

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Acceso y diversidad en medios de comunicación de Argentina.

Bernadette Califano.

Cita:

Bernadette Califano (2009). *Acceso y diversidad en medios de comunicación de Argentina. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/237>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Acceso y diversidad en medios de comunicación de Argentina

Bernadette Califano

FSOC – IIGG - UBA

bernacali@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

La presentación por parte del Gobierno nacional de una propuesta de Proyecto de Ley sobre Servicios de Comunicación Audiovisual el pasado 18 de marzo de 2009 nos ha llevado a situarnos en una coyuntura histórica particular en materia de políticas de comunicación. Desde el anuncio del anteproyecto se han sucedido una serie de foros abiertos en todo el país para debatir su contenido y formular propuestas desde distintos sectores sociales. Si bien estos encuentros no han sido suficientemente difundidos a través de los principales medios de comunicación, a lo largo de estos últimos meses se ha discutido como nunca antes sobre este tema. Un análisis de las coberturas mediáticas realizadas a lo largo de estos últimos meses revelaría, seguramente, uno de los principales motivos por el que es preciso cambiar la legislación vigente en materia de radio y televisión.

El Gobierno anunció que, una vez concluidos los foros participativos, el anteproyecto, modificado a partir de los aportes recogidos luego de 60 días de debates, se enviaría formalmente al Congreso para su tratamiento parlamentario. Luego de transcurrido el plazo, todo parece indicar que la propuesta no será enviada antes de las elecciones legislativas a celebrarse el 28 de junio, pero

que sí entrará en el Parlamento antes de fin de año, según declararon funcionarios del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER).

Dado este marco de situación, en la presente ponencia se analizarán los conceptos de *acceso* y *diversidad* en tanto principios rectores en materia de políticas de comunicación en Argentina, teniendo en cuenta la legislación aún vigente. De aprobarse en un futuro una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es esperable que ésta cuente con principios normativos que permitan elevar los actuales niveles de acceso y de diversidad de contenidos en los medios de comunicación. El anteproyecto gubernamental cuenta con una serie de artículos que admitirían un acrecentamiento de dichos parámetros, por medio de restricciones a la cantidad y tipo de licencias que podría acumular un mismo licenciatario, topes sobre cantidad de habitantes o abonados (en el caso de la televisión por cable) que un mismo prestador podría concentrar, el 33 por ciento de reserva del espectro para licenciatarios sin fines de lucro, la promoción del Estado como un actor complementario y no subsidiario del conjunto de los servicios de comunicación audiovisual, y un aumento en los porcentajes de producción nacional y propia requeridos para las emisoras, entre otras medidas.¹

La elección de los conceptos de *acceso* y *diversidad* para analizar el sistema de medios en Argentina responde al hecho de que estos principios constituyen parámetros fundamentales para evaluar el grado de democracia de las comunicaciones en determinado país. El germen de ambos conceptos puede hallarse en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, pues el derecho a la libertad de expresión comprende no sólo la libertad de recibir informaciones y opiniones, sino también el de difundirlas por cualquier medio de expresión. Se trata de una precondition del sistema democrático, pues no sólo protege el derecho individual del emisor sino que garantiza el derecho de todas las demás personas a acceder a la mayor cantidad y diversidad posible de informaciones y opiniones.

2. ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¹ Véase la Propuesta de Proyecto de Ley sobre Servicios de Comunicación Audiovisual de Presidencia de la Nación disponible en <http://www.comfer.gov.ar/web/blog/wp-content/uploads/2009/03/ley-final-sin-marcas.pdf>

Se parte de que el *acceso equitativo* a los medios de comunicación comprende no sólo la recepción igualitaria de información, que requiere de una cobertura territorial de tipo nacional y de la posibilidad de elección entre diversas formas comunicativas, sino también el acceso a los medios de emisión de contenidos, es decir, a las licencias de radio y televisión.

En Argentina, la legislación en materia de radiodifusión se encuentra todavía regida por la Ley 22.285, sancionada en 1980 bajo la última dictadura militar. Hasta el año 2005, el acceso legal a las licencias de radiodifusión estuvo proscrito para licenciatarios sin fines comerciales. El artículo 45 de la mencionada normativa establecía que las licencias para la prestación de servicios de radio y televisión en el país “*se adjudicarán a una persona física o a una sociedad comercial regularmente constituida en el país*”.² De esta forma, antes de la reforma efectuada en el año 2005 por el Congreso Nacional, grandes sectores sociales resultaban excluidos de la posibilidad de ser titulares de medios de comunicación, relegando a todo el arco de la sociedad civil a un lugar de receptora/consumidora de información.

El contenido del artículo 45 fue modificado por medio de la Ley 26.053, luego de haber sido objeto de declaración de inconstitucionalidad por parte de la Corte Suprema de Justicia de la Nación en el año 2003.³ El nuevo artículo establece que “*las licencias se adjudicarán a una persona física o jurídica regularmente constituida en el país*”, sin necesidad de que ésta posea un fin comercial, pero prohíbe expresamente la participación de prestadores de servicios públicos salvo en el supuesto de que no exista otro prestador en el área.⁴

Si bien hay que destacar que la sanción de una normativa legal que desvincula a la comunicación de la actividad comercial era una demanda histórica en Argentina de distintos grupos de la sociedad civil y constituye un paso importante para permitir el acceso de diversos sectores sociales a la prestación de servicios de televisión y radio, la demora en la modificación del artículo implicó que al momento de la sanción de la ley el espectro de frecuencias se encontrase saturado en

² Art. 45 de la Ley 22.285, B.O. 19/09/80.

³ Fallo de la CSJN en la causa caratulada “Asociación Mutual Carlos Mujica c/ Estado Nacional”.

⁴ Y en el caso de que algún prestador de servicios públicos resulte adjudicatario deberá además: llevar una contabilidad separada entre las prestaciones del servicio público y las del servicio licenciado, y someterse a un régimen de prácticas anticompetitivas previa revisión del COMFER, que incluyen la prohibición de efectuar subsidios cruzados y de negar a los competidores el acceso a su infraestructura soporte. Ley 26.053, B.O. 15/09/05.

las zonas denominadas “conflictivas” y en manos de sus históricos licenciarios por diez años más.⁵

En el año 2006, sorteando las dificultades de pocas frecuencias disponibles, el COMFER reconoció la titularidad de 126 licencias para radios “comunitarias”, que habían acreditado su operatividad en ocasión de un censo realizado en el año 2005.⁶ Sin embargo, “*no son licencias, sino un reconocimiento legal efectuado hasta tanto se realice la adjudicación directa de licencias*”, explicó una asesora del COMFER.⁷ Esta informante agregó que, hasta noviembre de 2008, sólo se habían entregado “una o dos” licencias propiamente dichas.⁸

Además de las cuestiones legales descritas, existen otros obstáculos para que la población pueda convertirse en un emisor legal de medios de comunicación. Uno de ellos es la concentración económica de la propiedad de los medios, que afecta el acceso de nuevos competidores al mercado generando barreras de entrada económicas. Es decir, cuanto más concentrado se encuentre el mercado, mayores inversiones económicas precisarán aquellos interesados en ingresar y competir con los grupos ya instalados.

La investigación acerca de la concentración de las industrias culturales encabezada por Mastrini y Becerra (2006) en varios países de Latinoamérica arribó a la conclusión de que nuestro país exhibe índices de concentración superiores a la media de la región: por un lado, en cada una de las industrias de la información (como la prensa escrita, la televisión abierta o de pago) los cuatro principales operadores dominan más del 75% del mercado (situación que se agrava al considerar que unos pocos grupos de comunicación dominan varias de las empresas que sobresalen en cada uno de ellos); y por el otro, en ningún otro país latinoamericano el tipo de concentración multimedia “conglomerada”⁹ es tan alto y complejo.

⁵ Algunos meses antes de la promulgación de la Ley 26.053, el presidente Néstor Kirchner firmó el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 527/05, por medio del cual suspendió el cómputo de todas las licencias de radiodifusión del país por el lapso de diez años. De esta forma, si bien legalmente los sectores sin fines de lucro pudieron acceder a licencias luego de la reforma del artículo 45, el Decreto 527 clausuró en la práctica la posibilidad de llamado a concurso para permitir que otras voces y perspectivas accedieran a la titularidad de los medios con mayor audiencia.

⁶ Resolución 753-COMFER/06.

⁷ Entrevista con una asesora de la Dirección de Planeamiento y Desarrollo del Comfer, el 3 de noviembre de 2008.

⁸ La entrevistada explicó que para saber cuántas radios AM y FM se han entregado -de las aproximadamente 3 mil que se presentaron a las convocatorias del COMFER- era preciso entrar una por una a todas las resoluciones, razón por la que no era posible acceder fácilmente a este dato.

⁹ La concentración de tipo conglomerada o diagonal permite que los grandes grupos de medios de comunicación posean empresas en distintas industrias, autorizándose así la propiedad cruzada de medios (Mastrini y Becerra, 2006).

Otro factor a tener en cuenta en Argentina con relación al acceso de distintos grupos sociales a la radiodifusión es la dependencia de los medios de comunicación del mercado publicitario, fundamental para su subsistencia en el marco del modelo predominantemente comercial y privado del sistema de medios del país. Si tenemos en cuenta que el mercado publicitario se concentra principalmente en las grandes ciudades, que la mayoría de las licencias de televisión –rubro que acapara el mayor porcentaje de ingresos publicitarios- se encuentran en manos de los grupos mediáticos más concentrados, y que gracias a la promulgación del Decreto 527/2005 se prorrogaron “de hecho” todas las licencias de radio, televisión y cable del país por diez años;¹⁰ son escasas las posibilidades que restan para que nuevos actores accedan a licencias en este escenario.

Con relación al acceso en términos de recepción igualitaria de información, que comprende una cobertura territorial y geográfica de tipo nacional,¹¹ podemos señalar que en Argentina existen 45 canales de televisión abierta operativos en todo el país (sin contar sus repetidoras). Sin embargo, estas señales no se encuentran distribuidas de manera uniforme a lo largo del territorio nacional. Sólo 10 provincias tienen más de una señal abierta de televisión, mientras que la provincia de Catamarca no cuenta con ninguna y sólo recibe televisión desde provincias vecinas. La televisión comercial se concentra en los núcleos urbanos principales, y en varias de las capitales provinciales menos pobladas el acceso a la televisión abierta sólo puede hacerse a través de emisoras estatales provinciales.¹² Por otra parte, existen más de 2.600 radios, de las cuales unas 600 cuentan con licencia otorgada por el COMFER y aproximadamente unas 2.000 operan sin permiso legal.¹³

Si bien es importante la tarea encarada desde el Poder Ejecutivo Nacional para extender el alcance de los medios públicos en todo el territorio, aún es bastante lo que falta realizar para que el conjunto de la población acceda a ellos. La Ley de Radiodifusión otorgaba un rol subsidiario a los medios públicos, pues la presencia de repetidoras del canal estatal estaba permitida solamente en aquellas zonas donde no concurriese la actividad privada. Por medio del Decreto 2368/02 de Eduardo Duhalde se modificó esta disposición para que sea el PEN el que decida sobre la

¹⁰ Es preciso aclarar que la única “exigencia” que el Decreto 527/05 establece es que cada licenciatario de servicios de radiodifusión debe elevar al COMFER para su aprobación un espacio de programación que contribuya a la defensa de la cultura nacional y a la educación de la población; y un plan que prevea la incorporación de nueva tecnología, como la digital. Véase para ampliar sobre este tema Califano, 2007.

¹¹ Siguiendo definiciones propuestas por la UNESCO, se distinguen dos niveles de acceso: a) elección del material: posibilidad de elegir entre diversas formas de comunicación, y b) retroacción: posibilidad de interacción entre los productores y receptores de los programas, según las reglas impuestas por el emisor. Este concepto se diferencia del de *participación*, que supone la intervención de la población en la producción de los mensajes (Rossi, 2006).

¹² Datos extraídos del Informe de Contenidos de la Televisión Abierta Argentina, diciembre 2008 – enero y febrero 2009, elaborado por el COMFER.

¹³ Datos correspondientes a Zenith Optimedia (citados en ADC, 2009).

localización de repetidoras en el interior del país. El gobierno de Néstor Kirchner promovió la instalación de 18 nuevas repetidoras de Canal 7 (Decreto 84/05) y se hizo efectiva la llegada de la señal a distintas ciudades como Mendoza, San Rafael, Trenque Lauquen, Bariloche, Mar del Plata, Neuquén y Ayacucho. Se prevé completar las instalaciones llegando a las ciudades de Córdoba, Río Cuarto, San Miguel de Tucumán, Salta, San Salvador de Jujuy, Resistencia, San Juan, San Luis, La Rioja, Río Gallegos, Junín y Bahía Blanca, tras lo cual quedarían sin cobertura algunas zonas de la meseta patagónica. Canal 7 cuenta en la actualidad con 293 repetidoras (COMFER, 2009).

3. DIVERSIDAD DE CONTENIDOS

El contenido disponible en el entorno comunicacional debería ser *diverso*, es decir, representar el espectro total de culturas, intereses y conocimientos presentes en la sociedad. Así lo establece el art. 6 de la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural: “*La libertad de expresión, el pluralismo de los medios de comunicación, el multilingüismo (...) y la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural*”.¹⁴ La Declaración Conjunta sobre Diversidad en la Radiodifusión subraya la naturaleza compleja de la diversidad, pues ésta “*incluye la diversidad de medios de comunicación (tipos de medios) y de fuentes (propiedad de los medios), así como la diversidad de contenidos (producto de los medios)*”.¹⁵

La Ley de Radiodifusión establece algunas disposiciones con relación a los contenidos de los medios de comunicación, principalmente vinculadas al resguardo de la seguridad nacional, que recuerdan la sanción de la normativa bajo un régimen de facto. Además, algunos de sus artículos señalan que los servicios de radiodifusión deben colaborar con el “enriquecimiento cultural” y “elevación moral” de la población, y con el respeto de la libertad, la solidaridad social, la dignidad de las personas (art. 5), y contribuir al enriquecimiento de la cultura y la educación (art. 14).

Se establecen una serie de restricciones que tienen que ver con los horarios de protección para los menores de dieciocho años (entre las 8 y las 22hs.) y exigencias sobre producción propia

¹⁴ Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural, aprobada por la 31ª reunión de la Conferencia General, celebrada en París el 2 de noviembre de 2001.

¹⁵ La Declaración Conjunta sobre Diversidad en la Radiodifusión fue emitida el 7 y 8 de diciembre de 2007 por el Relator Especial de Naciones Unidas sobre Libertad de Opinión y de Expresión, el Representante de la Organización para la Seguridad y la Cooperación Europeas (OSCE) sobre Libertad de los Medios de Comunicación, el Relator Especial de la Organización de Estados Americanos (OEA) sobre Libertad de Expresión, y la Relatora Especial de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP) sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información.

(10% de la programación para las emisiones que emitan 8 ó más horas diarias) y sobre programación nacional (40% de la programación diaria). A partir del Decreto 1.062/98 está permitido emitir programación en lenguas extranjeras, previa autorización del COMFER, aunque los programas debieran orientarse a la difusión del idioma castellano. El art. 19 señala la inclusión preferente de obras de autores nacionales e interpretaciones de artistas argentinos.

Sin embargo, no hay obligaciones para los medios privados en materia de diversidad de contenidos o pluralismo informativo. No se registran regulaciones que establezcan la obligación de alentar el debate plural del conjunto de la ciudadanía, y los medios públicos no han asumido dicha tarea. *“No existen cuotas de pantalla ni reglas que impliquen la necesidad de consultar diversas fuentes por parte de los medios audiovisuales, ni de equilibrar los sesgos editoriales de cada empresa de comunicación. El Estado carece de un sistema de subsidios que, como los que rigen en Europa para la prensa o para la radio, auspicien la adopción de criterios diversos en la programación o en los actores y temas consultados por las emisoras?”* (ADC, 2009).

El alto nivel de concentración que se registra en el mercado mediático argentino influye también sobre la existencia de contenidos mediáticos diversos que representen el amplio espectro de culturas presentes en la sociedad.¹⁶ Numerosas normativas legales implementadas desde la década del '90 han coadyuvado a robustecer el grado de concentración presente en el sector infocomunicacional. Entre ellas es posible mencionar: el aumento en el número de licencias que puede concentrar un mismo licenciataria (se elevó de 4 a 24 por medio del Decreto 1005/99); la autorización para el establecimiento de redes privadas permanentes gracias al mismo decreto; la suspensión de venta de pliegos para servicios complementarios;¹⁷ la promulgación de la Ley de Bienes y Patrimonios Culturales;¹⁸ y la sanción del ya mencionado Decreto 527.

¹⁶ Así lo ha señalado la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Intereamericana de Derechos Humanos, que especifica que *“los monopolios u oligopolios en la propiedad de los medios conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad de voces, necesaria para que las personas ejerzan plenamente su derecho a la información.”* En la misma línea se inscribe la Declaración Conjunta Sobre Diversidad en la Radiodifusión, donde se subraya que *“la concentración indebida de la propiedad de los medios de comunicación, directa o indirecta, así como el control gubernamental sobre los mismos constituyen una amenaza a la diversidad de los medios.”*

¹⁷ La prohibición para el ingreso de nuevos operadores en el mercado de la televisión por cable se sancionó en el año 2000 bajo el argumento de una “emergencia administrativa” (Resolución 726-COMFER/00) por un plazo de 120 días, y fue luego renovada una y otra vez hasta el año 2006, convirtiendo en permanente la solución a una supuesta crisis transitoria. Por medio de la Resolución 1242/06, el COMFER inició el 20 de julio de 2006 una instancia participativa de elaboración de normas que estableció que no se venderán pliegos hasta tanto no se apruebe el “Reglamento para el acceso a las licencias y prestación de los servicios complementarios de radiodifusión”. Dicho reglamento se aprobó recién el pasado 13 de abril de 2009, por medio de la Resolución 275-COMFER/09. Es decir que, durante nueve años, se impidió el acceso de nuevos competidores en el mercado de servicios de radiodifusión por vínculo físico.

¹⁸ Esta ley establece un tope del 30% a la propiedad extranjera en medios de comunicación nacionales y un “salto” al mecanismo de *cram down* previsto en la Ley de Quiebras para las empresas nacionales de medios. Convalida, en cierta forma, el fuerte endeudamiento en dólares en el que habían incurrido los grandes multimédios durante la década del '90 en el exterior, con el objetivo de adquirir empresas competidoras y dominar el mercado.

“Sin una provisión de medios abierta y pluralista, se perjudica el derecho a recibir información”, señalan Mastrini y Becerra (2006). Sin embargo, los autores destacan que la existencia de una propiedad no oligopólica en el mercado de medios tampoco sería garantía suficiente para la diversidad. Así, es preciso asegurar una multiplicidad de contenidos en los medios de comunicación, que debe aparecer tanto en el nivel político (permitir la expresión de un conjunto de opiniones políticas), como cultural (asegurar que las diferentes culturas nacionales encuentren un canal de expresión) y lingüístico (relativo a la presencia de minorías lingüísticas).

Otro factor que incide en la existencia de contenidos diversos en los medios de comunicación es la centralización geográfica y la dependencia de la zona metropolitana de Buenos Aires como centro productor de programas. Un estudio del COMFER (2009) sobre televisión abierta en Argentina, centrado en los meses de diciembre de 2008 y enero y febrero de 2009, revela que el 70 por ciento de los contenidos que se emiten en el país son retransmisiones de los “canales de cabecera” porteños, principalmente de Canal 11 (46 por ciento) y Canal 13 (40 por ciento), repartiéndose el 14 por ciento restante entre los otros tres canales de aire metropolitanos. El informe afirma que no existen retransmisiones de las provincias hacia la capital ni de las provincias entre sí,¹⁹ lo que implica una fuerte unidireccionalidad de los contenidos emitidos por los canales de Buenos Aires.

De la comparación entre la programación y la estructura de propiedad, el documento señala que los canales públicos de todo el país (del Estado nacional, provinciales y universitarios) produjeron el 38 por ciento de sus programas, mientras que las emisoras privadas tuvieron un 21 por ciento de producción propia. Los canales privados generaron el doble de programas de ficción que los públicos, mientras que estos emitieron una mayor proporción de contenidos educativos (un 14 por ciento de su programación frente al 1 por ciento de los privados). En el informe se destaca que sólo se puede ver fútbol de manera gratuita allí donde llega por aire la señal de Canal 7 (que transmite partidos los días viernes), para lo que es preciso residir en una localidad que posea repetidora del canal estatal.

Como ya se señalara en la introducción de esta ponencia, muchos de los parámetros normativos para medir los niveles de acceso y diversidad en el sistema de medios en Argentina están siendo revisados y discutidos actualmente, a raíz de la presentación de la Propuesta de Ley de

¹⁹ Salvo por dos excepciones de la región patagónica donde el Canal 10 de General Roca Río Negro retransmite programación del noticiero del Canal 6 de Bariloche, y el Canal 7 de Rawson retransmite algunas horas de la programación del noticiero del Canal 9 de Comodoro Rivadavia (COMFER, 2009).

Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta iniciativa contempla, en relación con la diversidad de contenidos, aumentar los porcentajes obligatorios de producción nacional y propia en radio y televisión, con el objetivo de fomentar las industrias culturales locales; poner un tope del 30 por ciento diario a las emisiones en red para revertir la unidireccionalidad de contenidos desde las emisoras de cabecera hacia las del interior; regular sobre los derechos exclusivos de transmisión de acontecimientos de interés general, tales como el fútbol, para que no restrinjan el derecho a la información de la población; establecer una cuota de pantalla para el cine nacional a fin de que los canales de aire estrenen por lo menos seis películas nacionales por año;²⁰ y obligaciones sobre contenidos para los medios públicos; entre otras medidas.

4. A MODO DE CONCLUSIÓN

Sobre la base de lo desarrollado en este trabajo podemos decir que, si bien el acceso a las licencias de radiodifusión para distintos sectores sociales se encuentra permitido legalmente, han sido muy pocos los nuevos actores que accedieron a ellas a partir de la modificación del art. 45 de la Ley 22.285. No se han verificado políticas públicas que promuevan activamente la implementación de esta modificación legal que, de alguna manera, colisiona con otros impedimentos normativos (por ejemplo con el Decreto 527/05) y fácticos (la saturación del espectro en áreas conflictivas).

Aunque se han llevado adelante iniciativas tendientes a extender el acceso a los contenidos audiovisuales por medio de la instalación de repetidoras del canal estatal, son muchas las limitaciones que aún se comprueban para que el conjunto de la población vea satisfecho su derecho a una información plural y a contenidos audiovisuales diversos. No se registran políticas estatales que promuevan la diversidad de contenidos ni la descentralización geográfica de la producción audiovisual, y el alto nivel de concentración de la propiedad registrado en el sector infocomunicacional no hace sino agravar esta situación.

Todo sistema democrático precisa de la circulación múltiple y variada de información, para que la población pueda recurrir a distintas fuentes informativas y se encuentre en condiciones de tomar decisiones políticas con responsabilidad. Sólo contando con medios de comunicación

²⁰ Es preciso señalar que la propuesta de cuota de pantalla para el cine nacional es discutible, teniendo en cuenta que el mercado cinematográfico cuenta con diversas políticas de apoyo a la producción, distribución y exhibición a través del INCAA, mientras que no existen subsidios para la producción de contenidos específicos para radio y televisión.

democráticos, que transmitan información confiable y diversa, la sociedad estará en condiciones de debatir, proponer y actuar en el espacio público.

Es preciso cambiar la Ley de Radiodifusión vigente para llevar adelante numerosas reformas en pos de la democratización de las comunicaciones en Argentina, pero también será preciso contar con voluntad política para implementarlas. Mientras tanto, el acceso equitativo a los medios de comunicación para emitir y recibir información y la diversidad de contenidos necesaria para que la población ejerza su derecho colectivo a autogobernarse, lejos están de garantizarse.

Bibliografía

- Asociación por los Derechos Civiles (ADC), "Principles for a public interest communications environment: access and content diversity in Argentina", mimeo, 2009.
- Califano, Bernadette, "Política de Comunicación: regulación de la radiodifusión durante el gobierno de Néstor Kirchner y análisis de su representación a través de la prensa escrita", Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, mimeo, 2007.
- Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), "Informe de Contenidos de la Televisión Abierta Argentina, diciembre 2008 – enero y febrero 2009", Buenos Aires, 2009.
- Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín, *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires, Prometeo, 2006.
- Rossi, Diego, "Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados", Buenos Aires, CECSO - UBA, 2006.