure of an analogue industry (1983–2016)

### Abstract

Media ownership in Argentina is a common object of study in investigations that analyze this system's economic–political history. The present article aims to contribute to this tradition, offering a description and analysis of the structure of the radio market in the Autonomous City of Buenos Aires since Argentina's return to democracy (1983–2016).

Our suggested itinerary covers the trading processes undertaken by broadcasting licensee associations in relation to the political changes and governments that succeeded each other during our chosen interval. The article begins with a description of the political and media situation in 1983. In later sections, it chronicles the relationship between politics, communication policies, and the radio system's structure.

Our focus on Argentina's most important city, both economically and demographically, and our study of this city's radio stations is significant. Since the very beginning, one of the main features of radio, as a means of communication, has been its centralization of content production in Buenos Aires. Therefore, much of what happens in this market is then reflected in the structure and content of the nationwide radio system.

Our time frame opens with Argentina's return to democracy in 1983 and closes, in 2016, with Mauricio Macri's first year as the country's president. This span of thirty-odd years allows us to look at different governments, economic models, technological developments, and at the media market in general.

The goal of this article is to interpret the behavior of capital in the Buenos Aires radio market from 1983 to 2016, and understand how this relates to what happened in the political and economic spheres. We seek to find relationships that either demonstrate or refute the influence of historical processes in the current state of this cultural industry.

**Keywords:** radio, property, Argentina, policies.

## A rádio porteña e sua estrutura de propriedade: análise das políticas de comunicação e da estrutura de uma indústria analógica (1983–2016)

### Resumo

A posse da mídia na Argentina é um objeto comum de estudo entre os trabalhos que analisam a história econômico–política desse sistema. Este artigo pretende contribuir nessa tradição com a descrição e análise da estrutura do mercado de rádio da Cidade Autônoma de Buenos Aires desde o retorno da democracia (1983–2016).

O percurso proposto inclui os processos de compra e venda das sociedades licenciadas das emisoras em relação direta com as mudanças políticas ocorridas com os diferentes mandatos pres-

idenciales incluídos no intervalo estudado. O artigo começa com a descrição da situação política e da mídia em 1983 e descreve, nas sucessivas seções, o comportamento dessa relação entre política, políticas de comunicação e estrutura do sistema de rádio.

Além dos cortes feitos na cidade mais importante da Argentina –econômica e demograficamente-, o estudo destas estações é significativo porque o rádio tem sido, desde a sua criação, um meio de comunicação que tem como uma de suas principais características a centralização de produção de conteúdo na cidade de Buenos Aires. Desta forma, muito do que acontece neste mercado tem sua replicação na estrutura e no conteúdo do sistema de rádio nacional.

O período escolhido para este estudo tem como base o retorno da democracia na Argentina, produzida em 1983, como o evento inicial e o primeiro ano de governo Mauricio Macri como momento de fechamento, pois permite a inclusão de vários governos, modelos econômicos, desenvolvimentos tecnológicos e do mercado de mídia em geral.

O objetivo deste artigo é interpretar o comportamento dos capitais que participaram do mercado de rádio de Buenos Aires entre 1983 e 2016, em sintonia com o que aconteceu na esfera política e econômica. Assim, buscam-se relações que mostrem ou descartem a incidência desse processo histórico no cenário atual dessa indústria cultural.

**Palavras chaves:** rádio, propriedade, Argentina, política.

## **Introducción**

Analizar la estructura de propiedad del sistema de medios en relación con las políticas de comunicación de los distintos gobiernos es una práctica académica que cuenta con un largo desarrollo en la Argentina. Este trabajo se plantea aportar a estas investigaciones desde un objeto de estudio recortado: las radios de la Ciudad de Buenos Aires en el período 1983–2016.

El mercado de medios argentino encuentra diversos niveles de concentración de la propiedad según cada industria pero un gran volumen de centralización de la renta y de la producción (Becerra y Mastrini, 2017). De esta forma, conviven grandes conglomerados de empresas que participan en todas y cada una de las industrias (radiodifusión, prensa, distribución de contenidos, telefonía, conectividad) con pequeños privados (con y sin fines de lucro) y empresas medianas que se focalizan en uno o dos sectores (por ejemplo, radio y televisión).

A lo largo de su desarrollo en la Argentina, la radio sostuvo y profundizó su carácter como actividad esencialmente de privados, con la publicidad como principal fuente de financiamiento y el Estado como agente controlador –además de productor de contenidos con las emisoras estatales-. Sin embargo, como se verá en este trabajo, el tipo de empresarios que se adueñaron (¿se adueñaron? Suena valorativo y no descriptivo) de las emisoras cambió con el correr de las décadas, de los gobiernos, de los avances tecnológicos y de los intereses políticos.

El recorrido que aquí se propone es el de analizar a la luz de los distintos cambios de gobiernos la evolución de la estructura de propiedad del sistema radiofónico porte-

ño. En tándem, se enlistan decisiones de políticas de comunicación y comportamientos (ventas, fusiones, adjudicaciones, delegaciones de explotación) del sistema de FM y AM. La línea histórica tiene como marca de inicio el retorno a la democracia en 1983 y como cierre en el primer año de gobierno de Mauricio Macri en 2016.

El objetivo de este artículo es describir el tipo de estructura de mercado que caracteriza a la radio porteña actualmente a partir del análisis histórico de: la forma de acceder a licencias, el tipo de empresarios que forman parte del sistema, la estabilidad de la propiedad de las emisoras, la participación del capital extranjero y, especialmente, la influencia del marco regulatorio (y sus modificaciones) en su delineamiento.

La pregunta que dispara este trabajo es: ¿cómo está estructurado el sistema radiofónico porteño? Y en tándem: ¿por qué el sistema radiofónico tiene esta estructura?

Esta investigación tiene algunas hipótesis previas que busca comprobar: el mercado de radio muestra una gran sensibilidad a los cambios de gobierno en su estructura de propiedad; el ingreso del capital extranjero a finales de la década de 1990 modificó de forma crucial el sistema; las políticas de comunicación protegieron el accionar comercial frente a las demandas de comunitarios siendo la compraventa de emisoras la única forma de acceso a una licencia; con el avance de los años los empresarios dueños de las radios perdieron la especificidad como radiodifusores.

El estudio de la estructura de propiedad de las radios de CABA y su comportamiento es significativo ya que desde sus inicios esta industria de la información y el entretenimiento se constituyó como un sector donde lo sucedido en la capital del país tenía y tiene una importancia significativa –tanto en los contenidos como en la propiedad– para el resto del sistema nacional.

Esta investigación, entonces, busca interpretar el comportamiento del capital nacional y extranjero en el sistema radiofónico relacionado con el accionar de la política y las políticas de comunicación.

## **La economía política y los estudios de propiedad mediática**

Los estudios de Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCC) se ocupan, básicamente, por analizar las relaciones existentes entre el mercado, el Estado y la sociedad. Se entiende, entonces, que el estudio de los medios de comunicación debe contemplar la faceta de estos como organizaciones productivas con fines y objetivos específicos (renta, servicio público, sociales). Al mismo tiempo, estas organizaciones se insertan en un contexto en el que reina una lógica económica, política, social y productiva que ordena, entre otras cosas, los recursos disponibles. Es por esta razón que el estudio de la comunicación y la cultura desde la EPCC busca evitar el economismo y el culturalismo al momento de trabajar estos fenómenos (Miege, 2008; Gómez

García y Sánchez Ruiz, 2011). Para esto, se realiza un trabajo multifacético que incluye herramientas provenientes de la economía, la política y la sociología.

La EPCC entiende, entonces, que la producción de bienes y servicios de las organizaciones que conforman el sector se produce en un marco económico determinado por relaciones sociales y políticas (con el Estado). Se trata de un paradigma de estudio que reconoce a la economía y a la política como determinantes de la actividad de las organizaciones productoras de comunicación junto a las relaciones entre estas, las instituciones, la cultura y las prácticas sociales (Kellner, 1998).

Las condiciones de producción y las formas de valorización se ven así marcadas por un modelo económico y político, el capitalismo, que moldea el escenario en el cual se llevan adelante la producción y las prácticas culturales (Garnham, 2011). En definitiva, la EPCC se preocupa por entender la producción cultural en un contexto con estructuras e instituciones que determinan cómo y quiénes acceden a los recursos necesarios para la misma.

Así, la EPCC adopta en su vertiente tradicional una postura crítica ya que se preocupa por conocer y describir cómo el funcionamiento y la organización de la producción y distribución de bienes y servicios culturales influyen en el sostenimiento de la estructura capitalista y viceversa. Para Gómez García y Sánchez Ruiz (2011), la EPCC centra su trabajo en el estudio de cuatro procesos: el desarrollo de las industrias culturales, su mercantilización, la extensión de su rasgo corporativo y la acción del Estado y los gobiernos en este sector.

Esta postura crítica sirve principalmente para explicar cómo funciona el mercado de la comunicación y la cultura. Este paso es constitutivo y clave para avanzar en su modificación. Para Murdock (1998), esta explicación precisa de dos actividades principales. La primera es comprender las dinámicas corporativas en las condiciones contemporáneas y así detectar continuidades y rupturas. La segunda implica conocer cómo operan las características y tendencias macroeconómicas en la estructuración del sector.

En este último punto se inserta el estudio del esquema de propiedad de los medios, en este caso de la radio. El tipo de empresariado, el origen (geográfico y económico) del capital y la actitud del Estado (medida a través de las políticas) forman parte de las variables incluidas para la descripción de ese esquema. Las políticas de comunicación, entonces, son entendidas como el resultado de un proceso dinámico de interacción entre diversos actores, institucionales y no institucionales, que persiguen variados intereses y recurren a mecanismos formales e informales para influir sobre los procesos de regulación y sobre la configuración de los sistemas de medios (Califano, 2015). Estas se componen de planes, programas, proyectos y no se agotan en la regulación. Y en general están configuradas por el modelo de estado imperante en cada momento histórico.

## **Del PLANARA a la parálisis**

El Decreto Ley 22.285 fue sancionado en 1980 por el dictador Jorge Rafael Videla y rigió como marco regulatorio de la radiodifusión hasta 2009 con diversas y numerosas modificaciones. Entre otras cosas, su articulado establecía que el capital extranjero y las organizaciones no lucrativas estaban impedidas de acceder a licencias; que las empresas participantes debían tener a la radiodifusión como actividad exclusiva en su objeto social; que las empresas de la industria gráfica y editorial no podían acceder a licencias; y un límite de 20 personas físicas para la conformación de sociedad comerciales. Más allá de esta regulación, los radios y los canales de televisión permanecieron en manos del Estado casi en su totalidad. Las excepciones fueron las AM Rivadavia, Del Plata y Continental (Marino y Postolski, 2009).

Una de las consecuencias de esa ley fue el Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA) que se reglamentó por el Decreto 462/1981. Este plan consistió en un cronograma de llamado a concurso para la adjudicación de licencias en manos del estado en tres etapas diferentes.

En su primera y única etapa, el PLANARA definió buena parte de la propiedad del ecosistema radiofónico porteño. Hasta 1983 se adjudicaron seis emisoras en Capital Federal: Mitre fue otorgada a Radiocultura S.A. –dirigida por Julio Moyano quien se acercó al Grupo Clarín al endeudarse con el Banco Mariva (Mochkofsky, 2011)–; Radio Argentina fue adjudicada a Radio Familia S.A. que contaba con el semanario católico Esquiú; Antártica (AM 1190) quedó en manos de Desup SRL; Radio Del Pueblo (AM 1350) se adjudicó a Radiodifusora Esmeralda S.A.; Difusora Baires se quedó con Radio El Mundo; y Radiodifusora Buenos Aires con Radio Splendid. Según describen y relatan Postolski y Marino (2009) en todas estas empresas adjudicadas se encuentran puntos de contacto con las distintas fuerzas militares, con sectores políticos que los apoyaban o con la Iglesia.

La presidencia de Raúl Alfonsín (1983–1989) marcó el retorno de la democracia. Durante su mandato el PLANARA fue suspendido y el acceso a licencias de radiodifusión quedó estancado. Los intentos por sancionar una nueva ley de radiodifusión quedaron trancos en el Congreso. La explosión de la frecuencia modulada como banda de distribución de contenidos radiofónicos de una forma más económica junto a una primavera expresiva registrada en distintos grupos sociales tras el retorno democrático produjeron un aumento exponencial de interesados en instalar emisoras. Dada la situación normativa y las políticas de comunicación del momento, los radios surgieron al margen de la legalidad, entre ellas muchos proyectos sin fines de lucro, comunitarios y alternativos. Así, el primer gobierno democrático sostuvo la estructura de propiedad del sistema de medios heredada y también su marco regulatorio. Según Getino

(1995), para 1990 existían más de 2000 radios sin autorización del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) a nivel nacional (fig. 1).

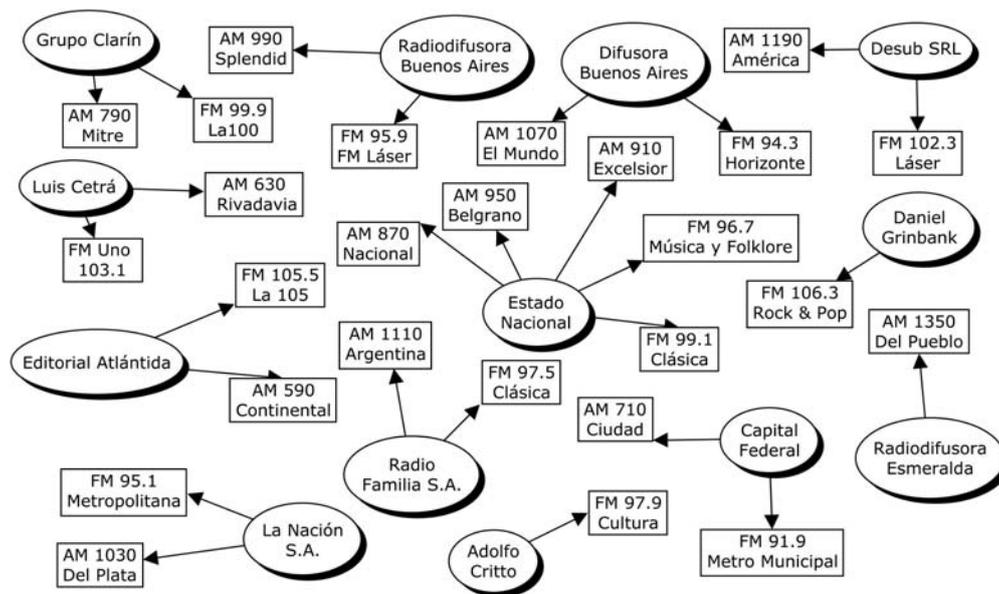


Figura 1. Radios con licencia de la Ciudad de Buenos Aires en 1990<sup>1</sup>.

De esta forma, la estructura de propiedad del mercado radiofónico porteño contaba con una alta participación del capital privado nacional. Los empresarios que ingresaron al sector durante el proceso de privatización militar y permanecieron en gran parte durante el alfonsinismo mostraban diverso grado de relación con la actividad radiodifusora aunque pocos de ellos tenían participación en otros mercados culturales. Además, ninguna de estas empresas contaba con más de una licencia (que incluía un espacio en AM y otro en FM) por lo que el mercado no se encontraba concentrado. Permanecieron en poder del Estado algunas emisoras comerciales como Belgrano y Excelsior.

### Los 90: de los grupos multimedia al capital extranjero

Carlos Menem asumió la presidencia en 1989 y en sus primeros actos de gobierno modificó vertiginosa y significativamente el marco regulatorio de la radiodifusión y, como consecuencia de ello, la estructura de este mercado. Con la Ley de Reforma del

<sup>1</sup> Todos los gráficos son de fuente y elaboración propias.

Estado 23.696, cambió el articulado del decreto ley de radiodifusión vigente. Entre lo más importante de esta ley para la radiodifusión se encuentra el llamado a privatizar todas las licencias de radios y canales en manos del Estado (salvo las de los medios estatales, léase Radio Nacional, Canal 7 y Radiodifusión Argentina al Exterior). Además, decretó que el pasivo total de estas empresas a privatizar quedaba en manos del gobierno. Además, se modificó el tope de tres licencias de para un mismo titular en distintas zonas de cobertura; se abrió el mercado a empresas de gráficas; se permitieron sociedades compuestas por otras sociedades; se eliminó la obligación de tener como actividad principal la radiodifusión para las empresas licenciatarias; y se abrió el número de socios posibles para las empresas participantes (Eliades, 2003).

Al mismo tiempo, esta ley estableció un salvoconducto para la gran cantidad de emisoras de baja potencia surgidas a partir del retorno de la democracia que no encontraban forma de regularizar su situación. Por esta razón, el artículo 65 de esta ley facultó al Poder Ejecutivo para dictar actos administrativos tendientes a normalizar la situación de estos actores a la espera de una reforma del marco regulatorio. Con este objetivo el PEN sancionó el Decreto 1357 (1989) donde se creó un registro de emisores sin licencia de FM a los cuales se les otorgó un Permiso Precario Provisorio (PPP). Más allá de este avance, la política finalmente diseñada profundizó las brechas de acceso ya que solo se les permitió empadronarse en este registro a los actores comerciales con fines de lucro. A 2017 aún se encuentran vigentes, luego de procesos de declaración de caducidad y transferencias, 27 PPP en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Datos provistos por el Ente Nacional de Comunicaciones –ENACOM–).

Luego de los cambios regulatorios introducidos por la Ley de Reforma del Estado, el mercado radiofónico comienza un proceso de integración a grupos multimédios de capitales principalmente nacional y con participación en los mercados de la televisión, el cable y la prensa. La transformación fue profunda y mostró el interés de grandes actores mediáticos por ingresar al mercado radiofónico.

Empresas como el Grupo Clarín formalizaron su participación en distintas empresas licenciatarias de radio. El proceso de privatización de medios en manos del Estado produjo la adjudicación de las últimas dos AM comerciales de Buenos Aires: Belgrano y Excelsior (Eliades, 2003).

El proceso de compraventa de emisoras habilitado por las reformas regulatorias desembocó en un esquema de propiedad que tuvo como protagonistas a los grupos multimédios oligopólicos encabezados por los canales de televisión abierta, el sector más favorecido por las privatizaciones menemistas. Hacia el año 1995, los cuatro licenciatarios de los canales de televisión abierta tenían una o más estaciones de radio.

Eduardo Eurnekián –dueño del diario *El Cronista Comercial* y del Canal 2 de Buenos Aires, con inversiones en aeropuertos y empresas petroleras– sumó a sus me-

dios a las AM Del Plata y América y las FM Aspen y Metropolitana. Alejandro Romay –titular del Canal 9 de televisión abierta de Buenos Aires– tenía Canal 9 junto a Radio Libertad y FM Feeling. La Editorial Atlántida –empresa gráfica dirigida por la familia Vigil que editaba las revistas *Gente*, *Para Ti* y *Billiken*, entre otras, y dueña del Canal 11 de televisión abierta de Buenos Aires– se hizo dueña de la AM Continental y FM Hit; El Grupo Clarín, dueño del radio homónimo y una cableoperadora, propietario de Canal 13, se quedó con Radio Mitre y las FM 100 y Top.

Además de estos grandes actores de los medios de comunicación también incurrieron otros que tendrían distinta suerte y trayectoria en la industria. En este momento ingresan Amalia Fortabat –empresaria argentina dueña de la empresa cementera Loma Negra que también era titular del diario de tirada nacional *La Prensa*–; Alberto Pierrri –dueño de la empresa de televisión por cable Telecentro, la señal de noticias Canal 26 y diputado peronista–; la Red Celeste y Blanca –integrada por diferentes empresarios de medios de todo el país (entre ellos Daniel Vila, Orlando Terranova, José Luis Manzano –diputado nacional por el peronismo entre 1983 y 1991, Ministro de Interior de Carlos Menem entre 1991 y 1992– y Carlos Ávila de Torneos y Competencias) que luego se convertiría en el Grupo América– (fig. 2).

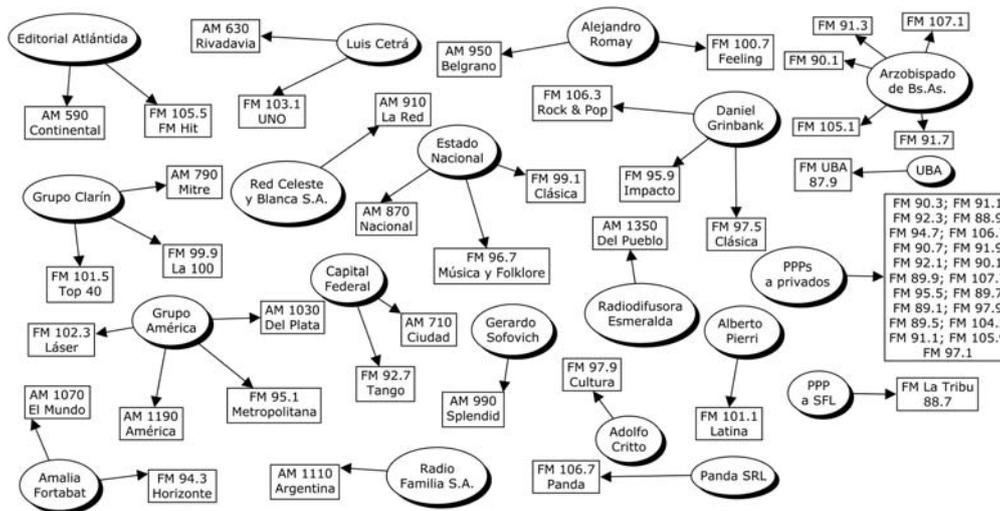


Figura 2. Radios con licencia o PPP de la Ciudad de Buenos Aires en 1995.

Durante estos años se vuelve común la práctica de tercerizar la explotación artística y comercial de las emisoras de FM en manos de los licenciarios de AM. Estas empresas encontraban dificultades para producir contenidos en esta nueva frecuencia

sin tener claro si sería redituable. Así, la FM comienza a llenarse de contenidos y apuestas nuevas con la oxigenación que le dan distintos productores. Fueron los casos de Marcelo Tinelli en la FM de Radio Del Plata, Daniel Grinbank en las de Radio Buenos Aires y Splendid, o Marcelo Morano en Radio Rivadavia.

De esta forma, el primer mandato de Carlos Menem culmina en 1995 con un esquema de propiedad con actores multimediáticos, con participación en diversas actividades económicas (Eurdekián, Vila y Manzano o Fortabat). Sin embargo, comienza a observarse una estrecha relación entre empresas beneficiadas por las privatizaciones y el gobierno, que se profundizará en el segundo mandato. Además, la participación del Grupo América y su participación del mercado con cuatro radios –primer registro de esa cantidad de emisoras en el período estudiado– es un antecedente clave en el futuro desarrollo del mercado.

La escenografía de grandes grupos multimédios de capitales nacionales gestionando emisoras en la Ciudad de Buenos Aires se modifica durante la segunda presidencia de Carlos Menem (1995–1999) al calor de nuevas modificaciones regulatorias (fig. 3).

El decreto ley de radiodifusión impedía la participación de capital extranjero en la conformación de las sociedades licenciatarias. Esto fue modificado paulatinamente con la firma de distintos tratados de inversiones recíprocas firmados entre 1991 y 1994 con Estados Unidos, Países Bajos, Italia y Francia. A través de esta herramienta de comercio internacional, que adquirió rango constitucional en la reforma de 1994, los capitales extranjeros ingresaron rápida y voluminosamente al mercado de medios de comunicación –entre otras industrias– (Eliades, 2003).

En 1999, a través de un decreto de necesidad y urgencia (DNU), se modificó nuevamente el Decreto Ley 22.285 en su tope a la cantidad de licencias por licenciatario. Gracias a esta modificación, el límite pasó de 4 a 24 en todo el territorio nacional, se legalizó la situación de los principales grupos multimédios del país (Clarín y Telefónica principalmente) que ya superaban el tope impuesto por la regulación existente. Además de esta modificación, el DNU N° 1005/99 autorizó la transferencia de las licencias y liberó el cepo publicitario para todas las emisiones (Postolski, Santucho y Rodríguez, 2002).

Las características de este período se corresponden con la segunda etapa de la década de 1990 marcada por Albornoz y Hernández (2009), en la que se produce el crecimiento de la participación del capital financiero transnacional y la adquisición de empresas nacionales de radiodifusión por parte de grupos multinacionales. En esta etapa, las empresas de radiodifusión comienzan a fusionarse con capitales provenientes de las telecomunicaciones y los fondos de inversión; la radiodifusión se “financieriza”.

La radio también cae en manos extranjeras que, a la inversa de lo manifestado en procesos anteriores, concentran mayor cantidad de licencias. La transformación de los

actores participantes no es exclusiva del mercado de la radio, tampoco del audiovisual, aunque su accionar es notorio.

La introducción del capital extranjero se produce a través de los siguientes actores:

- 1 CEI-Telefónica: de capitales españoles, norteamericanos y argentinos<sup>2</sup> (El grupo Moneta será el principal accionista del CEI, 28/5/98) este grupo compró el 60% de las acciones de la Editorial Atlántida de la familia Vigil y así, a través de la firma AtCo (Atlántida Comunicaciones) se hizo cargo de sus medios hasta que en 1999 esta sociedad se rompió y Telefónica se quedó con la totalidad de las unidades de negocio (López, 21/11/2012);
- 2 Emmis International Communications Corp –de capitales estadounidenses, esta empresa de radiofonía compró en 1999 las emisoras de Daniel Hadad (FM News y Radio 10)–;
- 3 Grupo CIE –de capitales mejicanos, la Corporación Interamericana de Entretenimientos tuvo como socio estratégico a Daniel Grinbank que poseía y gerenciaba varias frecuencias FM, en 1997 adquirió Rock & Pop, Splendid, la productora DG y otras radios AM que lo posicionaron como el principal actor del mercado (Anselmi y Courau, 2014);
- 4 Torneos y Competencias –de capitales estadounidenses y locales<sup>3</sup>

Por otro lado, también surgen empresarios o conglomerados locales asociados a capitales extranjeros como el Grupo Exxel –fondo de inversión que tuvo su nacimiento, auge y extinción durante el gobierno de Carlos Menem, gestionado por empresarios argentinos y financiado por empresas multinacionales como la General Electric, Rockefeller, Ford y la Welcome Trust entre otras firmas– (Para el grupo Exxel, crear valor es el mejor negocio, 8/12/1996); el Grupo Clarín –en 1999 vendió el 18% de sus acciones al fondo de inversiones norteamericano Goldman Sachs en una guerra de expansión comercial (de la televisión por cable)–.

En estos años también se sumaron al éter porteño Cadena 3 (FM 99.1), la Universidad de Buenos Aires (FM 87.9), la Universidad de Belgrano (FM 90.9), la Policía Federal (FM 99.5), el Ejército (FM 87.5) y el Arzobispado de la Ciudad de

<sup>2</sup> El accionariado del grupo Citicorp Equity Investments (CEI) se dividía en 1998 entre el fondo de inversión norteamericano Hick, Muse, Tate & Furst (HTM&F) (29,8%), el grupo República de Raúl Moneta (37,7%), Telefónica Internacional (TISA) (5,75%) y el Citi Bank (23,1%). Esta sociedad entre Telefónica y Citi nace con la privatización de la empresa de telefonía nacional ENTEL donde la empresa española se financió con fondos de la entidad financiera.

<sup>3</sup> La empresa fundada por Carlos Ávila, de origen paraguayo, pero con larga residencia en Argentina, tenía al año 2000 entre sus accionistas al fondo de inversión Hick, Muse, Tate & Furst (HTM&F) que ostentaba un 20% de participación, a Telefónica de España –en su versión local Admira– con el mismo porcentaje y a Liberty Media (de la estadounidense AT&T) con un 50%.

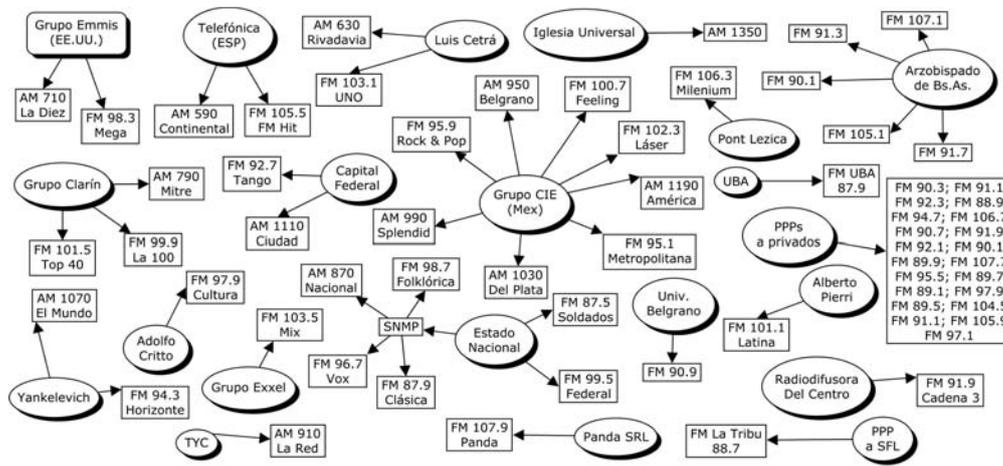


Figura 3. Radios con licencia o PPP de la Ciudad de Buenos Aires en 1995.

Buenos Aires (entre 1991 y 1999 conseguiría seis autorizaciones para FM a las que sumaría una séptima en 2001).

Una de las últimas, y más polémicas decisiones del menemismo en materia de radiodifusión fue el otorgamiento de cientos de licencias de radios AM y FM en todo el país a través de concursos públicos. En la CABA se otorgaron 24 licencias de FM en este proceso. Todas estas adjudicaciones fueron revisadas por el gobierno entrante de Fernando De La Rúa y, en el caso porteño, la totalidad de las licencias fueron revocadas por irregularidades en el proceso de adjudicación (El Comfer anuló 275 licencias de FM y habrá nuevos concursos, 22/09/2000).

### Devaluación y después, de la Alianza a Kirchner

El tercer período de este trabajo está comprendido por los gobiernos de Fernando De La Rúa (1999–2001), el período de crisis institucional de 2001, y las presidencias de Eduardo Duhalde (2002–2003) y Néstor Kirchner (2003–2007) (fig. 4). Las políticas de comunicación de esta etapa pueden ser caracterizadas como de sostenimiento y protección de los principales actores del mercado ante su crisis económico-financiera. En materia radiofónica se registra un fuerte cambio de nombres en la propiedad de las emisoras y una ley que habilita y reconoce el derecho de los actores sin fines de lucro a participar de este mercado.

Tres rasgos pueden caracterizar las políticas de comunicación del gobierno de De La Rúa: persecución a emisoras no legalizadas durante los gobiernos preceden-

tes; influencia de los principales grupos de comunicación (Telefónica, Clarín, CIE y América) para mejorar las condiciones regulatorias en un marco de recesión económica y grandes niveles de endeudamiento, y, por último, el debilitamiento de los medios estatales (García Leiva, 2009).

La crisis económica, social y política del año 2001 puso a los grandes grupos de comunicación en una situación de fragilidad frente a grandes deudas tomadas para su expansión en la década pasada. Así, recurrieron al Estado para lograr ayudas que protegieran sus activos frente a posibles procesos de quiebra. La imagen era la de empresas endeudadas en dólares, con ingresos pesificados y devaluados y regresiones tanto en el consumo como en el mercado publicitario (Baladrón, 2009).

Estos grupos empresarios lograron que los gobiernos siguientes al de Fernando De La Rúa –Eduardo Duhalde (2002–2003) y Néstor Kirchner (2003–2007)– encadenaran una serie de medidas, decretos y otras regulaciones que volvieron posible la conservación del *statu quo* (Califano, 2009).

Entre 2002 y 2007 se estableció un régimen de facilidades de pago de multas con la posibilidad de canjearlas por pauta oficial (Decreto 2362, 2002); se eliminó el mecanismo de *cram down*<sup>4</sup> (Ley 25.563, 2002) de la Ley de Concursos y Quiebras, aunque luego fue restituido por un pedido del FMI; se adjudicó de forma directa la FM 97.5 de alta potencia en CABA a Daniel Hadad y la FM 106.9 a una empresa de Mario Pergolini<sup>5</sup> (Cuatro Cabezas) por concurso (Decreto 293, 2005); se sancionó la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales 25.750 (2003), que puso tope al ingreso de capital extranjero en empresas de producción cultural e informativa y las excluye del mecanismo de *cram down*; se suspendió del otorgamiento de pliegos para obtener licencias de TV por cable (COMFER, Resolución 1172, 2003); se renovaron las licencias a Canal 2 (COMFER, Resolución 952/2002), Canal 11 (COMFER, Resolución 1837, 2004) y Canal 13 (COMFER, Resolución 1326, 2004) y se autorizó la venta de Canal 9 de Telefónica a Daniel Hadad; se suspendió el cómputo de plazos de licencias de radiodifusión por diez años (Decreto 527, 2005); se habilitó el desdoblamiento de las licencias de AM y FM (Decreto 703, 2005).

Por otro lado, se lanzaron normativas que modificaron las condiciones de acceso de distintos sectores a la radiodifusión. Ejemplo de ello fueron la reserva de un canal de televisión abierta y una radio AM para cada provincia y una FM para cada municipio (Decreto 1214, 2003) y la modificación del Decreto–Ley de Radiodifusión que habilitó el ingreso y participación en el mercado de la radiodifusión a organizaciones

<sup>4</sup> El mecanismo de *cram down* implica que, vencido un plazo establecido en el proceso concursal de una empresa, sus acreedores pueden hacerse de parte de su paquete accionario para reestablecer acuerdos o cobrarse las deudas.

<sup>5</sup> Mario Pergolini es un reconocido conductor de radio y televisión de Buenos Aires. Lideró las audiencias de las mañanas de la radio de FM con su programa ¿Cuál es? y marcó una época con el ciclo nocturno CQC en televisión abierta. Actualmente, y desde 2012, maneja su propia emisora, *Vortex FM 92.1*.



de AISA (Ávila Inversora) para sumar una unidad de negocio radiofónica y porteña al Grupo Uno, con fuerte penetración en el mercado mediático cuyano. Manzano había sido diputado peronista hasta 1991 y ministro de Interior del gobierno de Carlos Menem.

En 2005, el Grupo CIE firmó un compromiso de desinversión con el COMFER para vender las ocho emisoras porteñas con las que contaba (Respighi, 24/1/2008). Este proceso finalizaría en 2010, y una de las primeras ventas fue la de la AM 950 Belgrano que pasó a manos del empresario Raúl Moneta, exdueño del Banco República, en 2004 (CIE reactiva las negociaciones para vender Splendid y América, 2005/4/14). El mismo grupo vendió en el año 2003 la AM Del Plata a la productora de Marcelo Tinelli, Ideas del Sur, que ya alquilaba la frecuencia modulada de Rivadavia para su FM Uno (Marcelo Tinelli le compra Radio Del Plata a CIE, 2003/11/24; Tinelli dirigirá la FM de Radio Rivadavia, 2003/11/6).

Además de estos actores, en 2001 se produjo el ingreso de la multinacional Disney al mercado radiofónico de FM. Asociada al productor-empresario local, Gustavo Yankelevich, la empresa estadounidense tomó el control artístico de la FM 94.3 de Radio El Mundo. Otro de los actores internacionales que hizo su entrada al mercado radiofónico fue el Grupo Prisa. En 2004 compró las emisoras de Telefónica en el país, AM Continental y FM Hit (Prisa logra un fallo que destraba la compra de Radio Continental, 7/4/2005). Este grupo, también español, es dueño de numerosos diarios en el país ibérico –entre ellos *El País*–, de la editorial Santillana y de cadenas de radios en todo el continente americano –Chile, Colombia, México, Costa Rica, entre otros–.

En este momento también ingresaron al mercado de las FM algunos actores nuevos y otros ya conocidos. La productora Cuatro Cabezas, de Mario Pergolini, se adjudicó la frecuencia 104.3 (Pergolini mueve el dial porteño de FM, 26/9/2005) para instalar allí su FM X4. Daniel Grinbank rompió su contrato de exclusividad con el Grupo CIE para lanzar en el 107.9 Radio Kabul, y Federico Bonomi, de la empresa textil “Kosiuko”, incursionó en la radiodifusión con un proyecto multiplataforma que no tuvo éxito (Kosiuko, el poder de las marcas, 11/7/2003).

### **La LSCA y los herederos de CIE (2007–2015)**

Los ocho años de gobierno de Cristina Fernández de Kirchner están partidos entre 2007–2009 y 2010–2015. La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 (en adelante, LSCA) en octubre de 2009 es uno de los acontecimientos más relevantes de la historia de las políticas de comunicación argentinas.

El tiempo previo a su sanción marca una línea de seguimiento con la presidencia de Néstor Kirchner, en la que los actores privados comerciales no tuvieron impedimentos para accionar libremente en el mercado de los medios de comunicación. Así,

en 2007 se produjo el ingreso del mejicano Ángel “El Fantasma” González<sup>7</sup> con la compra de Canal 9 a Daniel Hadad. En 2008, el Grupo Electroingeniería –con la industria energética como principal actividad económica– compró Radio Del Plata a Marcelo Tinelli (Los secretos de la venta de Del Plata, ahora radio K. 15/11/2008). Otro empresario que entró al mercado antes de la sanción de la LSCA fue Sergio Szpolski, quien comenzó como gerente comercial de Del Plata, para quedarse en 2009 con las radios Aspen (FM 102.3) y América (AM 1190).

La LSCA fue sancionada en octubre de 2009 y entre las principales cambios que introdujo a la regulación de la actividad radiofónica pueden mencionarse las siguientes: impedir la propiedad cruzada con licenciatarios de telecomunicaciones; reserva del 33% del espectro radioeléctrico para actores sin fines de lucro; tope de 10 licencias por sociedad a nivel nacional y otro de 2 licencias de FM y una de AM en la misma zona de influencia en ciudades con mayor oferta de emisoras; declaración de intransferibilidad para las licencias, e indelegable su explotación; límite en el 30% de la participación del capital extranjero dentro de las empresas de radiodifusión excepto para aquellos países con tratados de reciprocidad (Becerra, Marino y Mastrini, 2011).

Desde su sanción, la ley atravesó distintos y sucesivos procesos de judicialización por parte de los principales grupos afectados por sus artículos, en especial por el Grupo Clarín, hasta que en 2013 la Corte Suprema de Justicia Nacional declaró la constitucionalidad de todo su articulado.

Previo a la vigencia completa y total de la ley se produjo un fuerte proceso de compraventa de emisoras de radio provocado por la retrasada salida del Grupo CIE (fig. 5). Por un lado, a comienzos de 2010, el grupo mexicano vendió sus licencias en AM (Splendid) y FM (Metro, Rock & Pop, San Isidro Labrador y Blue) a una sociedad encabezada por Raúl Moneta y Matías Garfunkel (El exbanquero Raúl Moneta se queda con Metro y Rock & Pop. 22/5/2010), quienes ya contaban con la AM Belgrano. Por otro lado, vendieron AM América y FM Aspen a Grupo Veintitrés en 2009 (El Grupo Szpolski se quedó con las radios América y Aspen, 20/2/2009) y este, tras un breve período, vendió la segunda licencia al dueño de Canal 9: Ángel González.

El Grupo Prisa y Disney también ampliaron su participación dentro del mercado. Estas cadenas con fuerte penetración en toda Latinoamérica se expandieron con la compra de la FM 104.3 en manos de Cuatro Cabezas por parte de Prisa para instalar una repetidora de Radio Continental, y el alquiler de la FM 107.9 por parte de Disney para lanzar la radio deportiva ESPN (Agustín Pichot se asocia a ESPN para ingresar al negocio de los medios. 5/2/2010). Luego de un conflicto con el COMFER, Prisa lanzó en el nuevo dial de FM a la emisora musical Imagina (Respighi, 22/8/2008). Por su

<sup>7</sup> El grupo liderado por González, Albavisión, tiene canales de televisión y licencias de radio en México y el resto de América Central, además de Chile, Paraguay y Ecuador, entre otros países.

parte, Disney se asoció con empresarios locales como había hecho con la compra de la FM 94.3 y la AM 1010, Radio El Mundo. Esta última emisora fue comprada en 2005 por la agencia publicitaria Devicom de Hugo de Martino (Devicom firma acuerdo por Radio El Mundo. 27/09/2005).

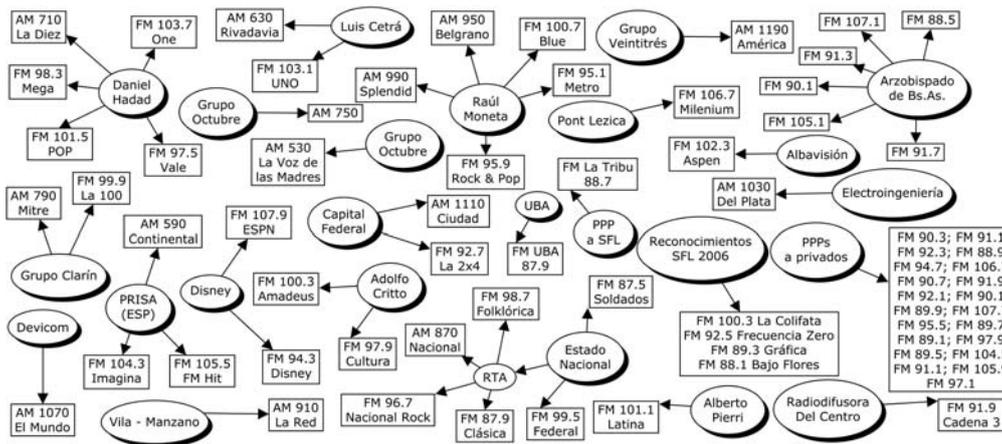


Figura 5. Radios con licencia o PPP de la Ciudad de Buenos Aires en 2010.

El Grupo Indalo compró todos los medios de Daniel Hadad, salvo Infobae, en 2012. El paquete incluía cinco radios, entre las que se encontraban las más escuchadas en AM y FM. Cristóbal López, titular del grupo comprador, tenía intereses en una larga lista de actividades económicas (petróleo, construcción, finanzas, juegos de azar). Además, adquirió otros canales de televisión y títulos de prensa diaria.

El período comprendido entre los años 2011 y 2015 se encuentra marcado, en materia de políticas de comunicación que afectan a la radiofonía, por la aplicación de la LSCA y la distribución de pauta oficial realizada de manera arbitraria por cada uno de los niveles del Estado (fig. 6).

En materia de aplicación de la LSCA se encuentra que el fallo de la Corte Suprema de Justicia declaró constitucional la totalidad del articulado en octubre de 2013. A partir de entonces, la aplicación de la ley comenzó un camino de completa vigencia a cuatro años de su sanción. Como indica Marino (2014), fueron pocos los resultados “democratizadores” que se pudieron observar a partir de la fecha. Las principales metas de la ley quedaron pendientes.

La publicidad oficial es el otro factor que moldea y determina la estructura del sistema radiofónico de Buenos Aires –y también a nivel nacional– entre 2010 y 2015. Este instrumento sirvió de financiamiento a grupos mediáticos que resultaron grandes ben-



por empresarios ajenos a los medios (Cristóbal López en Indalo, Osvaldo Acosta y Gerardo Ferreyra en Electroingeniería, Sergio Szpolski en Veintitrés, Jorge Brito en Radio Belgrano); otros grupos con mayor trayectoria y poder como Clarín y Vila-Manzano, así como también actores con presencia internacional, como Prisa, Disney y Albavisión.

Por último, como saldo de este proceso debe marcarse un tibio intento por regularizar al sector no lucrativo de la comunicación y hacer cumplir el articulado de la LSCA. En Buenos Aires, zona de conflicto para la radiodifusión, no se otorgaron licencias a radios FM y solo dos para AM (Madres de Plaza de Mayo -530- y Fundación Octubre -750-) en procesos irregulares. Al cierre del período, y en la línea de continuidad con otras políticas hacia el sector, AFSCA otorgó un reconocimiento a 140 emisoras, de las cuales 22 se encontraban en CABA. A cinco de ellas que contaban con un permiso del año 2006, se les otorgó una preferencia para la participación en futuros concursos.

### **Fin del kirchnerismo, ocaso y crisis**

Las elecciones de finales del año de 2015 dieron por ganador a Cambiemos, alianza política liderada por Mauricio Macri, electo Presidente de la Nación. Una de las primeras decisiones tomadas por el nuevo gobierno fue la modificación del marco regulatorio de la comunicación mediante un decreto de necesidad y urgencia a menos de un mes de la asunción.

El DNU 267 modificó parte central del articulado de la Ley Audiovisual sancionada en 2009. Además, cambió artículos de la Ley Argentina Digital, de telecomunicaciones, sancionada en 2014. En resumidas líneas, las modificaciones en el campo audiovisual consistieron en la flexibilización de los topes a la concentración; la habilitación para la compraventa de licencias; el permiso para que los cableoperadores ingresaran en el mercado de las telecomunicaciones, y viceversa –aunque esto recién a partir de 2018–; la flexibilización de los requisitos para el establecimiento de redes de repetidoras tanto en radio como en televisión; la creación de una nueva autoridad de control con mayor poder de decisión presidencial, entre otras.

Estas modificaciones regulatorias se suman a las decisiones tomadas en el plano de la gestión de los medios públicos y de la distribución de publicidad oficial. En el primer aspecto se revocaron y se renovaron todas las autoridades y direcciones de Radio Nacional, de la Televisión Pública Argentina y de la Agencia Télam. En el segundo aspecto, a mediados de 2016 la Jefatura de Gabinete de Ministros sancionó una resolución autorregulatoria que establece, entre otras cuestiones, cuatro principios o criterios para la distribución de publicidad oficial.

Esto último fue un factor clave para la modificación de la estructura de buena parte del sistema radiofónico porteño. Los cuatro criterios establecidos fueron la audiencia,

la pertinencia del mensaje, la zona geográfica cubierta y la pluralidad de voces junto al federalismo. Más allá de estas determinaciones, la distribución de la publicidad oficial continuó la lógica de premiar a líneas editoriales oficialistas y castigar a las críticas. Los medios del Grupo Indalo y del Grupo Octubre (entre los más beneficiados durante el kirchnerismo) recibieron menor pauta a la destinada a medios con similar cantidad de audiencia o menor. Los medios adictos a estos fondos durante el kirchnerismo, y otros no tanto, pronto ingresaron en un escenario de crisis económica y política.

Por un lado, el Grupo Veintitrés fue el primero en vaciar sus medios y darse a la fuga. Radio América fue reconcurada por el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), nuevo ente de control, y adjudicada a la Editorial Perfil de Jorge Fontevicchia. Además, Perfil se hizo de un PPP en FM. El 50% de las acciones de Vorterix que pertenecían al Grupo Veintitrés pasaron a manos del Grupo Indalo. Además, la FM Rock & Pop y la AM Splendid fueron adquiridas por la productora musical Fénix Entertainment Group.

Por otro lado, el Grupo Prisa –Radio Continental, Imagina y Los 40– firmó una *joint venture* con el Grupo Albavisión –Aspen, RQP y Arpeggio–, por el cual este último controla comercial y artísticamente el grupo multi-radio más grande de la ciudad. Otro cambio se dio con la venta de Radio Rivadavia. Luego de décadas, Luis Cetrá vendió la AM y su FM al Grupo Whpei, que cuenta con otras radios en la ciudad de Rosario. A finales de 2016, entonces, doce emisoras de radio de la Ciudad de Buenos Aires habían cambiado su estructura de propiedad (fig. 7).

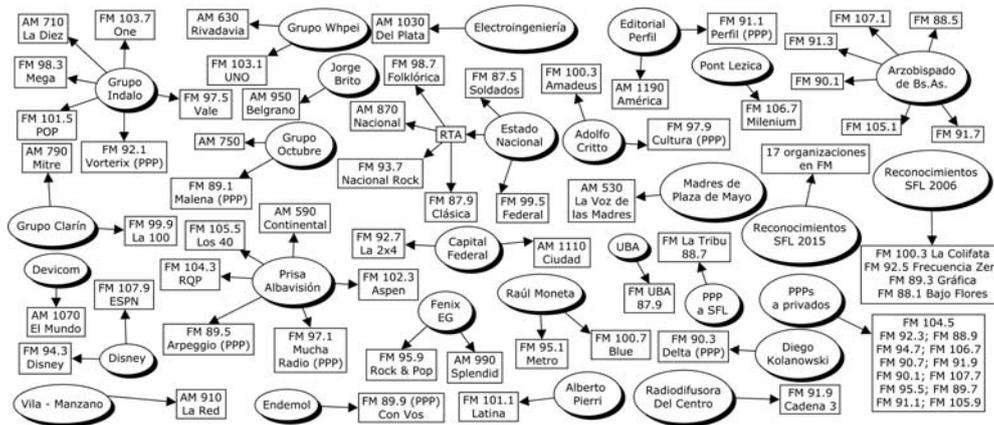


Figura 7. Radios con licencia, PPP o reconocimiento en CABA en 2016.

La nueva configuración del sistema radiofónico porteño muestra que muchos de los actores más beneficiados por las políticas kirchneristas se retiraron del mercado,

mientras los que sobreviven lo hacen con dificultades económicas y desmanejos de sus dueños (Del Plata, La Voz de las Madres, Grupo Indalo). No se registró, a finales de 2016, el ingreso de empresarios afines al actual gobierno. Sin embargo, se encuentra que hay actores establecidos que han sido ampliamente favorecidos por las decisiones del gobierno en materia de políticas de comunicación (Clarín, Radio Cultura, Prisa-Albavisión, La Red o Cadena 3).

### **Análisis y observaciones finales**

Este artículo se propuso un trabajo descriptivo y analítico de la estructura del mercado radiofónico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que combinó distintos elementos de la economía-política de la comunicación: estudio de las políticas de comunicación y análisis de la concentración y el tipo de actores titulares de las licencias. Los resultados de este trabajo pueden sintetizarse en la siguiente caracterización.

Como rasgo central del análisis, la caracterización y descripción de los cambios de propiedad, el ascenso de nuevos actores, su tipo y la forma de acceso a licencias muestran un mercado estratificado y ampliamente comercial.

Como muestra el recorrido histórico, la compraventa de licencias ha sido la variable de ajuste y cambio en el mercado. En los 33 años de la muestra no se reconvirieron licencias, mientras que se concursaron (no sin polémicas) cinco licencias de AM (dos durante el primer gobierno de Menem, una en el segundo y otras dos durante el kirchnerismo), y 17 licencias de FM –sin contar los concursos anulados de 1999– (15 durante el menemismo, una durante el gobierno de Fernando De La Rúa y otra durante el kirchnerismo). De ese total de licencias otorgadas o autorizadas, seis fueron para la Iglesia Católica, dos para universidades (una privada), una para el Ejército Argentino, una para la Policía Federal, diez para privados comerciales y dos (AM) para sin fines de lucro. En tanto que del total de PPP encontrados en la base de datos de ENACOM, solo dos están en manos de organizaciones no lucrativas (La Tribu y la Red Cristiana), mientras que el resto (19) están en manos de privados comerciales.

Se destaca que, como concluyen numerosos estudios (Linares, Segura, Hidalgo, Kejval, Longo, Traversaro, Vinelli, 2017; Marino, 2016; Becerra, 2015; Vinelli, 2015), las organizaciones sin fines de lucro no avanzan de un nivel de reconocimiento o permiso en su regularización. De una primera y larga etapa de impedimento regulatorio para el acceso a licencias, que finalizó en 2006, se avanzó a una en la que la LSCA les reserva el 33% del espectro, pero la autoridad de aplicación no avanza en la apertura de concursos en aquellas zonas de conflicto con mayor demanda de acceso a frecuencias.

En materia de estabilidad/volatilidad de la estructura del mercado, el estudio sirvió para destacar que solo nueve emisoras con licencia tuvieron los mismos dueños entre 2005 y 2016, y es el Grupo Clarín al frente de la FM 99.9 y la AM 790 el propietario

con mayor estabilidad. El promedio del sistema es tres dueños en los últimos 20 años con picos de cinco y seis en los casos de AM Del Plata y FM 103.1 (Uno). Desde la segunda mitad de los años 90 hasta la actualidad es donde mayor cantidad de cambios de propiedad se registran.

Los nombres de los empresarios dueños de las radios cambian de acuerdo con el color político del gobierno y a su relación con ellos. Así, mientras en el alfonsinismo el esquema permanece tal como fue heredado, en el menemismo florecen nombres como Editorial Atlántida, Eurnekián, Daniel Hadad, Vila–Manzano, Amalia Fortabat, Alejandro Romay que van a mutar por empresas trasnacionales (Emmis, TyC y Grupo CIE) para el fin de la década. El kirchnerismo va a tener un primer momento de colaboración con empresarios establecidos (Moneta, Hadad, Tinelli) y con el correr del tiempo facilitará el ingreso de jugadores afines alejados de la radiodifusión como Indalo, Veintitrés, Brito, Octubre y otros más ligados como Grupo Albavisión y Grupo Prisa (luego enfrentados).

La participación del capital extranjero en el mercado de radios con licencias tiene un pico máximo entre los años 2000 y 2001 con 13 licencias controladas por Emmis (estadounidenses), CIE (mexicanos) y el CEI-Telefónica (españoles, estadounidenses y nacionales). Esta cantidad merma hacia 2015 cuando se encuentran seis licencias en manos extranjeras si se toma de esta forma a los empresarios locales asociados a la cadena norteamericana Disney.

Si bien el proceso del alfonsinismo es el de menor concentración de emisoras, también se trata de empresarios con poca trayectoria en el mercado de la radiodifusión (esquema heredado). Durante el menemismo se puede registrar el ingreso de dos agentes externos a los medios: Grupo Eurnekián y Amalia Fortabat. Sin embargo, durante el kirchnerismo, y en especial en los últimos dos gobiernos, es cuando se registra una mayor cantidad de empresarios por fuera de los medios que llegan a este sistema: Indalo (energía, casinos), Veintitrés (comercios y finanzas), Moneta (banquero), Brito (banquero) y Electroingeniería (energía y obra pública).

Por último, el trabajo verifica que el único sector que se encuentra frenado en su accionar por el marco regulatorio es el sin fin de lucro, ya que los privados comerciales concentran, desconcentran, venden, compran y extranjerizan la propiedad del sistema sin tener respeto por él. El Decreto Ley de Radiodifusión fue modificado en sucesivas ocasiones para avalar el accionar de los privados. Aun cuando habilitó la propiedad extranjera, los privados lo sobrepasaron. Al mismo tiempo, el articulado de la LSCA fue sistemáticamente incumplido, no solo por las empresas sino también por las autoridades de aplicación.

## Referencias

- Agustín Pichot se asocia a ESPN para ingresar al negocio de los medios. (5 de febrero de 2010). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/Agustin-Pichot-se-asocia-a-ESPN-para-ingresar-al-negocio-de-los-medios-20100205-0072.html>.
- Albornoz, L. y Hernández, P. (2009). La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público. En: Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 257-286). 2ª Ed. Buenos Aires: La Crujía.
- Anselmi, F. y Courau, G. (2014). *Rock & Pop: La imaginación al poder*. Buenos Aires: Paidós.
- Baladrón, M. (2009). La radiodifusión argentina después de la crisis de 2001: la política de comunicación del gobierno de transición de Eduardo Duhalde. En: Mastrini, G. (Ed.) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 313-340). 2ª Ed. Buenos Aires: La Crujía.
- Basualdo, E. (2002). *Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década del noventa*. 3ª Ed., Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia: Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicar XVIII*(36), 51-59.
- Bonasso, M. (7 de julio de 2002). El irresistible ascenso de Daniel H., *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-7357-2002-07-07.html>.
- Califano, B. (2009) Comunicación se escribe con K: La radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner. En: Mastrini, G. (Ed.) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 341-374). 2ª Ed. Buenos Aires: La Crujía.
- Califano, B. (2015). Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las políticas públicas de comunicación”. *Revista Austral Comunicación*, 4(2), 251-286.
- Carlos Ávila le compra a Torneos y Competencias el 100% de La Red. (12 de enero de 2004). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/Carlos-Avila-le-compra-a-Torneos-y-Competencias-el-100-de-La-Red-20040113-0019.html>.
- CIE reactiva las negociaciones para vender Splendid y América. (14 de abril de 2005). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/CIE-reactiva-las-negociaciones-para-vender-Splendid-y-America-20050415-0067.html>.
- Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). (16 de diciembre de 2002). Prórrogase la licencia de LS86 TV Canal 2. [Resolución 952/2002]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=80581>.

- Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). (4 de noviembre de 2003). Suspensión de venta de pliegos de servicios complementarios de radiodifusión. [Resolución 1172/2003]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=89904>.
- Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). (30 de septiembre de 2004). Prorrogase la licencia de “LS85 TV Canal 13”. Ente Nacional de Comunicaciones. [Resolución 1326/2004]. Recuperado de: <http://enacom.gob.ar/multimedia/resoluciones-afscacomfer/pecfr/2004/R20041326.pdf>.
- Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). (17 de diciembre de 2004). Prorrogase la licencia de “LS84 TV Canal 11”. Ente Nacional de Comunicaciones. [Resolución 1837/2004]. Recuperado de: <http://enacom.gob.ar/multimedia/resoluciones-afscacomfer/pecfr/2004/R20041837.pdf>.
- Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). (5 de mayo de 2006). Reconocimiento. [Resolución 753/2006]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://www.afsca.gob.ar/pecfr/2006/R20060753.pdf>.
- Congreso de la Nación Argentina. (10 de octubre de 2009). Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. [Ley 26.522]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=158649>.
- Congreso de la Nación Argentina. (14 de noviembre de 1991). Tratado suscripto con los Estados Unidos de América, sobre la promoción y protección recíproca de inversiones. [Ley 24.124]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=523>.
- Congreso de la Nación Argentina. (15 de septiembre de 2005). Radiodifusión, sustitúyase el artículo 45 de la Ley Nro. 22.285. [Ley 26.053/05]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=109706>.
- Congreso de la Nación Argentina. (18 de agosto de 1989). Reforma del Estado. [Ley 23.696]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=98>.
- Congreso de la Nación Argentina. (20 de octubre de 1992). Convenio para la promoción y la protección recíproca de inversiones suscripto con el Reino de los Países Bajos. [Ley 24.352]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/>

- infolegInternet/verNorma.do?id=747.
- Congreso de la Nación Argentina. (22 de mayo de 1990). Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones y Protocolo Adicional, suscripto con la República Italiana. [Ley 24.122]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=521>.
- Congreso de la Nación Argentina. (3 de julio de 1991). Acuerdo suscripto con la República Francesa para la Promoción y la Protección Recíproca de las Inversiones. [Ley 24.100]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=499>.
- Congreso de la Nación Argentina. (30 de enero de 2002). Declárase la emergencia productiva y crediticia hasta el 10 de diciembre de 2003. Deudores en Concurso Preventivo. Modificación de la Ley N° 24.522. Deuda del sector privado e hipotecario. [Ley 25.563/02]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=72339>.
- Crettaz, J. (31 de marzo de 2014). De 1 a 400 millones de pesos, los mayores beneficiarios de pauta oficial 2009-2013. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/1675842-de-1-a-400-millones-de-pesos-los-mayores-beneficiarios-de-la-pauta-oficial-2009-2013>.
- Devicom firma acuerdo por Radio El Mundo. (27 de septiembre de 2005). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/Devicom-firma-acuerdo-por-Radio-El-Mundo-20050928-0067.html>.
- El Comfer anuló 275 licencias de FM y habrá nuevos concursos. (22 de septiembre de 2000). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/33884-el-comfer-anulo-275-licencias-de-fm-y-habra-nuevos-concursos>.
- El ex banquero Raúl Moneta se queda con Metro y Rock & Pop. (22 de enero de 2010). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/El-ex-banquero-Raul-Moneta-se-queda-con-Metro-y-Rock-Pop-20100122-0041.html>.
- El grupo Moneta será el principal accionista del CEI. (28 de mayo de 1998). *Clarín*. Recuperado de [https://www.clarin.com/economia/grupo-moneta-principal-accionista-cei\\_0\\_SJpgW\\_gII3x.html](https://www.clarin.com/economia/grupo-moneta-principal-accionista-cei_0_SJpgW_gII3x.html).
- El Grupo Szpolski se quedó con las radios América y Aspen. (20 de febrero de 2009). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/El-Grupo-Szpolski-se-queda-con-las-radios-America-y-Aspen-20090220-0039.html>.
- Elíades, A. (2003). Historia legal de la radio y la televisión en Argentina. *Oficios Terrestres*, 8(3), 32-56. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/>

eliades-\_hist\_radioytv.pdf.

- García Leiva, M. (2009). Fin de milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión en el gobierno de Fernando De la Rúa. En: Mastrini, G. (Ed.) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 291-312). 2ª Ed. Buenos Aires: La Crujía.
- Garnham, N. (2011). De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicancias en el Reino Unido. En: Bustamante, E. (Ed.) *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital* (pp. 21-47). Barcelona: Gedisa.
- Getino, Octavio (1995). *Las industrias culturales en Argentina: Dimensión económica y políticas públicas. Período 1981-1992*. Buenos Aires: Colihue.
- Gómez García, R. y Sánchez Ruiz, E. (2011). La economía política de la comunicación y la cultura. Tradiciones y conceptos. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Recuperado de [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62_esp.pdf).
- Inminente ingreso de Narvárez en América TV y en La Red. (17 de junio de 2005). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/713620-inminente-ingreso-de-narvaez-en-america-tv-y-en-la-red>.
- Kellner, D. (1998). Vencer la línea divisoria: estudios culturales y economía política. En Ferguson, M. y Holding, P. (Eds.). *Economía política y estudios culturales* (pp. 185-212). Barcelona: Bosch.
- Kosiuko, el poder de las marcas. (11 de julio de 2003). *Clarín*. Recuperado de <http://edant.clarin.com/suplementos/si/2003/07/11/3-00302.htm>.
- Linares, A., Segura, S., Hidalgo, A., Kejval, L., Longo, V., Traversaro, N., Vinelli, N. (2017). Brechas: la desigualdad en las políticas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 25(13), 84-95. Recuperado de <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/847/444>.
- López, G. (21 de noviembre de 2012). El Caso Telefónica. *Infobae*. Recuperado de <http://opinion.infobae.com/gustavo-lopez/2012/11/21/el-caso-telefonica>.
- Los secretos de la venta de Del Plata, ahora radio K. (15 de noviembre de 2008). *Revista Noticias*. Recuperado de <http://www.perfil.com/noticias/politica/los-secretos-de-la-venta-de-del-plata-ahora-radio-k-20081115-0027.phtml>.
- Marcelo Tinelli le compra Radio Del Plata a CIE. (24 de noviembre de 2003). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/Marcelo-Tinelli-le-compra-Radio-Del-Plata-a-CIE-20031125-0078.html>.
- Marino, S. (2014). Vaivén: desgranar moralejas en la Argentina de la ley audiovisual. *Observatorio Latinoamericano 14, Medios y gobiernos latinoamericanos en el Siglo XXI: las tensiones de una compleja relación*, 79-91. Recuperado de [146](http://iealc.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/57/2011/06/Observatorio-</a></p></div><div data-bbox=)

- Latinoamericano-14-medios.pdf.
- Marino, S. (2016). *El audiovisual ampliado. Políticas públicas, innovaciones del mercado y tensiones regulatorias en la industria de la televisión argentina frente a la convergencia*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad del Salvador.
- Marino, S. y Postolski, G. (2009). Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura, entre el control, la censura y los negocios. En: Mastrini, G. (Ed.) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 159-188). 2ª Ed. Buenos Aires: La Crujía.
- Miege, B. (2008). Las industrias culturales y de información: un enfoque socioeconómico. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. 10(1), 1-15.
- Mochkofsky, G. (2011). *Pecado original: Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*. Buenos Aires: Planeta.
- Murdock, G. (1998). Comentarios de base: las condiciones de la práctica cultural. En Ferguson, M. y Holding, P. (Eds.). *Economía política y estudios culturales* (pp. 161-184). Barcelona: Bosch.
- Para el grupo Exxel, crear valor es el mejor negocio. (8 de diciembre de 1996). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/170448-para-el-grupo-exxel-crear-valor-es-el-mejor-negocio>.
- Pergolini mueve el dial porteño de FM. (26 de septiembre de 2005). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/Pergolini-mueve-el-dial-porteno-de-FM-20050927-0068.html>.
- Poder Ejecutivo Nacional. (19 de marzo de 1981). Plan Nacional de Radiodifusión. [Decreto 462/1981]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=59508>.
- Poder Ejecutivo Nacional. (15 de septiembre de 1980). Ley de Radiodifusión. [Ley 22.285]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=17694>.
- Poder Ejecutivo Nacional. (1 de diciembre de 1989). Radiodifusión. [Decreto 1357/1989]. Ente Nacional de Comunicaciones. Recuperado de: [http://enacom.gob.ar/multimedia/normativas/antiguas/Decreto%201357\\_89.pdf](http://enacom.gob.ar/multimedia/normativas/antiguas/Decreto%201357_89.pdf).
- Polémica por la concesión de una radio. (15 de mayo de 2003). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/496237-polemica-por-la-concesion-de-una-radio>.
- Postolski, G., Santucho, A., Rodríguez, D. (2002). Concentración y dependencia. Los medios de comunicación en el centro de la crisis. *Revista Digital del Observatorio Político y Social de Medios y del Área de Investigación de la UTPBA*, 1. Recuperado de <http://www.iade.org.ar/noticias/concentracion-de-los-medios-de-comunicacion-en-argentina-crisis-y-dependencia>.

- Presidencia de la Nación. (10 de septiembre de 1999). Radiodifusión. Modificaciones de la Ley N° 22.285, a los efectos de posibilitar su adecuación a las transformaciones operadas en los campos económicos, social y tecnológico. [Decreto de Necesidad y Urgencia 1005/1999]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=60146>.
- Presidencia de la Nación. (11 de abril de 2005). Aprobación de actos de concurso público de radiodifusión. [Decreto 293/2005]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=105215>.
- Presidencia de la Nación. Radiodifusión, sustitúyase el artículo 11 de la Ley Nro. 22.285. (20 de mayo de 2003). [Decreto de Necesidad y Urgencia 1214/2003]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=85215>.
- Presidencia de la Nación. (21 de noviembre de 2002). Régimen de Facilidades de Pago para el cumplimiento de sanciones de multas por transgresiones a las disposiciones legales vigentes en materia de radiodifusión. [Decreto 2362/2002]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=79833>.
- Presidencia de la Nación. (4 de julio de 2003). Preservación de bienes y patrimonios culturales. [Ley 25.750]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/85000-89999/86632/norma.htm>.
- Presidencia de la Nación. (22 de junio de 2005). Radiodifusora del Plata S.A. [Decreto 703/2005]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=107215>.
- Presidencia de la Nación. (24 de mayo de 2005). Suspéndase el plazo de licencias de radiodifusión. [Decreto 527/2005]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=106470>.
- Presidencia de la Nación. (29 de diciembre de 2015). Ente Nacional de Comunicaciones, Creación. [Decreto de Necesidad y Urgencia 267. Ley N° 26.522 y N° 27.078. Modificaciones]. Información Legislativa, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257461/norma.htm>.

- Prisa logra un fallo que destraba la compra de Radio Continental. (7 de abril de 2005). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impresageneral/Prisa-logra-un-fallo-que-destraba-la-compra-de-Radio-Continental-20050408-0021.html>.
- Respighi, E. (24 de enero de 2008). Cambio de sintonía para los mexicanos. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/12-9010-2008-01-24.html>.
- Respighi, E. (22 de agosto de 2008). Un conflicto que sube los decibeles. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-11007-2008-08-22.html>.
- Tinelli dirigirá la FM de Radio Rivadavia. (6 de noviembre de 2003). *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/542734-tinelli-dirigira-la-fm-de-radio-rivadavia>.
- Vinelli, N. (2015). Concursos en TDA: Itinerario de la TV alternativa y comunitaria. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 10.