

Análisis comparativo de las legislaciones audiovisuales de Argentina y España

Resumen:

El planteamiento de esta investigación es realizar un análisis comparativo de las legislaciones audiovisuales desarrolladas recientemente en Argentina y España. Ambos países han desarrollado una nueva normativa legal tras años arrastrando una política audiovisual creada al amparo de la dictadura, en el caso argentino, y tras la ausencia acusada de una ley que aglutinase el conjunto de normas dispersas existentes y en constante cambio en torno al audiovisual en el caso español. Asimismo, en los dos casos han sido gobiernos autodenominados de centro-izquierda los que han impulsado el debate y la gestación de estas nuevas disposiciones legales. El estudio se centra en concreto, en el análisis de la ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual de fecha 31 de marzo, de España y la ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de fecha 10 de Octubre de 2009, de Argentina, así como en el estudio de los procesos de formulación de ambas políticas. El “policy-making” en ambos países ha sido sustancialmente distinto: mientras en Argentina el debate ha movilizado a gran parte de la sociedad civil, en España tan solo los profesionales, los académicos y las empresas involucradas, con un rol diferente a lo largo del proceso, se han hecho eco de la tramitación. El objetivo es estudiar esta forma distinta de gestión en la fase del “policy-making” así como establecer analogías y diferencias en las disposiciones finales de las nuevas normativas en lo que a democratización y pluralismo de medios se refiere.

Palabras clave: Argentina, España, Ley, Audiovisual, Policy-making

1. Introducción

Algunos autores subrayan que vivimos en un contexto de “*governance*” internacional y que la idea de soberanía nacional clásica habría sido de algún modo sobrepasada (Crusafon, 2001; Chakravarty y Sarikakis, 2006), pero no puede negarse que el sistema internacional siga siendo un escenario de Estados. En este sentido, pensamos que la comparación de políticas públicas recientes entre países puede resultar muy fructífera, siempre y cuando no se elimine la especificidad nacional y sin olvidar las directivas supranacionales a las que deben adaptarse. El planteamiento de esta investigación es realizar un análisis comparativo de las legislaciones audiovisuales desarrolladas recientemente en Argentina y España.

Siguiendo a Alborno (2011), el contexto actual en el que ambas políticas se han gestado está marcado por la “desregulación” o también llamada “reregulación” normativa, la concentración empresarial a gran escala, el crecimiento de la producción, la difusión y el consumo de múltiples flujos de contenidos culturales y la internacionalización de capitales, agentes y contenidos. Es por este motivo por el que algunos autores (Crusafon, 2001; Chakravarty y Sarikakis, 2006) piensan que ahora el verdadero tablero de juego se sitúa en el plano internacional de la “governance”. La impronta de este escenario transnacional, se ha debido fundamentalmente al hecho de que la década de los años noventa se caracterizó, en materia de legislación en comunicación internacional, por una tendencia a la liberalización del sector. Al respecto, García Canclini señala: “a medida que las industrias culturales transnacionales se apropian de los ámbitos estratégicos de la vida pública, la cultura se privatiza y sufre un proceso de desresponsabilización respecto del interés social y las desigualdades” (García Canclini, 2000: 53). Por lo tanto, no podemos olvidar que el contexto sigue siendo un escenario de estados y que la democracia solo puede garantizarse por el ordenamiento interno de cada uno de los estados-nación. De este modo, pensamos que dirigir el foco de investigación a las políticas públicas de éstos sigue siendo imprescindible: son la base de la democracia y la política social.

2. Argentina y España. Sistemas mediáticos comparados

Hallin y Mancini (2008) han puesto de manifiesto la mutua relación que se establece entre los modelos de Estado y de gobierno, y la configuración de los sistemas de medios en distintos países.. Más concretamente, establecen tres modelos de sistemas de medios (pluralista polarizado, democrático corporativo y liberal) y correlacionan los sistemas políticos con los sistemas mediáticos a través de cuatro dimensiones: la estructura de los mercados de medios, el grado y forma de paralelismo político, el desarrollo del profesionalismo periodístico y la intervención del estado en el sistema de medios.

En este esquema los investigadores sitúan a España dentro del modelo mediterráneo o pluralista polarizado, caracterizado por la integración de los medios de comunicación en la política de partidos, un papel activo del Estado en el sistema mediático, un desarrollo histórico relativamente débil de los medios de comunicación comerciales y, también, un nivel de profesionalización menor del periodismo. Argentina sigue el patrón señalado por Hallin y Mancini para América Latina (2007): la prensa nació con el colonialismo y posteriormente, tras la independencia, se convirtió en un instrumento de propaganda política; sin embargo la difusión de diarios siempre fue amplia a diferencia de los países del sur de Europa donde se reservaba la prensa para una

élite urbana relativamente reducida. La implantación de la televisión privada sí tuvo una clara influencia norteamericana. Otro rasgo en común con el caso español es el hecho de que la intervención pública en Argentina ha sido también históricamente considerable, hasta tal punto que la estabilidad financiera de la mayoría de los medios depende de la publicidad institucional.

3. Objetivos de investigación

En principio podría pensarse que el hecho de que ambas políticas se hayan desarrollado en un contexto de crecimiento exponencial de corporaciones de medios, prácticamente en el mismo intervalo temporal y cuyos impulsores han sido en ambos casos gobiernos autodenominados de centro-izquierda, haya desembocado en dos legislaciones influenciadas por la tradición normativa en la configuración de políticas de comunicación, con un marcado carácter democratizador y forjadas en un debate público de máxima intensidad. Lo que el estudio comparado va a permitir es conocer si realmente el proceso del policy-making y las disposiciones finales se han acercado en ambos casos a lo que podría ser esta idea inicial, o por el contrario y en la línea de Freedman (2006) la participación pública y el debate parlamentario son marginados por una relación entre la industria y el gobierno que está marcada por su intimidad, falta de transparencia y objetivos compartidos. Para llevar a cabo el análisis señalaremos los pilares básicos de una política de comunicación democratizadora para sobre esos puntos clave establecer la comparación entre ambas legislaciones desde un punto de vista descriptivo.

Pensamos que la idea de que la elaboración de la política contemporánea de medios es un modelo de transparencia y responsabilidad es errónea. No cabe duda de que a pesar de que es innegable que el número de “grupos de interés” en torno a la elaboración de políticas públicas ha crecido en los últimos años, la amenaza más grande a la transparencia en la elaboración de políticas deriva de la continua e íntima relación entre los intereses corporativos y los diseñadores de políticas del gobierno (Freedman, 2006). Siguiendo a Cuilenburg y McQuail: “el contenido específico de las políticas gubernamentales (o públicas) son un reflejo del trato hecho en un tiempo y lugar determinado y el balance de poder entre el gobierno y la industria” (Cuilenburg y McQuail, 2003: 182).

4. Parámetros para el análisis comparativo

El espacio público, en su acepción habermasiana, requiere reglas estables y claras. La regulación debe garantizar las condiciones necesarias para el proceso de formación de una opinión pública libre, las condiciones de calidad, apertura y pluralismo propias de un debate

democrático (Barata Mir, 2006). Instituciones y reglas destinadas a establecer unas condiciones de acceso y permanencia en la esfera pública acordes con los requerimientos de una sociedad libre, democrática y pluralista. En este sentido, nos limitaremos a enunciar de manera sucinta y concisa aquellos elementos que consideramos más relevantes en la elaboración de una legislación audiovisual que pretenda democratizar el sistema mediático salvaguardado el pluralismo y la diversidad de ideas.

Los argumentos que se exponen parten fundamentalmente de distintos textos legales, están en consonancia fundamentalmente con los principios de la Convención Europea de Derechos del Hombre y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Posteriormente estos aspectos serán tomados como base para realizar el análisis comparativo de ambas legislaciones.

En primer lugar, los principios básicos sobre los que debe estructurarse el derecho del audiovisual son las libertades de expresión, información y comunicación, derechos humanos fundamentales, reconocidos por tratados internacionales, que deben ser garantizados como tales por todos los Estados democráticos. Estos derechos, incluido el acceso justo y equitativo a los medios de comunicación, deben protegerse y extenderse en el contexto de los rápidos cambios en las tecnologías de la información y de la comunicación; motivo por el cual una regulación actual deberá contemplar los servicios de comunicación audiovisual en sentido amplio, más allá de la concepción tradicional del espectro radioeléctrico.

Por otra parte, resulta significativo analizar cómo una ley contempla diferentes tipologías de servicios en atención a la diversidad de operadores: los servicios públicos, los servicios comerciales, los servicios comunitarios y los servicios del tercer sector. En principio parece recomendable en términos de pluralismo y diversidad, que una ley del audiovisual contemple tres tipos distintos de operadores y establezca las tareas propias de los operadores públicos y las limitaciones y condiciones relativas a los operadores comerciales. Finalmente un espacio propio debería ser reservado tanto para los operadores privados sin ánimo de lucro, el tercer sector, como para los operadores comunitarios, aquellos que atienden las necesidades culturales y sociales específicas de determinados grupos sociales (AMARC-ALC, 2010).

Es importante también estudiar las condiciones de acceso a la categoría de operador. La obtención previa de una licencia o de una autorización es condición indispensable para el ejercicio de la actividad puesto que es una prerrogativa propia del poder público ordenar el ejercicio privado de la actividad en el supuesto de recursos escasos o limitados. Dado el ámbito sobre el que recae el objeto de la licencia, el ejercicio de libertades esenciales para la

democracia, permite entender por qué algunos estados miembros de la Unión Europea han atribuido este poder a autoridades independientes. Un poder de adjudicación que luego debe complementarse con las funciones necesarias para preservar las condiciones de la adjudicación. El procedimiento de adjudicación de las licencias debe estar disciplinado por reglas y principios específicos partiendo de los principios de pluralismo y diversidad y preservación de las condiciones de formación de una opinión pública libre.

La adjudicación de las licencias mediante un sistema que garantice la publicidad y competencia, esto es la transparencia de los criterios de adjudicación y el carácter competitivo del proceso obliga posteriormente a otorgar relevancia a las ofertas presentadas por los concursantes. Así posteriormente los operadores que hayan obtenido la licencia se encuentran vinculados por las ofertas realizadas y estas adquieren la naturaleza de compromisos u obligaciones. Unas obligaciones que vinculan y que hay que respetar, consecuentemente deberá atribuirse a la autoridad de regulación el poder de velar y garantizar el cumplimiento de estos compromisos que normalmente suponen más obligaciones de las estipuladas por el legislador. Compromisos que afectan tanto a la composición accionarial como a determinados contenidos, tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo, programas infantiles, producción propia, tipología de los informativos, contribución a las industrias culturales, tipología de géneros, entre otros. Así mismo, deberá garantizarse el carácter temporalmente limitado de las licencias y las condiciones para su renovación, condición necesaria para preservar el carácter abierto del espacio público.

Una vertiente específica de la garantía efectiva del pluralismo es la limitación de las concentraciones más allá de las reglas propias del derecho de la competencia (Mastrini, Becerra, D'Alessandro, Mattelart, y Arbilla, 2006). La garantía de la diversidad cultural suele efectuarse estableciendo obligaciones de producción o financiación de obras regionales, nacionales, locales y de obras independientes. Por otra parte, es importante analizar a quién corresponde la tarea de garantizar el respeto a las reglas, principios y obligaciones que en una democracia ordenan el espacio público de comunicación. En el caso europeo, la emergencia de operadores privados en el momento de la desaparición de los monopolios públicos de radiodifusión ha ido generalmente acompañada de la creación de autoridades desvinculadas del poder de dirección de los gobiernos e independientes de los poderes mediáticos y económicos. De hecho, la creación de una autoridad de regulación independiente es en la actualidad una exigencia impuesta por la Directiva SCA (2007). En los casos país analizados, hasta la sanción de las leyes objeto de estudio, ni Argentina ni España contemplaban la creación de una autoridad audiovisual independiente por lo que parecería relevante la creación de una figura de garante de las reglas,

un regulador independiente de los poderes gubernativos y de los poderes mediáticos en ambos casos. Es importante analizar su diseño institucional del que posteriormente derivará su legitimidad y credibilidad.

Partiendo de las especificidades del sector debería configurarse una autoridad en la que todos los poderes de decisión se encomendarán a un órgano colegiado (Rallo Lombarte, 2000) formado por personas de reconocida y acreditada experiencia profesional en relación con los medios de comunicación. Un colegio que reúna una diversidad de saberes, un pluralismo político y social y un pluralismo de géneros; un órgano que debería renovarse por partes y con sus miembros sometidos a un riguroso régimen de incompatibilidades y con la duración del mandato estrictamente limitado. Un órgano que funcione necesariamente en pleno cuando de competencias resolutorias se trate, sin perjuicio de la existencia de comisiones para el estudio y análisis previo de las decisiones a adoptar. Una autoridad con competencias relativas a la garantía del pluralismo, a la supervisión de las misiones de servicio público propias de los operadores públicos y finalmente aquellas competencias necesarias para velar por el respeto a las reglas de juego, para garantizar un espacio público abierto y plural. Esto es, poderes normativos –instrucciones-, poderes relativos a la adjudicación de licencias -establecimiento de los criterios detallados, convocatoria de los concursos y adjudicación- y a su renovación, poderes de supervisión de la actividad privada -órdenes de cesación de actividades prohibidas, potestades de inspección y sanción-, poderes en materia de control de concentraciones, capacidad de coregulación y fomento de la autorregulación.

Por otra parte, el espacio público audiovisual constituye un lugar en el que la libertad de expresión y la libertad de información están en permanente confrontación con otro haz de derechos y libertades. La articulación de estos equilibrios requiere delimitar el ámbito de unos y otros para prevenir y resolver controversias. En este sentido hay algunas cuestiones fundamentales que toda ley del audiovisual debería contemplar como las limitaciones en materia de contenidos, en general, como por ejemplo las prohibiciones de incitación al odio, por razones, de origen racial o étnico, religión o nacionalidad; la obligación de veracidad informativa, la protección de los derechos de privacidad y protección de la propiedad intelectual; la protección de los consumidores mediante la limitación de la publicidad obligando a separar los contenidos editoriales y publicitarios, estableciendo condiciones al emplazamiento de producto, prohibiendo el patrocinio de determinados programas. En cuanto a la protección de los menores debería contemplarse la prohibición expresa y absoluta de la violencia gratuita y la pornografía; o el

establecimiento de sistemas de señalización de programas y de franjas horarias para los otros tipos de programas.

5. Análisis de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual

En el caso argentino los cambios introducidos por la nueva ley son tan importantes como el proceso de elaboración y debate de la misma (Baranchuk, 2010). En 2004 se conforma la Coalición por una Radiodifusión Democrática que agrupa a diversos actores de la sociedad civil. Muchos de estos colectivos venían manifestando la necesidad de derogar la ley de radiodifusión de la dictadura desde la recuperación del Estado de Derecho. La coalición elaboró en ese año los denominados “21 puntos para una radiodifusión democrática”¹, un punto por cada año de deuda con la distribución de la palabra. Una vez comenzado el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, la necesidad de contar con una ley de servicios comunicacionales de la democracia entraba en la agenda política. Para ello, se designa a Gabriel Mariotto como nuevo interventor del COMFER y se le asigna la tarea de coordinar la tarea de los expertos que junto a él elaborarían la propuesta de ley. Este grupo, con la consigna clara de redactar un proyecto democrático, basado en el pluralismo y los derechos humanos, asume los “21 puntos para una radiodifusión democrática” como directrices que permiten ser desagregadas en el trabajo por articulado.

El 1 de marzo de 2009 en el inicio de las sesiones legislativas ordinarias, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció que enviaría al Congreso la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual desafiando a quienes sostenían que siendo un año electoral no se iba a hablar de la radiodifusión. El 18 de marzo, en el Teatro Argentino de la Plata, el Poder Ejecutivo Nacional presentó la propuesta. Allí se estableció que el proyecto comenzaría un periplo por todo el país a través de los denominados *Foros Participativos de Consulta Pública*. Desde entonces y hasta fines de julio de 2009 se realizaron 24 Foros, la mayoría en las Universidades públicas del país. En éstos se evaluó la propuesta oficial recogiendo críticas y contribuciones para modificar el proyecto. Por otra parte, en la web del organismo se abrió un email para que cualquier

¹ De forma sintetizada los 21 puntos para una radiodifusión democrática abarcan: el derecho a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa. La concepción de las frecuencias radioeléctricas como patrimonio de la humanidad; la promoción de la diversidad y el pluralismo; garantizar el acceso a los medios a la ciudadanía; la sujeción de los servicios de radiodifusión a normas antimonopólicas; el establecimiento de regulaciones que promuevan el pluralismo, respeten las competencias profesionales y los derechos intelectuales de los artistas y demás trabajadores de la comunicación; la existencia de tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y sin fines de lucro (33% de frecuencias reservadas para este actor); establecimiento de cuotas de contenidos de producción local, nacional y propia. Así como el control de la publicidad y la regulación de los sistemas de distribución de señales; entre otras cuestiones.

ciudadano a título personal o en representación de un colectivo más amplio, enviara sus sugerencias. Asimismo se llevaron a cabo, tanto durante el período de redacción de la propuesta, como en simultáneo al tiempo de discusión pública, charlas y debates organizados que surgieron por iniciativa de diversos sectores de la sociedad (Baranchuk, 2010).

Durante dicho período se produjeron las elecciones legislativas del 28 de junio, cuyo resultado no fue el deseado por el Gobierno Nacional. Muchos creyeron ver en ello el final del Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Otros, lucharon para que el Proyecto se llevase al Congreso antes del 10 de diciembre. El Gobierno optó por esta segunda posibilidad. El 27 de agosto y coincidiendo con el día de la Radiodifusión, la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner anuncia el envío al Parlamento del Proyecto de Servicios de Comunicación Audiovisual.

La Comisión de Comunicaciones e Informática conforme lo acordado en la reunión conjunta con las comisiones de Presupuesto y Hacienda y de Libertad de Expresión, realizada el día 3 de septiembre de 2009, dispuso la convocatoria a una Audiencia Pública. Dichas Audiencias se llevaron a cabo en el Auditorio de la Cámara de Diputados, entre el martes 8 y el viernes 11 de septiembre. Días después en sesión de las comisiones de: Comunicaciones e Informática, Presupuesto y Hacienda, y Libertad de Expresión se firmó el dictamen. Aproximadamente 20 modificaciones sufrió el Proyecto presentado por el Ejecutivo para incluir las propuestas de la oposición de centro izquierda. El 16 de septiembre llegó al Congreso de los Diputados y después de una prolongada reunión en la que el resto de la oposición parlamentaria evitó el debate, se aprobó en general por 147 votos a favor, 3 en contra y una abstención. El lunes 21 y con media sanción, se envió al Senado. El 2 de octubre, el gobierno logra en el Senado la firma del dictamen que permitió establecer para el viernes 9 de octubre la sesión especial para tratar el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En la madrugada del día 10 y por 44 votos a favor y 24 en contra fue aprobada la Ley.

En cuanto al contenido de la Ley en sí mismo, realizaremos una descripción de los aspectos más importantes y novedosos que entraña la nueva norma. En primer lugar, cabe destacar, que la Ley 26522 incorpora por primera vez legislación comparada y las recomendaciones del Sistema Interamericano de Derechos Humanos y señala que los fundamentos principales de la nueva norma son la promoción de la diversidad y el pluralismo, así como la desconcentración y fomento de la competencia, tal como recomiendan los organismos internacionales de defensa y promoción de la libertad de expresión. El objetivo de la iniciativa es otorgar marco legal a todos los Servicios de Comunicación Audiovisual independientemente del soporte técnico utilizado.

Asimismo declara a la actividad de los servicios de comunicación audiovisual como de “interés público”, de este modo el Estado no es dueño de la explotación sino únicamente la entidad que la regula, por ello las licencias se obtienen mediante concurso.

La ley en su articulado crea varios órganos nuevos que vienen a reemplazar y ampliar las funciones del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) -integrado por militares, servicios de inteligencia y empresarios-. Cambia el modo de conformarse de las autoridades regulatorias. Se da participación al Congreso, y su intervención es obligatoria en la conformación de la Autoridad de Aplicación, la elección de las autoridades de los Medios Públicos y la elección del Defensor del Público. El control del Congreso Nacional evalúa además el funcionamiento de estos organismos, para ello se crea la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual. El organismo que regulará los servicios de comunicación audiovisual (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. AFSCA) será dirigido por un órgano colegiado integrado por representantes de la legislatura nacional, de la segunda y tercera minoría y representantes del Poder Ejecutivo Nacional, sus miembros permanecerán en el cargo 4 años, y deben ser designados con 2 años de anticipación de la toma de posesión del Presidente de la Nación. Además establece la creación de un Consejo Federal multisectorial y participativo (Consejo Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual), sus miembros tienen la posibilidad de (por voto de 2/3 de sus miembros) destituir a cualquiera de los miembros de AFSCA; elegir el jurado que otorga las licencias en los concursos y participar en la designación de los criterios para adjudicar licencias.

La Ley reconoce tres tipos de empresas capaces de administrar las licencias de servicios audiovisuales: la administración estatal, administración privada con fines de lucro, y administración privada sin fines de lucro; reconoce expresamente por tanto tres sectores: estatal, comercial y sin fines de lucro, garantizando la participación de las entidades privadas sin fines de lucro con una reserva inderogable del 33% del espectro radioeléctrico. No tiene restricciones a la tipología de las emisoras comunitarias para su funcionamiento, también se les permite el acceso a una diversidad de fuentes de financiamiento, incluida la publicidad comercial y recursos estatales. Como medios independientes que son, se limita a un máximo del 30% de su presupuesto el financiamiento que estos medios pueden recibir de fondos públicos, lo que evita la coacción por parte de los gobiernos. En el artículo 37 se señala que las Universidades nacionales e Institutos universitarios nacionales; los Pueblos originarios; y la Iglesia católica reciben las licencias de forma directa, a demanda y en coherencia con la capacidad del espectro radioeléctrico.

Establece diversas medidas para limitar e impedir la concentración de medios. El modelo de control de concentración se asienta en tres principios: promover el crecimiento de nuevas voces, proteger la producción nacional, local e independiente y establecer un mecanismo de control de concentración cruzado entre cantidad de licencias y penetración de mercados. Se imponen topes a la cantidad de licencias que puede tener una misma persona o empresa (a nivel nacional y en una misma área de cobertura) y los límites a la propiedad cruzada de medios, en atención a las prácticas internacionales.

En lo que al régimen de licencias se refiere, un concurso público determinará quién explota la frecuencia. El artículo 41 establece que los licenciarios sin fines de lucro no podrá transferir las licencias; mientras que los operadores con fines de lucro podrán vender sólo a partir del quinto año, siempre y cuando se mantenga el 50% de las acciones en manos del operador originario y esta operación sea necesaria para garantizar el servicio. Solo se podrán tener 10 licencias de servicios abiertos. Las licencias de televisión de pago están limitadas en número y en cuotas de mercado. La Ley plantea que nadie pueda tener más de un 35% del mercado potencial del servicio. Las licencias durarán 10 años y se podrán prorrogar por 10 años más, previa realización de Audiencias Públicas. Además se promueve un régimen de transparencia de titularidad de propiedad de las licencias y para ello, se exige a los medios que mantengan una carpeta de acceso público donde figure toda la información relevante del licenciario.

También se garantiza y protege la producción nacional, local e independiente mediante un sistema de cuotas que incluye exigencias mínimas de producción nacional, local y propia a los diferentes sectores. El artículo 65 establece que los operadores de radio deben emitir un 70% de contenido de producción nacional dentro de la programación; un 30% de la música transmitida debe ser de origen nacional, del cual un 50% debe ser de carácter independiente; deben tener un mínimo de producción propia del 50% con informativos locales. Las emisoras de estados provinciales, Ciudad Autónoma, municipios y universidades, deben tener una producción nacional y propia de al menos 60%; y emitir al menos un 20% de programación destinada a contenido educativo, cultural y de bien público. Los operadores privados de televisión deben emitir un mínimo del 60% de contenido nacional; un 30% de contenido propio con informativo local; y un 30%, 15% o 10% de contenido local independiente, según la categoría de ciudad medida en la cantidad de habitantes. También se establece una cuota de pantalla de cine nacional: la obligación de estrenar al menos ocho largometrajes de producción nacional al año.

Se restringe la propiedad conjunta de licencias de televisión y empresas productoras de señales de contenido. Además las señales que hasta el momento no tenían ningún tipo de cobertura o compromiso van a tener un registro, lo que permitirá que la responsabilidad por los contenidos sea del responsable editorial de los contenidos y no de los operadores de cable o los proveedores de servicio de Internet (Loreti, 2011).

Se propone un sistema de medios estatales con objetivos democráticos, con participación y control comunitario y social, *Radio y Televisión Argentina S.E.*. Su directorio tiene una composición idéntica a la de la AFSCA. Debe garantizar un 60% de producción de contenido propio y un 20% de producción de contenido independiente, en cada una de las señales que administre; debe respetar el pluralismo político, religioso, cultural, lingüístico y social; y debe producir contenido relacionado a la actividad del Estado; y también contenido cultural y científico. Se financia con un 20% de los gravámenes creados por la Ley, los fondos por venta de publicidad, lo designado por el Presupuesto Nacional, la comercialización de contenidos y todo tipo de donaciones específicas.

Otro de los aspectos que merece la pena destacar de la Ley 26522 es el hecho de que considera a las nuevas tecnologías como una herramienta esencial para asegurar la pluralidad y diversidad de voces; se promueve entonces la universalización de su acceso para disminuir la brecha digital. En este sentido, también se establece una Tarifa Social para facilitar el acceso de los ciudadanos a los servicios de pago, en la Ley se define la obligación de los prestadores de servicios de cable de otorgar un paquete básico de canales a un precio módico.

En cuanto a la publicidad, ésta debe ajustarse a criterios objetivos y establecidos por la Ley. Se reglamenta el tiempo de publicidad en los sistemas de televisión de pago. Se implementan medidas parafiscales para desincentivar la inversión de publicidad en el exterior del país, tal como lo hacen otros países como por ejemplo Canadá. De esa manera no se permitirá deducir del impuesto a las ganancias lo invertido en publicidad en el extranjero.

6. Análisis de la Ley General de la Comunicación Audiovisual 7/2010

El 1 de mayo de 2010 entró en vigor la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA, de aquí en adelante). En la redacción del Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual (PLGCA) participaron la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, la Comisión Nacional de la Competencia, la Asociación de Usuarios de la Comunicación y el Consejo de Estado. Con la colaboración de estas organizaciones, el 16 de octubre de 2009 el Consejo de Ministros aprueba

el texto del PLGCA que se remite de modo inmediato a Cortes. El 17 de octubre de 2009, un día después, los presidentes de los Consejos Audiovisuales de Andalucía, Navarra y Cataluña publicaron un artículo en el que calificaron el proceso de consultas que, según el gobierno, se había mantenido para la elaboración del anteproyecto, como “cuanto menos opaco”. En este mismo sentido se manifestó la Red Estatal de Medios Comunitarios (REMC), así como algunos diputados del Partido Popular y de Izquierda Unida; para todos ellos, el gobierno había elaborado el anteproyecto sin debate público alguno y dando preferencia a la patronal de televisiones privadas, la UTECA, sin atender a las peticiones de consulta de gran parte del sector. (Segovia Alonso y Luján, 2010)

El 7 de enero de 2010, la Comisión Constitucional del Congreso aprobó el texto en primera instancia y lo envió al Senado. Previamente, durante su tramitación en Cortes, el PLGCA experimentó algunas modificaciones a partir de las enmiendas planteadas por los grupos parlamentarios. En el Senado se aprobó el PLGCA el día 10 de marzo con la incorporación de más enmiendas; la mayor parte de las cuales serían aceptadas por el pleno del Congreso, que aprobaba definitivamente el texto el día 18 de marzo con votos favorables de PSOE, CiU y Coalición Canaria; votos en contra de IU, ERC y PP; y con la abstención del PNV. Quedaba así aprobada la LGCA; una norma que nacía con la vocación de actualizar y compilar la normativa vigente, de proteger y otorgar estabilidad a la industria audiovisual y de liberalizar el sector. Segovia y Luján señalan que “la normativa dispersa que el PLGCA viene a actualizar y compilar no es fruto sino de la política seguida por la administración socialista a la hora de legislar sobre el sector audiovisual; una labor legislativa que ha sido calificada de “política de parcheo” (en tanto que dirigida a resolver únicamente situaciones concretas y carente de una visión integral del sector) y que, en muchos casos, ha sido tramitada, de forma injustificada, sin la concurrencia de debate público y por la vía de urgencia” (Segovia Alonso y Luján, 2010: 11)

El primer cambio significativo de la nueva legislación hace referencia a la declaración de los servicios audiovisuales como de interés general. De este modo, los operadores privados están excluidos de las obligaciones que conlleva la prestación del “servicio público”, que queda reservado exclusivamente a la corporación pública (Título IV: artículos 40 a 43). Los operadores privados prestan, en cambio, un “servicio de interés general” en régimen de libre competencia (art. 22). Bajo esta nueva denominación se produce un cambio desde el régimen anterior de autorizaciones y concesiones administrativas (art. 23) para la gestión indirecta del servicio público de titularidad estatal hacia un régimen de comunicaciones previas y de licencias otorgadas mediante concurso (art. 24 y ss.).

Atendiendo a la concesión de estas licencias, a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual se les amplia además el periodo de concesión a quince años (hasta ahora la renovación o revocación de la licencia se otorgaba cada diez años); renovación que pasa a ser otorgada de forma automática (art. 28.2). Asimismo, la LGCA contempla la posibilidad de que, transcurridos cinco años de la concesión de la licencia, ésta pueda ser arrendada a otro prestador de servicios, previa autorización de la autoridad audiovisual (art. 29). En este punto resulta significativo que se admita la transacción privada de la licencia por los prestadores pero no la renegociación pública de las condiciones de la adjudicación al establecerse el mecanismo de renovación automática. Esto puede entenderse como un aspecto desregulatorio además de suponer el peligro de que en el futuro el mapa mediático pueda no parecerse mucho al de las licencias otorgadas en su día.

Por otra parte, se permite que la mitad del espacio radioeléctrico asignado a cada licencia pueda destinarse por el titular al acceso de pago (art. 24.3) lo que anima a pensar en un repunte considerable de la televisión de pago frente a la televisión en abierto, que en el caso de hacerse realidad no contaría con el colchón de una tarifa social como en el caso argentino, que favoreciese el acceso de los ciudadanos a un paquete de canales de pago a un precio asequible.

En lo referente a las medidas anticoncentración, cabe hacer un poco de historia para tener en cuenta la evolución de los criterios de limitación de participación societaria. Inicialmente la Ley 10/1988, de Televisión Privada, establecía restricciones para evitar la concentración en el control de las sociedades concesionarias del servicio público de televisión: ninguna persona física o jurídica podía ser titular, directa o indirectamente, de más del 25 % del capital de una misma sociedad concesionaria. Posteriormente, la Ley 50/1998, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social, modificó el porcentaje accionarial del que podía ser titular una misma persona física o jurídica de una sociedad concesionaria, ascendiendo al 49 %. Finalmente, la Ley 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, suprimió formalmente el límite del 49 %. La limitación se determinó entonces por el concepto de "participación significativa" (Alcolea Díaz y Pérez Serrano, 2010), entendiéndose como tal aquella que alcance, de forma directa o indirecta, al menos el 5 % del capital o de los derechos de voto vinculados a las acciones de la sociedad. Con posterioridad, el Real Decreto-ley 1/2009, de 23 de febrero, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones, convalidado más tarde como Ley 7/2009, de 3 de julio, suprimió con condiciones, la prohibición vigente hasta ese momento de tener una participación significativa en más de una sociedad concesionaria, igualmente recogido en la LGCA (art. 36), pero ya en los siguientes términos: "las

personas físicas y jurídicas pueden ser titulares simultáneamente de participaciones sociales o derechos de voto en diferentes prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva”.

Se rebajan por tanto las limitaciones a la concentración de la propiedad. Asimismo, se ha optado por el criterio de audiencias a la hora de evaluar posiciones de dominio en el mercado: durante los doce meses anteriores a la operación, un mismo operador no puede acaparar más del 27% de la audiencia; ahora bien, la superación de este límite con posterioridad a la adquisición del paquete accionarial no tiene efecto alguno sobre el titular (artículo 36.3). Igualmente, la Ley establece que no se podrá adquirir una participación significativa² o derechos de voto en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva cuando (art. 36.5): los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a dos canales múltiplex, o un canal múltiplex en el caso de prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, y cuando suponga impedir la existencia de, al menos, tres prestadores privados distintos del servicio de comunicación audiovisual televisiva en el ámbito estatal, asegurándose el respeto al pluralismo informativo. Los límites de propiedad en el mercado radiofónico son también significativamente bajos (art.36): un solo propietario puede gestionar hasta 1/3 de licencias con cobertura estatal, asimismo puede controlar hasta el 50% de las licencias de un mismo ámbito de cobertura con un límite de 5 licencias. Otro límite es que en una misma Comunidad Autónoma se podrán acumular hasta un 40% de las licencias de los ámbitos de cobertura de una sola licencia.

Uno de los aspectos que se intuían más positivos en el proceso de redacción de la ley, es el hecho de que incluyese por primera vez en España la creación de un Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, el CEMA, como autoridad independiente. El CEMA asume dos cometidos fundamentales: el control de los contenidos y el acceso a la prestación del servicio. Sin embargo, no se le otorgan competencias de convocatoria de concurso y de otorgamiento de licencias, salvo las prórrogas automáticas cada quince años. Es importante señalar que al cierre de este artículo el CEMA aún no se había puesto en marcha, y tras la llegada al poder del Partido Popular tras las elecciones del 20 de noviembre de 2011 su implantación no está asegurada (Chinchetru, 2011).

² La LGCA, establece como participación significativa la que represente, directa o indirectamente: a) el 5 % del capital social; b) el 30 % de los derechos de voto o porcentaje inferior, si sirviera para designar en los 24 meses siguientes a la adquisición un número de consejeros que representen más de la mitad de los miembros del órgano de administración de la sociedad (art. 33.2).

Por otra parte, surgieron algunas otras cuestiones que suscitaron controversia en lo referente al ejercicio de la potestad reglamentaria y la potestad sancionadora por un ente que no se encuadraba en la Administración Pública; éstas se resolvieron al integrar dicho Consejo en la Administración del Estado, como organismo público dependiente del Ministerio de Presidencia (art. 44). Lo que, quizá, no queda tan claro es si esa vinculación organizativa será suficiente para garantizar su independencia. La propuesta de nombramiento de consejeros del CEMA procede de una mayoría cualificada de tres quintas partes del Congreso, aunque la competencia para el nombramiento corresponda también al Gobierno. Este mecanismo, en principio, garantiza una mayor independencia, pero en cualquier caso, los consejeros del CEMA no alcanzan el grado de independencia de los consejeros del Consejo Audiovisual de Andalucía o del Consejo del Audiovisual de Cataluña, dónde la actuación del Parlamento en la designación de los consejeros no es propositiva sino decisoria.

También la LGCA proclama la autorregulación como un derecho de los prestadores del servicio (art. 12), renunciando así a la posibilidad de una corregulación, coherente con la propia definición de la comunicación como actividad de interés general (art. 22). Esto supone una sustitución de las reglamentaciones públicas por reglamentaciones privadas, que se concretan en la ley en códigos de conducta libremente aprobados por los operadores e instrumentos de autocontrol previo y que ponen en entre dicho la capacidad reguladora y sancionadora del propio CEMA.

La LGCA incluye en su articulado la exigencia de cuotas de producción europea y financiación de obras audiovisuales españolas (art. 5), pero se reducen las obligaciones de los prestadores del servicio: no plantea deberes de producción propia interna, limitándose a las obligaciones europeas, tampoco se mencionan los programas informativos, ni la obligación de cumplir los compromisos asumidos en la oferta ganadora en concurso. En el cómputo del 5% de los ingresos brutos que las televisiones deben destinar para financiar películas europeas según la Ley del Cine 55/2007, ahora se incluyen las series, a las que podrán dedicar hasta el 40% del total. Del otro 60% sólo la mitad se destina a la producción independiente. Es decir, el 1,5% del total de ingresos se dedican a lo que se entendía hasta ahora como audiovisual de creación.

En lo que respecta al llamado Tercer Sector de la Comunicación o los Medios Comunitarios, aunque en el artículo 32 se destaca que el Estado debe garantizar disponibilidad del espacio radioeléctrico para los medios comunitarios, eso no implica una reserva del espacio radioeléctrico tal y como hemos visto en el caso argentino. No solo no se manifiesta una política de discriminación positiva hacia los medios comunitarios, sino que se les imponen limitaciones

cuantitativas (100.000 euros de gastos de explotación anuales en el caso de las televisiones y 50.000 euros en el caso de las radios) y cualitativas (prohíbe todo tipo de publicidad o patrocinio en su financiación). Por otro lado, pese a establecer obligaciones especiales como la fiscalización de cuentas, no exigidas a los medios comerciales, no establece métodos de adjudicación de licencias o de financiación separados de estos últimos.

No se garantiza la supervivencia de los medios comunitarios, sino que se considera como una mera "posibilidad". Con la práctica de las administraciones autonómicas, que no conceden licencias a medios comunitarios (Meda González, 2010), la "posibilidad" de prestar servicios de comunicación audiovisual por parte de los medios comunitarios es reducida pese a que la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Constitución Española consideran un derecho fundamental que los ciudadanos ejerzan la emisión de información. En definitiva, los prestadores de servicio reciben, en la LGCA, un trato privilegiado en detrimento del derecho ciudadano a recibir un servicio público y una comunicación verdaderamente diversa y plural. El problema es que la liberalización, dadas las facilidades que se otorgan a la concentración de la propiedad y a la configuración de un mercado de estructura oligopólica, colisiona frontalmente con las promesas de defensa de los derechos ciudadanos entre los que se encuentra el derecho constitucional (art. 20.3) a que el Estado regule la organización de los medios de comunicación social dependientes de éste y controle el respeto que éstos guardan al principio del pluralismo.

7. Conclusiones

Mientras que en Argentina la nueva legislación apuesta por primera vez por una política audiovisual de corte normativo con normas anticoncentración, favoreciendo la entrada de nuevos actores al sistema mediático, favoreciendo la producción de contenidos locales, nacionales e independientes, garantizando el servicio público mediante la creación de la nueva *Radio y Televisión Argentina S.E.*; España por su parte parece renegar de su tradición de servicio público al cambiar la definición de prestación de servicios audiovisuales por el concepto de interés general. Por otra parte, la nueva legislación española al apostar tan fuerte por la autorregulación pareciera estar rechazando el deber constitucional del Estado Español como regulador de los medios de su propiedad y garante del pluralismo.

De hecho, una de las primeras consecuencias de los cambios normativos del sector audiovisual han sido los movimientos empresariales anunciados a mediados de diciembre de 2009, ya etiquetados por algunos como "las fusiones del nueve" (por aquello de 3+6, 4+5) (Segovia

Alonso y Luján, 2010: 17). Con ellas los seis operadores de televisión presentes en España antes de la LGCA en el ámbito estatal se reducirían a cuatro. Por el momento, el acuerdo se ha hecho efectivo entre Telecinco y Cuatro. Por su parte, la fusión de Antena3 y LaSexta está aún pendiente, pero según los interesados en conversaciones avanzadas (Europa Press, 2011).

Podemos señalar por tanto, que si bien el favoritismo político sigue apareciendo como una acusación común a la hora de definir el reparto de concesiones de televisión y/o radio (Arboledas, 2009) y el Estado ha tendido a jugar un papel intervencionista en muchos sentidos, siguiendo las características del modelo mediterráneo definidas por Hallin y Mancini (2008); cabe indicar que en el caso de la LGCA y en lo que a los límites a la concentración de medios se refiere, los favorecidos no se identifican con una tendencia ideológica concreta (excepto la que defiende el libre mercado sin restricciones, evidentemente). Todos los grupos multimedia se verán beneficiados por esta relajación de las normas anticoncentración. Los receptores son desde nuestro punto de vista los grandes perjudicados, considerados únicamente como meros consumidores en lugar de ciudadanos competentes, críticos y actores determinantes de la dinámica social democrática.

En consonancia con los cuatro principales factores que Hallin y Mancini (2008) señalan para definir el sistema mediático de un país, y teniendo en cuenta la limitación del tiempo de aplicación efectiva de las normativas estudiadas, estamos en condiciones de afirmar que es posible que la nueva Ley de Medios argentina que legitima la intervención y participación del Estado en el mercado comunicativo con propósitos sociales, culturales, educativos y económicos, vaya a contribuir a la democratización del sistema mediático del país. Por el contrario, el sistema de medios español podría verse afectado por la dificultad que la corporación RTVE tuviese que soportar en el nivel financiero en el medio o largo plazo como consecuencia de las fusiones o adquisiciones que permite la nueva LGCA.

Hay quien justifica, de algún modo, el rumbo de la nueva LGCA afirmando que la tardía entrada de España en la Unión Europea ha motivado que ésta se limite únicamente a transponer las directrices europeas en su legislación nacional (Bernardo, Pelliser, y Vicent, 2010). Desde nuestro punto de vista, caben muchas formas de adaptarse a esta normativa europea y quizá no se haya optado por la más adecuada en un contexto de conformación de grandes conglomerados transnacionales que invitarían en principio a salvaguardar el pluralismo en los mercados locales, regionales y nacionales así como a garantizar la diversidad de voces. Ante este panorama, pensamos que las estrategias de un programa para democratizar las estructuras

de comunicación deben aprovechar los espacios que aún brinda el Estado Nacional para desarrollar políticas de comunicación así como expresar su preocupación por defender las políticas de servicio público como elemento esencial de todo diseño de políticas.

No es posible concluir que una mayor participación social en la conformación de la nueva Ley argentina haya supuesto la redacción de un articulado más cercano al concepto de Estado como garante del servicio público, y que por el contrario, y debido a la falta de este debate social en el caso español, allí se haya conformado la nueva ley en torno al concepto de “interés general” con unas limitaciones a la concentración mucho más laxas y apostando por la autorregulación de los operadores privados. Sin embargo, no puede eludirse su influencia. Por otra parte, cabe plantearse si en el caso Argentino la Ley 26.522 ha suscitado debate social precisamente porque desde el poder Ejecutivo Nacional ya se pensó en ésta como una ley democrática. En realidad, haciendo un estudio pormenorizado del proceso de “policy-making” lo que se intuye es que realmente el “corazón” de la ley prácticamente no ha cambiado desde su diseño inicial hasta su sanción en Cortes.

Debido a que no podemos estar totalmente de acuerdo con la visión de Freedman (2006) de que la participación pública y el debate parlamentario son marginados por una relación entre la industria y el gobierno marcada por la falta de transparencia y sus objetivos compartidos, ya que el caso argentino nos ha revelado lo contrario; proponemos pensar el sistema de medios de comunicación como fruto de un entramado de relaciones recíprocas, constituyentes y asimétricas establecidas entre agentes e instituciones sociales. La asimetría del flujo relacional viene, a su vez, determinada por el desigual poder con que cada agente se establece en el entramado relacional constitutivo del sistema de medios. El poder de cada uno de estos agentes influiría en la capacidad de obtener una regulación favorable a sus intereses; esto es, cristalizaría en el ordenamiento jurídico estatal que conforma y regula el sistema mediático.

En este sentido, los dos casos estudiados son distintos, mientras en Español ha sido la industria de los medios de comunicación quién ha detentado el poder en la redacción de la LGCA, en el caso argentino, el debate social generado ha puesto en jaque a la industria audiovisual y ha contado con el apoyo del ejecutivo resultando en una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que en principio puede pensarse que favorecerá la democratización de la estructura de medios. El análisis reafirmaría entonces la idea de Cuilenburg y McQuail de que “el contenido específico de las políticas gubernamentales (o públicas) son un reflejo del trato hecho en un

tiempo y lugar determinado y el balance de poder entre el gobierno y la industria" (Cuilenburg y McQuail, 2003: 182).

8. Referencias

- Albornoz, L. A. (2011). "Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica". En L. A. Albornoz (Ed.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (pp. 221-246). Buenos Aires: Paidós.
- Alcolea Díaz, G., y Pérez Serrano, M. J. (2010). "La gestión del cambio de las estructuras mediáticas en un proceso de concentración. El caso de Telecinco y Cuatro". En R. Zallo & A. Badillo (Eds.), *Mercado y políticas de cultura y comunicación en el mercado global. Actas del 3er Congreso Nacional de ULEPICC España* (pp. 128-139). Salamanca: ULEPICC-España.
- Amarc-Alc. (2010). "Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual". Consultado el 08/12/2011, de http://legislaciones.amarc.org/40Principios/40_Principios_diversidad_pluralismo.pdf
- Arboledas, L. (2009). "Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64.
- Baranchuk, M. (2010). "Una historia sobre la promulgación de la ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)" En *Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Buenos Aires: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Barata Mir, J. (2006). *Democracia y audiovisual. Fundamentos normativos para una reforma del régimen español*. Madrid: Marcial Pons.
- Bernardo, J. M., Pelliser, N., y Vicent, C. (2010). "Lógica Económica y política de Comunicación. Una aproximación crítica a la LGCA". En R. Zallo & A. Badillo (Eds.), *Mercado y políticas de cultura y comunicación en el mercado global. Actas del 3er Congreso Nacional de ULEPICC España* (pp. 18-31). Salamanca: ULEPICC-España.
- Crusafon, C. (2001). "¿Qué futuro para la política audiovisual europea? Análisis y resultado de la aplicación de una política supranacional en la industria audiovisual". Presentado en las VIII Jornadas Internacionales de la Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Universidad de La Plata (Argentina).
- Cuilenburg, J. V., y Mcquail, D. (2003). "Media Policy Paradigm Shifts. Toward a New Communication Policy Paradigm". *European Journal of Communication*, 18 (2), 181-207.

- Chakravarty, P., y Sarikakis, K. (2006). *Media Policy and Globalization*. New York: Pallgrave macmillan.
- Chinchetru, A. J. (2011). "Rajoy se compromete a limitar por ley el despilfarro de las televisiones públicas". *Periodista Digital*. En <http://www.periodistadigital.com/politica/partidos-politicos/2011/11/02/rajoy-rubalcaba-programa-televisiones-pp-partido-popular.shtml>, consultado el 08/12/2011
- Europa Press. (2011). "La Sexta: una fusión con Antena 3 es necesaria y, en un año, "imprescindible"". *elEconomista.es*. En www.economista.es, consultado el 06/09/2011
- Freedman, D. (2006). "Dynamics of power in contemporary media policy-making". *Media Culture & Society*, 28 (6), 907-923.
- García Canclini, N. (2000). "Políticas culturales en tiempos de globalización". *Revista de Estudios Sociales*, enero, 5.
- Hallin, D. C., y Mancini, P. (2007). "Un estudio comparado de los medios en América Latina". En B. Diaz Nosty (Ed.), *Tendencias '07. Medios de comunicación en el escenario iberoamericano*. Barcelona: Ariel.
- Hallin, D. C., y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.
- Loreti, D. (2011). "El caso argentino y la nueva Ley de comunicación audiovisual". En R. Martínez-Gómez & M. Lubetkin (Eds.), *Políticas, Redes y Tecnologías en la Comunicación para el Desarrollo* (pp. 199). Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Mastrini, G., Becerra, M., D'alessandro, A., Mattelart, A., y Arbilla, D. (2006). *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Meda González, M. (2010). *La LEY UTECA y el Tercer Sector de la Comunicación: comparativa internacional de las fallas de la legislación española audiovisual y respuesta de la sociedad civil*. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Rallo Lombarte, A. (2000). *Pluralismo informativo y Constitución*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Segovia Alonso, A. I., y Luján, L. (2010). "Concentración y pluralismo en España ante el cambio digital". Presentado en el II Congreso de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Málaga (España).