

Investigación**Legislación y concentración mediática en la Argentina**

por

Luis Pablo Giniger

Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini (Argentina)

luispablo1@hotmail.com

Resumen

La Ley de Radiodifusión de nuestro país, dictada por la última dictadura militar, lleva ya 30 años de vigencia. Una norma que fue funcional a la Doctrina de la Seguridad Nacional y también a las sucesivas políticas neoliberales. No fueron pocas las voces que se alzaron en su contra en todos estos años, desde 1983 a esta parte se presentaron alrededor de 50 proyectos de ley que, en la mayor parte de los casos, durmieron en algún cajón del Congreso o transcurrieron sin pena ni gloria. A partir de algunas reformas, durante el período 1989-1999, en el que se desarrollaron los dos mandatos presidenciales de Carlos Menem, se relizaron modificaciones a la norma que reconfiguraron el mapa mediático. El alto grado de concentración, el poder casi monopólico de los multimedios y la marginación de las organizaciones sin fines de lucro fueron sus principales características. Nuestro país está todavía muy lejos de contar con un sistema de medios más solidario. El Estado tiene el derecho y el deber de ejercer su rol y garantizar la diversidad cultural y el pluralismo. El siguiente artículo plantea un recorrido por la legislación en materia de radiodifusión desde la última dictadura militar hasta el día de hoy. No pretende dar cuenta de todos los decretos y de cada una de las modificaciones a la Ley hechas en los últimos años, el objetivo de estas líneas es hacer un panorama del mapa mediático argentino y dejar la puerta abierta para las modificaciones necesarias.

Palabras claves: Medios de Comunicación; Radiodifusión; Legislación; Fuerzas Armadas; Concentración Económica; Monopolios; Cooperativas; Década '90; Argentina

Sobre el autor

Periodista, productor periodístico de “Marca de Radio”, el programa de Eduardo Aliverti en Radio La Red. Realizó colaboraciones para distintos medios entre ellos Radio Nacional y el Periódico Acción. Desde el año 2003 integra el Departamento de Comunicación del CCC y desde agosto de 2007 se desempeña como Coordinador del mismo.

Cómo citar este artículo

Giniger, Luis Pablo. "Legislación y concentración mediática en la Argentina". La revista del CCC [PDF]. Septiembre-Diciembre 2007, n° 1. Actualizado: 2007-10-08. Disponible en Internet: <http://www.centrocultural.coop/modules/revista/pdf.php?que=1&id=11>. ISSN 1851-3263.

Cuando la ley justifica los medios

Hace veintisiete años que la Ley de Radiodifusión está vigente. El dato en sí no tendría mayor significación si no fuera porque se trata de un decreto de la última dictadura militar que, en el marco de la Doctrina de la Seguridad Nacional, hizo de la comunicación un sistema funcional a sus intereses.

No fueron pocas las voces que se alzaron en su contra en todos estos años, sobre todo desde la vuelta a la institucionalidad democrática en 1983. Desde entonces se presentaron alrededor de 50 proyectos de ley que, en la mayor parte de los casos, “durmieron” en algún cajón del Congreso o transcurrieron sin pena ni gloria.

Esta situación no describe la ausencia de políticas públicas en la materia, por el contrario, fueron muchas las medidas tomadas y todas –o casi todas- sirvieron para profundizar el modelo vigente. Empujados por el clima social, cada uno de los presidentes que gobernó en este cuarto de siglo prometió la sanción de una nueva Ley que contemplara los reclamos de democratización y pluralismo de la sociedad Argentina.

El sistema de medios ideado por la Ley 22.285 estableció en su momento la distribución equitativa de canales de televisión y emisoras de radio entre las tres Fuerzas Armadas: el Ejército, la Marina y la Fuerza Aérea. Ese esquema servía -en teoría- para garantizarle a la Junta Militar el estricto control de los contenidos que iban a emitirse en una Nación que, según sus propios términos, debía cuidarse de la infiltración marxista y las ideas foráneas. De la misma manera, y en virtud de la misma ley, el 22 de agosto de 1981 se crea el comfer (comité federal de Radiodifusión), con la supuesta misión de velar por los intereses de la sociedad argentina en materia de radiodifusión. A tal punto el organismo respondía a los intereses de la Junta Militar, que debía estar presidido por un integrante de cada una de las fuerzas armadas.

Hasta entonces, los medios de comunicación podían ser privados o estatales, en ningún caso podían estar en mano de cooperativas u organizaciones sociales sin fines de lucro y debían ser argentinos.

La última dictadura militar instaló mucho más que un sistema de opresión y terror. Fue el instrumento para desarrollar un fenomenal proceso de reconversión política y económica que llegó a su cumbre en la década del 90 con las privatizaciones, los despidos masivos, la flexibilización laboral, la desregulación de la jubilación y las obras sociales y la entrada de los grupos financieros internacionales.

En lo que hace a la radiodifusión, los primeros cambios se dieron luego del triunfo de Raúl Alfonsín en 1983, pero el gran quiebre llegó con la década del 90. Al igual que en el resto de América Latina, se privatizaron los canales y emisoras de radio que aún permanecían en manos del Estado y se fueron constituyendo en grandes multimedios de propiedad nacional o extranjera. Un gran cambio, ya que hasta ese momento la legislación argentina era muy rígida en cuanto a la imposibilidad de conformar grupos y al origen del capital.

En todos estos años, la Ley 22.285 sufrió muchísimas modificaciones, sobre todo en los artículos que refieren a la propiedad de los medios de comunicación. La flexibilidad obtenida a partir de estos cambios permitió a las empresas de información y entretenimiento vincularse a las multinacionales, un paso imprescindible a la hora de abrirse camino hacia los nuevos negocios que brindaba la tecnología.

Del lado de los postergados quedaron aquellos que, sin las posibilidades que otorga el gran capital, insisten en querer comunicar desde una visión social y solidaria. Las cooperativas, por ejemplo, fueron durante muchos años el patito feo. Recién a partir de una reforma del artículo 45° de la Ley 22.285, de agosto de 2005, fueron habilitadas para gestionar medios de comunicación. Sin embargo, la reforma no fue completa, el texto del nuevo artículo excluye a las cooperativas de servicios públicos, precisamente las que están en mejores condiciones para brindar servicios de radiodifusión y adaptarse a las nuevas tecnologías.

Rápidos para los negocios

A comienzos de la década del 90 se sanciona en los Estados Unidos una norma clave para el proceso de conformación de multimedios: la Ley de Telecomunicaciones, que posibilitó la fusión de medios masivos de comunicación que hasta ese momento no podían hacerlo.

Para Guillermo Mastrini y Martín Becerra, “en las últimas décadas es posible identificar cuatro procesos que intervienen para cristalizar el ordenamiento económico de la información y la inversión de las lógicas de desarrollo tradicionales del sector: en primer lugar, el salto tecnológico auspiciado por la convergencia de soportes y mecanismos de distribución en la esfera de la información y la comunicación; en segundo lugar el deterioro o desmantelamiento de las empresas y entes públicos; en tercer lugar, las estrategias de mundialización de los grandes actores del mercado en todo el planeta y en cuarto lugar, la expansión de la publicidad como mecanismo privilegiado de financiamiento de estas actividades”.¹

Es muy difícil analizar a los multimedios sin tener en cuenta su estrecha vinculación con emprendimientos de la industria o las finanzas. En realidad, la fusión de distintos medios de comunicación con empresas de rubros totalmente distintos tiene que ver con la necesidad de potenciar y multiplicar el volumen de negocios y expandirse hacia nuevos mercados, gracias a las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías.

Esta dinámica hizo que, en materia de comunicación, los movimientos empresariales se anticipen a la legislación. Según una investigación realizada por el Instituto de Prensa y Sociedad –con sede en Lima– “la dificultad por parte de los Estados latinoamericanos para establecer políticas claras que favorezcan algún grado de participación de la sociedad es

un factor histórico. Puede afirmarse que ha sido el mercado el que ha fijado de hecho las principales estrategias en el sector infocomunicacional para que, con posterioridad, el Estado ajustara el marco regulatorio a dicha situación². En el caso específico de nuestro país, y a pesar de las restricciones, las grandes cadenas de televisión norteamericanas fueron encontrando espacios por donde colarse. En un principio los tres canales de Buenos Aires tuvieron una relación directa con la programación de las cadenas ABC, NBC y CBS. Fue el comienzo de la incorporación a gran escala de contenidos provenientes del exterior, principalmente de Estados Unidos, a los que hoy estamos tan acostumbrados y vemos con tanta naturalidad.

Y entonces fueron los multimedios

El período 1989-1999, en el que se desarrollaron los dos mandatos presidenciales de Carlos Menem, fue el de las grandes reformas y la reconfiguración del mapa mediático. El alto grado de concentración, el poder casi monopólico de los multimedios y la marginación de las organizaciones sin fines de lucro fueron sus principales características. A eso debemos sumarle un sistema de medios públicos absolutamente vaciado y subestimado.

Al poco tiempo de asumir Menem, y en el marco de la llamada Ley de Reforma del Estado (23.696), se decidió la modificación del artículo 45° de la Ley de Radiodifusión y se configuró la base de lo que terminaría siendo la privatización de los medios de comunicación estatales. Fue como repartir una torta en la que hubo muchas porciones para las grandes empresas y nada para las organizaciones sin fines de lucro. No hubo entonces ningún tipo de modificación a favor de las cooperativas, ya que se mantuvo en el texto del artículo 45° el veto a que el capital social pudiera administrar un canal de televisión o una radio. Sin embargo, tiempo después, se hizo una excepción: con la Resolución 858/90 del COMFER, se agregó a la Iglesia Católica Apostólica Romana en la categoría de personas estatales, con capacidad para ser titulares de licencias de radiodifusión.

A partir de este proceso, hoy tenemos en nuestro país dos grupos económicos que concentran la mayor parte de los medios de comunicación: el Grupo Clarín y el Grupo ADMIRA (Telefónica de España).

El origen del Grupo Clarín en realidad se remite a la fundación del diario del mismo nombre, en la década del 40. Su incursión en la radio y la TV recién se produjo a mediados de la década del 80, con la compra de Radio Mitre y, desde allí, inició un proceso de expansión que aún continúa.

En el año 2000, ya conformado como gran multimedios, se vendió el 18% por ciento de todo el Grupo a la financiera norteamericana Goldman Sachs por 500 millones de dólares.

Su diversificación en negocios e inversiones va mucho más allá de lo estrictamente comunicacional. Entre otras cosas maneja el negocio de Direct TV con la empresa Hughes, de General Motors; parte de sus medios gráficos con Techint, una de las grandes beneficiadas tras las privatizaciones (electricidad, gas, petróleo, siderurgia, peajes, etc.); parte de la televisión del interior con el Grupo Mas Tec (fundado por el anticastro Mas Canosa), y otras iniciativas similares.³

Por su parte, el grupo Admira es el resultado del desmantelamiento del CEI. El Citicorp Equity Investments nació en 1992 prácticamente como un emprendimiento financiero, pero rápidamente se fue convirtiendo en uno de los grupos que más disposición mostró para acompañar la gestión y los sucesivos intentos de re-reelección de Carlos Menem. Raúl Moneta, por entonces titular del Banco República y amigo personal del caudillo riojano, al poco tiempo integraba la conducción del Grupo⁴.

Seis años después de su conformación, el grupo ya poseía varios canales de cable y de televisión abierta, entre ellos TELEFÉ (por el que pagó 1200 millones de dólares), seis canales del interior y, el 50% de Canal 9 y sus cuatro canales asociados del interior. Además controlaba las radios La Red y Continental y la editorial Atlántida. Un año más tarde, en 1999, el CEI de Moneta, Tom Hicks (empresario petrolero amigo de George W. Bush) y el Citibank era el grupo más poderoso de la Argentina, con un patrimonio declarado de 3200 millones de dólares.⁵

Con la salida del menemismo, el CEI se disolvió y la mayor parte de sus acciones fueron compradas por Telefónica de España. Buena parte de los medios no absorbidos por Telefónica terminaron formando parte del Grupo Hicks, Muse, Tate & Furst Incorporated (HMT&F), de neto capital norteamericano.

Poco antes de abandonar el poder, Carlos Menem impulsó un nuevo decreto, el 1005/99, que dio marco legal a una situación que ya existía de hecho: la gran concentración de la propiedad de los medios. Algunos de los puntos incluidos en el decreto fueron:⁶

- * El ingreso de capitales extranjeros: se autoriza para los casos de capitales de países con Tratados de Reciprocidad firmados con la Argentina y se elimina el requisito de diez años de residencia para socios extranjeros.
- * Se amplía el número de licencias por operador de 4 a 24 en el país, facilitando la concentración en pocos operadores (multimedios).
- * Se autorizan las cadenas permanentes de transmisión, lo que significó la posibilidad de programar un solo producto para todo el país al mismo tiempo.
- * Se elimina la restricción publicitaria horaria de 12 y 14 minutos para televisión y radio, respectivamente, autorizando su distribución en bloques de tres a seis horas de programación.
- * Se autorizan las transferencias de licencias facilitando la compra-venta de medios y haciendo muy difícil el seguimiento de los compromisos de los licenciarios al servicio.

Algo más que dejar hacer

En 1999, Fernando De la Rúa asumió el gobierno con varias promesas en el bolsillo. Una de ellas era sancionar en poco tiempo una nueva Ley de Radiodifusión. No lo hizo. Sin embargo, las primeras medidas del presidente en materia de medios de comunicación no se hicieron esperar demasiado: una de ellas fue el veto -mediante el Decreto 152/99- de la Ley N° 25.208 promulgada el 24 de noviembre de ese año por la gestión de Menem. Se trataba de la conformación de una sociedad estatal, no gubernamental, controlada por el Congreso, a cargo de la administración de Argentina Televisora Color (ATC - Canal 7), Radio Nacional, el (SOR) Servicio Oficial de Radiodifusión y la RAE (Radiodifusión Argentina al Exterior). El argumento fue que su puesta en práctica sería imposible.

Paradójicamente, en enero de 2001, el mismo De la Rúa creó a través del decreto N° 94/01 el Sistema Nacional de Medios Públicos, conocido como multimedios oficial, para integrar el SOR, Canal 7 y la Agencia de Noticias TELAM⁷. No hubo otras medidas resonantes hasta la llegada de Néstor Kirchner al poder. La “Era K” también comenzó con promesas de una nueva Ley de Radiodifusión... tampoco pasó nada y más que cambios en la materia hubo ratificaciones: “A los pocos días de asumir el presidente Néstor Kirchner, el Senado de la Nación aprobó la modificación legislativa que impide a capitales extranjeros poseer más del 30% de la propiedad de estas industrias culturales (la disposición, según el artículo segundo de la ley, no se aplicará a los medios que, previamente a su sanción, tuvieran una presencia mayor de capitales extranjeros). Esta mal llamada ley de defensa de las industrias culturales se limita a evitar que aquellos grupos que aún no habían quedado en manos del capital extranjero serán absorbidos por sus acreedores externos por no pagar. Así el Estado convalida deudas asumidas para sostener el proceso de concentración de la propiedad, no establece una política a futuro y se limita a resguardar las posiciones de un selecto grupo de empresarios sin siquiera establecer alguna compensación”⁸.

Lo que se conoció como Ley de Industrias Culturales era en realidad un anhelo de los principales multimedios argentinos, sobre todo, de los de capital nacional. Mucho se habló de la relación de los medios de prensa y el poder político, pero más allá de todo tipo de especulaciones lo cierto es que esta ley benefició a estos grupos y fijó nuevas normas en cuanto al origen de la propiedad, aunque sin complicar a los grupos extranjeros radicados en el país con anterioridad a la ley.

La sorpresa la dio la Corte Suprema de Justicia cuando dictó, en el año 2003, la inconstitucionalidad del artículo 45° de la Ley 22.285, que impedía que las cooperativas fueran propietarias de medios de comunicación. Pero para que esta medida entrara en vigencia era necesaria la intervención del Congreso y fue recién en agosto de 2005 que se votó la modificación del artículo 45° de la Ley de Radiodifusión, permitiendo que las organizaciones sin fines de lucro brinden ese tipo de servicios (Ley 26.053 de sustitución del artículo 45° de la Ley N° 22.285). Sin embargo, nuevamente, la reforma fue a medias y quedaron fuera del texto las cooperativas de servicios públicos, precisamente las únicas en condiciones de dar la prestación a nivel competitivo.

En mayo de ese mismo año, el presidente Néstor Kirchner había sancionado la medida probablemente más polémica en materia de radiodifusión impulsada durante su mandato: el decreto 527 por el que se suspendió por 10 años el cómputo del plazo de licencias a los gerenciantes de los principales medios de comunicación, otorgándoles, de hecho, el usufructo por 25 años.

Durante el gobierno de Néstor Kirchner, las compras, las ventas, la extranjerización y la conformación de nuevos grupos de medios se mantuvieron con el mismo ritmo de siempre. En el año 2004, por ejemplo, se realizó una de las operaciones más importantes vinculada al negocio de los medios de comunicación: la que encabezó el empresario Daniel Hadad con la compra de Canal 9.

El interés del empresario por los medios de comunicación comenzó en 1997, cuando adquirió de manera poco clara la AM 710 (Radio Municipal). Con la compra del canal 9 sus negocios se expandirían hasta lograr conformar un grupo que incluía, además de Radio 10 y FM La Mega, la revista *La Primera*, el diario InfoBAE, tres emisoras del interior (Mar del Plata, Resistencia y Paraná) y el portal de internet Infobae.com. A comienzos de 2007, Daniel Hadad vendió el 80% de Canal 9 a un empresario mexicano, Ángel González, en una operación de más de 70 millones de dólares.

De la misma forma, el empresario Francisco De Narváez, también de origen menemista, pudo consolidar un importante grupo de medios durante el gobierno de Kirchner. El heredero de Casa Tía es hoy propietario de *El Cronista Comercial*, Radio “La Red” y el canal de televisión abierta América TV, entre otros medios de comunicación.

Estos negocios y movimientos económicos no fueron clandestinos y el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), encargado de fiscalizar los medios argentinos, apenas si acusó recibo de estas maniobras y del origen de los fondos con los que se realizaron estas operaciones.

El camino por recorrer

No todo fue complicidad y connivencia en estos años. Muchos de los casi 50 proyectos que se presentaron para cambiar la Ley de Radiodifusión buscaban cambios significativos y la sanción de una norma que asegurara mayor democracia, equilibrio y pluralismo en materia de comunicación. El Proyecto de Ley General de Radiodifusión del Diputado Floreal Gorini⁹, por caso, se distingue claramente de la actual Ley 22.285 y de sus últimas reformas. En su art. 48° propone, en relación a la propiedad y la prestación de licencias de radiodifusión, que podrán ser propietarios “las personas físicas o jurídicas de cualquier naturaleza”. Y su artículo 1° sostiene que “en ningún caso configurarán monopolio las

cooperativas, mutuales y demás entes constituidos mediante la asociación de usuarios de los servicios previstos en esta ley”¹⁰.

Resulta paradójico pero uno de los argumentos por los cuales las cooperativas de servicios no pueden prestar radiodifusión es para evitar el monopolio. Frente a este panorama, dominado por los grupos económicos, queda un margen muy pequeño para quienes desean competir desde emprendimientos más modestos u organizaciones sin fines de lucro.

El hecho de que todavía hoy una cooperativa local que brinda prestaciones de telefonía o electricidad no pueda ofrecer servicios de radiodifusión, se ha convertido en el reclamo central del sector cooperativo que espera con ansiedad una señal del gobierno en este sentido.

Recientemente Osvaldo Nemirovski, Diputado Nacional del Frente para la Victoria por la provincia de Río Negro, insistió con la voluntad que tiene el gobierno nacional por terminar con la ley de la dictadura. De hecho, Nemirovski, en su calidad de presidente de la Comisión de Comunicaciones de la Cámara baja, elaboró las líneas centrales de lo que puede llegar a convertirse en el proyecto oficial de Ley de Radiodifusión, ya que el Poder Ejecutivo lo estaría analizando y complementando.

Para el equipo que trabaja en el borrador, del que participan incluso miembros del Gabinete, la nueva Ley mantendría el espíritu con el que fueron realizadas las últimas reformas, como las del artículo 45°. El mismo Nemirovski dejó trascender los puntos centrales del proyecto en estudio¹¹:

- Se contemplarían tres modelos de gestión de la radiodifusión: estatal, privada con fines de lucro y privada sin fines de lucro.
- Se prevé la creación de un nuevo organismo de aplicación en reemplazo del Comfer, que diseñará y aplicará el Plan Técnico, hoy en manos de la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC).
- Otorgar más participación al sector público y a la economía social. En ese sentido el objetivo es frenar el proceso de concentración y democratizar las frecuencias en un espacio que contemple a las cooperativas, mutuales, radios comunitarias y sindicatos.
- Se limitarían la cantidad de licencias para un mismo grupo económico. Actualmente una misma empresa puede contar hasta con 24 licencias de radio o TV.
- Creación de la figura del Ombudsman cuya tarea central es el monitoreo de los medios, no –como aclara Nemirovski- censurar los contenidos.
- Se incorporan a las frecuencias radioeléctricas como patrimonio común de la humanidad y, por ese motivo, deben ser administradas por el Estado.
- Se desarrollará la idea de contar con un sistema de medios estatales públicos, no gubernamentales.
- Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro.

Nuestro país está todavía muy lejos de contar con un sistema de medios más solidario. Como señala la Coalición XXI, Iniciativa Ciudadana por una Ley de Radiodifusión para la Democracia,¹² “El Estado tiene el derecho y el deber de ejercer su rol y garantizar la diversidad cultural y el pluralismo comunicacional. Eso implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión”.

Democracia es sinónimo de multiplicidad de voces y el modelo de concentración de la propiedad de los medios de comunicación, inaugurado en la década del 90, fomenta la unidireccionalidad de los mensajes y de la información.

Quizás uno de los problemas principales que se debe enfrentar es la cuestión del acceso a los servicios de telecomunicaciones que, en la región, es todavía muy reducido. “En la década del 90 se verificó un aumento en relación a la cantidad de líneas existentes en la región, pero las cifras aún son muy inferiores a las de los países centrales. Este dato cobra mayor importancia si se consideran los discursos existentes que proclaman el advenimiento de una Sociedad de la Información, donde la conectividad constituye un elemento central en la obtención / construcción de la ciudadanía”¹³

Por otro lado es muy difícil deshacer de un día para otro el camino recorrido durante 25 años. Los medios de comunicación forman parte del bloque dominante y resulta complejo pensar en construir contrahegemonía prescindiendo de ellos.

A esta altura deberíamos haber aprendido la lección. En nuestro país la experiencia de los multimedios estuvo, y sigue estando todavía, atravesada por el monopolio, la corrupción y hasta el lavado de dinero. Es cierto que no se trata de un fenómeno extendido a todas las provincias del país, pero está muy instalado en las más grandes y, por lo general, éstas arrastran a las más chicas en tendencia y en contenidos.

El Estado no ha permanecido ausente de todo este proceso, al contrario, ha hecho lo necesario para favorecer, desde el punto de vista de la legislación y las normas, la concentración y la uniformidad en los contenidos. En todo caso lo que faltó es una política de Estado que comprenda y estimule a la radiodifusión como servicio público en función de las necesidades populares.

La sociedad no debe ni puede dejar de exigir que el Estado ocupe su lugar y asuma la defensa del derecho de los argentinos por una comunicación democrática. Pero al mismo tiempo, desde los distintos sectores que conforman el

campo popular, es importante estimular la creación de medios de comunicación propios que contribuyan a reflejar una realidad que no tiene pantalla en la CNN, en los programas de concursos ni en Gran Hermano.

¹ Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín: “50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala”. Material de la Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación, Cs. Sociales. UBA.

² Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín. “Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina”. Buenos Aires: Prometeo libros: Instituto Prensa y Sociedad, 2006.

³ Ver mapa de medios al final del artículo.

⁴ Giniger, Luis Pablo. “Los dueños de la palabra. Panorama sobre la propiedad de los medios de comunicación”. Cuaderno de Trabajo N°35, Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, enero de 2004.

⁵ Anguita, Eduardo. “Grandes hermanos. Alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información”. Editorial Colihue, Buenos Aires, febrero de 2003.

⁶ Mastrini, Guillermo. “Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)”, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, marzo de 2005, p. 82.

⁷ *Ibid.*, pp. 290-291.

⁸ *Ibid.*, pp. 21-22.

⁹ GLEIZER, Aarón. “La cooperación en los albores del tercer milenio. Diagnóstico y propuestas”, en *Revista del Instituto de la Cooperación*, N° 131/2001, p. 107.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *La Gaceta de Cooperar*. Edición N° 8. Año 2, julio /agosto de 2006., pp. 4 y 5.

¹² <http://www.coalicion.org.ar/>

¹³ Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín. “Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América latina”, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2006, p.296.