

Legislación y pluralidad de actores. LSCA y LGCA en perspectiva comparada

Legislation and plurality of stakeholders. LSCA and LGCA in comparative perspective

■ **Marina Hernández Prieto**¹

Universidade de Salamanca (España)

Fecha de Recepción: 26 de noviembre de 2015
Fecha de Aceptación: 11 de enero de 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.1.3.2939>

Resumen

Este texto tiene por objetivo establecer un análisis comparado de la legislación general audiovisual de Argentina y España desde el punto de vista de la pluralidad de actores. Se trata por tanto de estudiar de forma comparada la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina (LSCA) y la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) española con objeto de conocer las diferencias y similitudes existentes entre las mismas con respecto a las variables: gestión del espectro y licencias, concentración, y medios comunitarios o sin fines de lucro. Para la categorización y operacionalización de las mismas se toman como referencia de forma adaptada los indicadores propuestos por UNESCO (2008) para evaluar el desarrollo mediático. El texto trata además de avanzar un peldaño más en el análisis, aproximándose a las políticas públicas seguidas por ambos países durante el proceso de implementación de ambas normativas.

Abstract

This text aims to establish a comparative analysis of a general audiovisual legislation from Argentina and Spain from the point of view of the vast number of stakeholders. It is therefore a comparative study of the Argentinean Law of Audiovisual Communication Services (LSCA) and the Spanish General Law on Audiovisual Communication (LGCA), with the aim of knowing the differences and similarities between them with respect to the variables: spectrum management and licensing, concentration, and community or non-profit media. For the categorization and operationalization of these, they are taken as reference adapted from the proposed indicators by UNESCO (2008) to assess media development. The text further deals with a step forward in the analysis, approaching public policies pursued by the two countries during the implementation process of both regulations.

¹ En esta investigación ha participado el profesor Ángel Badillo Matos, como director de la tesis doctoral en la que se enmarca el trabajo.

Palabras clave

Legislación audiovisual, políticas públicas, tercer sector, Argentina, España

Keywords

Audiovisual Law, public policies, third sector, Argentina, Spain

Sumario

1. Introducción
2. Marco teórico
3. Metodología
4. La gestión del espectro y las licencias
5. Medidas sobre la concentración del mercado
6. Medios comunitarios o sin fines de lucro
7. Algunos apuntes sobre el proceso de implementación de ambas normativas
8. Conclusiones

Contents

1. Introduction
2. Theoretical Framework
3. Methodology
4. Spectrum management and licensing
5. Measures on market concentration
6. Community or nonprofit media
7. Some notes about the implementation process of both regulations
8. Conclusions

1. INTRODUCCIÓN

El planteamiento de la presente investigación es realizar un análisis comparativo de las legislaciones audiovisuales desarrolladas recientemente en Argentina y España desde el punto de vista del pluralismo externo. Ambos países sancionaron 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 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de fecha 10 de Octubre de 2009 (LSCA), de Argentina y la ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual de fecha 31 de marzo, de España (LGCA), atendiendo a los indicadores relevantes que permiten analizar de forma comparada el grado de garantía o fomento del pluralismo externo de ambas normativas.

Siguiendo a Albornoz (2011), el contexto inmediatamente anterior a la gestación de las nuevas legislaciones audiovisuales argentina y española 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, la internacionalización de capitales, agentes y contenidos y la “financiarización” de la esfera informativa y cultural.

Es por este motivo que algunos autores (Puppis, Haenens, y Saeys, 2007; Sarikakis, 2004) piensan que ahora el verdadero tablero de juego se sitúa en el plano internacional de la *governance*. Sin embargo, no puede olvidarse que el escenario 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, dirigir el foco de investigación a las políticas públicas de los estados-nación sigue siendo imprescindible para entender los escenarios transnacionales, son la base de la democracia y la política social.

2. MARCO TEÓRICO

El objetivo concreto de esta investigación es analizar las similitudes y diferencias que presentan ambas normativas en lo que a pluralidad de actores se refiere. Esta dimensión es uno de los elementos fundamentales que cualquier regulación general de alcance nacional debería contemplar. La diversidad de actores debería estar garantizada en estas normativas como un requisito fundamental para alcanzar un grado de pluralismo efectivo que favorezca el desarrollo y sostenimiento de un sistema democrático.

El establecimiento de políticas públicas permite regular sobre la conformación de los sistemas mediáticos para que la circulación de información sea diversificada y contribuya con la definición de una esfera pública plural, cuyo valor es crucial para la vida en democracia. Cabe señalar que la excesiva concentración no permite que el pluralismo en los medios refleje la pluralidad que debe caracterizar a una sociedad democrática (Miguel de Bustos, 2004). Cavallin (1997) entiende además que el pluralismo de medios, creado y gestionado por el mercado, y por tanto producto de imperativos económicos, difícilmente puede reflejar la diversidad que caracteriza a lo social.

El pluralismo y la concentración son comúnmente aceptadas como categorías opuestas. Oposición que es el reflejo de la doble consideración que tienen las mercancías culturales: contenidos simbólicos ofertados por empresas que compiten en el mercado por la maximización de ingresos, y que tienen además un impacto sobre la esfera pública. (Miguel de Bustos, 2004, p. 2).

Es precisamente ese impacto sobre la esfera pública el que comienza a cobrar interés en estos últimos años. Después de un extenso periodo caracterizado por la desregulación de los mercados de cultura y comunicación, en América Latina durante la última década se están produciendo cambios significativos en este ámbito. Por un lado, la emergencia y consolidación de fenómenos de comunicación alternativa de baja intensidad que empiezan a ser reconocidos en las legislaciones nacionales; por otro, la recuperación de muchas de las ideas provenientes del debate de las Po-

líticas Nacionales de Comunicación por parte de los partidos de izquierda que llegan al poder en numerosos países latinoamericanos a principios de esta década (Moraes, 2011).

En términos generales, estas iniciativas de reformas legales coinciden en recuperar los postulados de las luchas por democratizar las comunicaciones desarrolladas hace 30 años, que tradicionalmente vincularon a la comunicación con el cambio social. En este sentido, casi todas las propuestas se centran en el derecho a la comunicación como superador de las libertades y derechos vinculados a ésta (expresión, acceso a información), como derecho humano del mismo rango que los derechos a la salud y la educación, y como condición necesaria de la democracia y el desarrollo de los pueblos. Los principios de la democratización de las comunicaciones en las propuestas actuales son los mismos que en las de los años setenta: acceso y participación ciudadana, servicio público, libertad y diversidad, equidad y equilibrio en los flujos. Las nuevas propuestas, sin embargo, problematizan también las nuevas condiciones de producción de valor de la comunicación, el orden público internacional sobre derecho a la información y los desarrollos tecnológicos, entre otras cuestiones.

Tal y como apuntan Gómez y Ramos (2014), el renovado interés de ciertos gobiernos latinoamericanos en la regulación del tercer sector, hasta los últimos años olvidado, contribuye a pensar que dichos gobiernos han identificado en las comunidades y los medios comunitarios los garantes de la democratización y los nuevos constructores del sistema público. En el caso del viejo continente, en junio de 2008 el Parlamento Europeo elaboró el "Informe sobre los medios del tercer sector de la Comunicación"², que entre otras cuestiones solicita a la Comisión que tenga en cuenta a los medios del tercer sector de la comunicación como solución alternativa surgida en la base para aumentar el pluralismo de los medios de comunicación cuando establezca indicadores relativos a dicho pluralismo. Un año más tarde, en 2009, la Comisión Europea publicó un Informe sobre Indicadores de Pluralismo en los medios de los estados de la

Unión Europea³ y mencionó a los medios del tercer sector como una alternativa a la pluralidad informativa.

Conviene analizar por tanto cómo se ha articulado realmente este reconocimiento en los distintos países de América Latina y si esta concepción se repite también en las nuevas legislaciones nacionales de medios de Europa. Es en este contexto en el que la investigación aquí presentada cobra especial interés. Tanto Argentina como España reconocen legalmente a estos medios del tercer sector por primera vez en su historia con la LSCA y la LGCA respectivamente. Hasta ese momento los medios sin fines de lucro operaban de forma alegal en ambos países.

Tener una situación jurídica oficialmente reconocida es por tanto una de las medidas fundamentales no solo para garantizar el pluralismo externo de un sistema mediático, entendido en términos de diversidad de actores, sino también, y como consecuencia, para el desarrollo de los medios del tercer sector. No obstante es necesario analizar también en qué términos se concreta la misma. En el siguiente apartado se detallan las variables y dimensiones tenidas en cuenta en esta investigación.

3. METODOLOGÍA

El espacio público, en su acepción habermasiana, requiere reglas estables y claras. La regulación debe garantizar por tanto 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, se utilizan como indicadores aquellos elementos que desde distintas perspectivas se han considerado más relevantes en la elaboración de una legislación audiovisual que pretenda democratizar el sistema mediático salvaguardado el pluralismo y la diversidad de ideas.

Atendiendo así a los intereses que se ge-

² Recuperado el 10 de octubre de 2015 de <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0263+0+DOC+XML+V0//ES>

³ Recuperado el 10 de octubre de 2015 de http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/study/final_report_09.pdf

neraron durante el productivo periodo de análisis de políticas de comunicación que surgió en América Latina a mediados de los años 70, respetando los principios de la Convención Europea de Derechos del Hombre y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, y tomando las características clave que UNESCO (2008) define para que puedan prosperar la libertad de expresión, independencia y pluralismo de los medios, se establece una batería de indicadores que deben ser analizados en este artículo.

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 obligaciones 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, 2010).

Es importante también estudiar las condiciones de acceso a la categoría de operador. La adjudicación de las licencias mediante un sistema que garantice la publicidad y competencia obliga posteriormente a otorgar relevancia a las ofertas presentadas por los concursantes. 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 y Becerra, 2006).

Para poder evaluar las variables que se han comentado y que afectan directamente sobre la pluralidad de actores en el sistema, se plantea adaptar al objeto de estudio de esta investigación, las leyes 26522 y 7/2010, la propuesta de indicadores para la evaluación del desarrollo mediático en los distintos países publicada por UNESCO (2008). En este documento en su conjunto, los indicadores proporcionan un mapa completo de la

ecología mediática a fin de velar por la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación. Teniendo en cuenta que el objeto de estudio principal de la presente investigación hace referencia a la legislación general en materia audiovisual de Argentina y España y más concretamente a aquellas variables específicas que influyen sobre la pluralidad de actores de un sistema mediático, se han tomado de esta propuesta aquellos indicadores que resultaba posible aplicar a las mismas. De este modo, la matriz de análisis utilizada contempla las variables y dimensiones que mostramos en la tabla 1.

4. LA GESTIÓN DEL ESPECTRO Y LAS LICENCIAS

La gestión del espectro es uno de los aspectos en los que las políticas públicas de comunicación latinoamericanas han mostrado diferencias sustanciales respecto a sus predecesoras y a las de otras regiones, y son varios los países que han introducido un equilibrio en el reparto del espectro como un bien público disponible tanto para la propia administración, como para las organizaciones no lucrativas, como para aquellas que crean riqueza desde el sector privado haciendo uso de la emisión por radiofrecuencia (Badiello, Mastrini, y Marengi, 2015; De Moraes, 2011).

En el caso argentino, la LSCA reconoce tres tipos de empresas capaces de administrar las licencias de servicios audiovisuales: estatal, comercial y sin fines de lucro, garantizando la participación de las entidades privadas no lucrativas con una reserva inderogable del 33% del espectro radioeléctrico. No tiene restricciones a la tipología de las emisoras comunitarias para su funcionamiento, a las que además 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.

Tabla 1. Matriz utilizada para el análisis comparado de la LSCA y la LGCA

Variable	Dimensiones	Argentina. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley 26522/2009	España. Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual
Espectro	Requisitos de los posibles prestadores (transparencia y limitaciones a la participación extranjera)		
	Obligaciones de los licenciatarios y autorizados		
	Reserva de espectro		
	Mecanismo de asignación (concurso/subasta/subasta económica/subasta pública económica...)		
	Denominación de las adjudicaciones (licencias, concesiones o autorizaciones)		
	Periodo		
	Renovación		
	Límites de licencias por prestatario		
	Transferencia de licencias		
	Emisión en cadena		
	Sanciones		
	Tipos de sanciones		
Concentración	Límites legales a la concentración		
	Mecanismos de desinversión		
	Reconocimiento actores por tamaño (pequeños y grandes)		
Medios Comunitarios	Reconocimiento legal		
	Formas de fomento	Capacitación	
		Producción y distribución	
		Financiación directa	
	Limitaciones	Técnicas	
		Financieras	

Fuente: Elaboración propia a partir de los indicadores de UNESCO (2008)

Así, la ley procura un tratamiento igualitario entre los medios del sector público, el privado y el sin fines de lucro, “poniendo fin a los mecanismos de discriminaciones al eliminar las restricciones técnicas, de frecuencia, de licencias o de financiamiento y al tratar por igual a los tres actores” (Santander, 2013, p. 897). A pesar de ello —y como se verá más

adelante— durante su fase de implementación el gobierno está lejos de concretar la paulatina entrega del 33% de las frecuencias del espectro radioeléctrico para su gestión por parte de actores sociales sin fines de lucro y la mayoría de los medios autorizados para funcionar tras la sanción de la ley son emisoras estatales (Becerra, 2014).

Nada que ver con la situación en el caso español, en la que no existen referencias a la gestión del espectro. ¿Cuál es entonces el enfoque en el caso de la LGCA? Si acudimos a los textos más recientes sobre la cuestión, encontramos una clara voluntad de concebir el espectro como un recurso que debe servir a la prestación de servicios. En 2011, el Real Decreto 458/2011 sobre actuaciones en materia de espectro radioeléctrico para el desarrollo de la sociedad digital ya exponía la idea de que era necesario gestionar el espacio de forma más eficiente para facilitar los servicios de banda ancha en movilidad.

La última revisión del marco general de las telecomunicaciones en España, la Ley 9/2014, en su artículo 60 resume en tres los principios desde los que se administra el espectro radioeléctrico en España: garantizar un uso eficaz y eficiente de este recurso, fomentar la neutralidad tecnológica y de los servicios, y el mercado secundario del espectro, y fomentar una mayor competencia en el mercado de las comunicaciones electrónicas. Y, más adelante, en el artículo 64, refiriéndose a los objetivos de interés general que presiden la gestión del espectro: “La promoción de la diversidad cultural y lingüística y del pluralismo de los medios de comunicación, mediante, por ejemplo, la prestación de servicios de radiodifusión y televisión”.

Pese a la ausencia de referencias a la gestión del espectro radioeléctrico en la española LGCA, los desarrollos legislativos posteriores se alinean en una concepción en la que el espectro radioeléctrico no es objeto de un reparto como garantía del pluralismo o la diversidad del sistema audiovisual, sino que debe servir para impulsar un mayor uso comercial conectado con el crecimiento económico. La última versión del Plan Nacional de Televisión Digital Terrestre, aprobado mediante el Real Decreto 805/2014, no hace ninguna referencia a la posibilidad de concebir el espectro como un recurso al que tengan acceso distintos tipos de operadores audiovisuales, y ni siquiera se hace mención a los medios comunitarios. De hecho, el enfoque es explícitamente el de un progresivo desalojo de las frecuencias ocupadas por los servicios audiovisuales para ser ocupadas por las telecomunicaciones de banda ancha.

En lo que al régimen de licencias se refiere, la LSCA establece que será un concurso público el que determine quién explota la frecuen-

cia. 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 licenciatario. El artículo 41 determina que los licenciatarios sin fines de lucro no podrán transferir de ningún modo 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. Se restringe además 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 administrador editorial de los contenidos y no de los operadores de cable o los proveedores de servicio de Internet (Loreti, 2011).

En el caso español, la LGCA amplía el periodo de concesión a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a quince años (hasta la sanción de la LGCA, 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). Los beneficios para los operadores privados resultan evidentes: es poderosamente llamativo 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. Este extremo 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.

5. MEDIDAS SOBRE LA CONCENTRACIÓN DEL MERCADO

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 en el caso español. 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 accionario 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 Ley General de la Comunicación Audiovisual (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”.

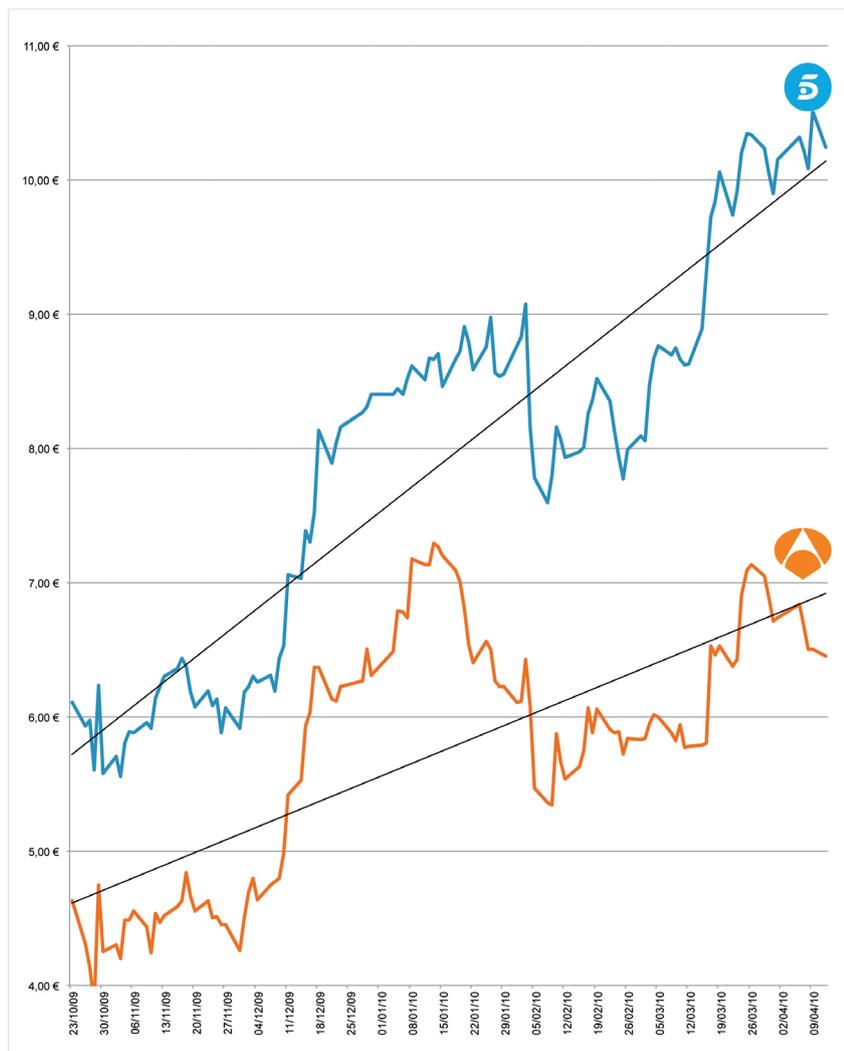
Se rebajan por tanto las limitaciones a la concentración de la propiedad. Asimismo, se ha optado por el criterio de audiencias a la hora de evaluar posiciones de dominio en el

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 accionario no tiene efecto alguno sobre el titular (artículo 36.3). Igualmente, la Ley establece que no se podrá adquirir una participación significativa⁴ 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 múltiple, o un canal múltiple 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.

Curiosamente, quizá los resultados sobre la concentración del mercado podían ser previstos sobre el texto de la norma. Si tomamos en cuenta la cotización bursátil de las dos mayores compañías del sector durante el proceso en el que la ley recorrió su itinerario parlamentario, el resultado es —aunque no se pretende profundizar en ello en esta investigación— esclarecedor: el valor en bolsa de la compañía Telecinco aumentó en esos apenas seis meses un 68%; el de Antena 3 Televisión un 39%.

⁴ 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).

Gráfico 1. Evolución del valor bursátil de Antena 3 Televisión y Telecinco durante el procedimiento legislativo de la LGCA (23/10/2009 al 12/04/2010)



Fuente: Elaboración propia sobre datos de cierre de cotización diaria en la Bolsa de Madrid

En el caso argentino, la investigación había mostrado durante años los problemas derivados de la concentración y la desregulación del audiovisual de la década de los noventa (Mastrini, 2013). La LSCA 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 licen-

cias 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. Pero además establece un mecanismo de desinversión para aquellos titulares de licencias que en el momento de sanción de la Ley no cumplieran con los requisitos previstos en la misma, si bien este artículo 161 es uno de los que más controversia generó de la Ley y sobre el que se plantearon cuestiones de anticonstitucionalidad durante el proceso de judicialización que vivió la Ley tras su sanción.

6. MEDIOS COMUNITARIOS O SIN FINES DE LUCRO

En lo que respecta al llamado Tercer Sector de la Comunicación o los Medios Comunitarios, el 33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura, están reservadas para personas de existencia ideal sin fines de lucro por la LSCA argentina. Además, esta norma no impone restricciones técnicas ni financieras a este tipo de prestadores e incluso establece que el 10% de los fondos recaudados por los gravámenes aplicados a los titulares de servicios de comunicación audiovisual serán destinados para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, como forma de fomento para este sector.

Sin embargo, en el caso español, aunque en el artículo 32 de la LGCA 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 se contempla en el caso argentino. En España no solo no se manifiesta una política de discriminación positiva hacia los medios comunitarios, sino que se les imponen limitaciones tanto para el tamaño de la explotación (100.000 euros de gastos de explotación anuales en el caso de las televisiones y 50.000 euros en el caso de las radios) como para las fuentes de ingresos (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.

Si a las limitaciones establecidas en la regulación, se unen las prácticas de las administraciones autonómicas, que no conceden licencias a medios comunitarios (Meda, 2010), la “posibilidad” de prestar servicios de comunicación audiovisual en España por parte de los medios comunitarios es reducida. Como resumía Badillo (2011, p. 79) “el modelo aplicado para la transición digital de la televisión local ha servido claramente para eliminar las escasas experiencias de televisión local del tercer sector que existían en

España”.

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 este y controle el respeto que estos guardan al principio del pluralismo.

7. ALGUNOS APUNTES SOBRE EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE AMBAS NORMATIVAS

En su reciente estudio de la aplicación de la LSCA, Marino (2014), con el foco puesto en el proceso de debate, sanción, judicialización y aplicación de la Ley, identifica tres etapas: la primera, denominada “de aplicación sesgada por causas externas” (noviembre de 2009 a diciembre de 2011); la segunda, “de aplicación sesgada por causas combinadas” (a partir del comienzo del segundo mandato de Cristina Fernández de Kirchner hasta el fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación en octubre de 2013); la tercera, de “adecuación (y aplicación sesgada)”, que se desarrolla desde aquella decisión judicial y mantiene características de las anteriores. En relación con este análisis conviene señalar que más allá de la batalla judicial, en el año 2011 se establecen las bases para el concurso de 220 licencias de televisión digital abierta en todo el país (Resolución 685/2011 y Resolución 686/2011). A pesar de que dichos concursos fueron finalmente suspendidos, dejaron entrever una ejecución de la LSCA muy distante de su espíritu original por dos razones fundamentales. En primer lugar, se publicaron sin un Plan Técnico previo y, especialmente importante para los concursos de Televisión Digital, sin un Plan Nacional de Desarrollo Integral de la Televisión Digital, hecho que acrecentaba la incertidumbre en torno a la fecha en la que sería posible cumplir el 33% del espacio radioeléctrico reservado para organizaciones sin ánimo de lucro. En este sentido,

Tabla 2. Análisis comparado de la variable Medios Comunitarios

Variable	Dimensiones		Argentina. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley 26522/2009	España. Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual	
Medios Comunitarios	Reconocimiento legal		<p>El artículo 21 reconoce como prestadores de los servicios de comunicación audiovisual también a las personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, sin fines de lucro. Asimismo reconoce esta capacidad a personas de derecho público estatal y no estatal.</p> <p>Además el artículo 89 establece una reserva del 33% del espectro para personas de existencia ideal sin fines de lucro. Del mismo modo para cada Estado provincial y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se reserva una frecuencia AM, una frecuencia FM y una (1) frecuencia de televisión abierta con sus respectivas repetidoras para cubrir la totalidad del territorio; para cada municipio se reserva una frecuencia de FM; para las Universidades Nacionales, en su territorio tienen una frecuencia de radio y una frecuencia de televisión abierta; los pueblos originarios tienen, en su territorio, licencias para una frecuencia de televisión abierta, una frecuencia de AM y una frecuencia de FM.</p>	<p>El artículo 32 establece que las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro podrán prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo.</p> <p>Además, este mismo artículo establece que la Administración General del Estado debe garantizar en todo caso la disponibilidad del dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.</p> <p>Estas licencias no pueden ser objeto de transmisión ni arrendamiento.</p>	
		Formas de fomento	Capacitación	No se establecen.	No se establecen.
			Producción y distribución	El artículo 97 establece que el 10% de los fondos recaudados por los gravámenes aplicados a los titulares de servicios de comunicación audiovisual serán destinados para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización.	No se establecen.
			Financiación directa	No se establecen.	No se establecen.
	Limitaciones	Técnicas	No establece restricciones para las emisoras comunitarias.	Los contenidos han de emitirse en abierto. (Art. 32).	
		Financieras	No establece restricciones para las emisoras comunitarias.	No se permite la comunicación comercial. (Art. 32). Salvo autorización expresa de la autoridad audiovisual, sus gastos de explotación anuales no podrán ser superiores a 100.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica. (Art. 32).	

Fuente: Elaboración propia

la ausencia de Plan Técnico, que la LSCA exige como condición para la apertura de concursos, es uno de los principales déficits que tiene hasta el momento la política de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). El Plan Técnico es necesario para evaluar si la apertura de licencias se realiza con base en una previa planificación del destino del espectro; para que

se conozca públicamente cuál es el mapa de licencias disponibles; para que se sepa cuántas de ellas serán explotadas por empresas comerciales, cuántas por el Estado y cuántas por organizaciones sin fines de lucro. Unos meses después aún no estaban claras estas cuestiones (Shmidt, 2013).

En segundo lugar, dichos concursos establecían un valor de los pliegos que en la

Ciudad de Buenos Aires se situaban entre los 40.000 y los 140.000 pesos (equivalentes a entre 9.756 y 34.147 dólares del momento), lo que constituía una clara barrera de entrada no solo a las organizaciones sin ánimo de lucro con menos recursos, sino también a las pequeñas productoras comerciales, cuestión que contradice directamente el espíritu general de la LSCA (Segura, 2013).

Desde la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual hasta el año 2012, su concreción sólo era visible en la asignación de licencias a municipios, provincias y universidades (ello no significa que hubieran comenzado a operar o que pudieran hacerlo); también en concursos para radios de baja potencia en algunas provincias y además en la promoción de contenidos con criterio federal que son organizados regularmente por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Segura (2013) señala algunas de las estrategias seguidas por los medios y productoras audiovisuales del sector social frente a los desafíos que se les presentan en términos de gestión económica e institucional:

Las opciones de financiamiento actualmente existentes son, entre otras, la cooperación internacional, publicidad oficial o privada, financiamiento del Estado o asociarse entre diversas organizaciones [...]. En lo que atañe a la gestión institucional, la mayoría de los medios y de las productoras audiovisuales del sector social están desarrollando alianzas estratégicas para acumular mayor poder relativo frente al Estado y frente a las empresas mediáticas. Así, a partir de la entrada en vigencia de la LSCA, muchas de estas organizaciones sin fines de lucro conformaron entidades de segundo y tercer grado a nivel nacional como, por ejemplo, la Federación Cooperativa de Productores de Contenidos Audiovisuales (FECOOP-TV). (Segura, 2013, p. 355).

Durante los años 2013 y 2014, los avances tampoco fueron grandes en materia de implementación, más allá del final del proceso judicial abierto tras la sanción de la norma. Marino (2014, p. 85) señala aún como deberes pendientes:

[...] garantizar la reserva del espectro, otorgar licencias a operadores sin fines de lucro donde el espectro está saturado por emisores comerciales, diseñar el Plan Técnico de Frecuencias

para conocer el mapa del espectro, dar cuenta de los resultados del censo realizado en 2010 para saber cuántos emisores existen y cuántas frecuencias hay disponibles. Por otro lado, persiste la demora en la apertura al otorgamiento de licencias a las cooperativas de varias ciudades que podrían ofrecer de modo inmediato el servicio de televisión por cable con calidades óptimas y a precios más competitivos que los operadores comerciales, sobretodo en ciudades donde existe un sólo operador y pertenece a un grupo oligopólico. Por último, pero no menos importante, la elaboración de pliegos específicos para el sector que los interpele como organizaciones sin fines de lucro, que den cuenta de sus vínculos con las comunidades que integran, que avalen y reconozcan su capital social es central, y aún es una demanda sin respuesta.

Esta es la encrucijada en la que viven los medios de comunicación alternativos o populares, sobre todo aquellos que no dependen de fundaciones o de organizaciones que los financien, para los que los pliegos para los concursos tienen las mismas exigencias, ya que la Ley no establece distinción entre tipos de medios sin fines de lucro. Sobre esta cuestión Shmidt (2013) explica:

Surge entonces la discusión acerca de cómo se debería desarrollar un medio comunitario, alternativo y popular, para que perdure en el tiempo y pueda implementar sus proyectos. El artículo 97 de la ley prevé que el 10% del fondo que se constituye con la recaudación que hace la AFSCA, a través de la AFIP, sea destinado a proyectos especiales para emisoras comunitarias, de frontera y pueblos originarios. Sin embargo aún esos fondos no fueron asignados y distribuidos. (Shmidt, 2013, p. 132).

En una investigación publicada recientemente (Marino, Mastrini, Becerra, Rubini, y Espada, 2015) se realiza precisamente una revisión del procedimiento seguido en la adjudicación de estos fondos a través de los concursos denominados Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA). Además analiza los avances en materia de otorgamiento de licencias, autorizaciones, permisos, reconocimientos y adjudicaciones que la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) ha gestionado desde la sanción de la

LSCA en adelante, específicamente aquellos avances que corresponden al sector de medios gestionados por organizaciones sin fines de lucro. Una de sus principales conclusiones hace referencia a la falta de concursos y adjudicaciones en aquellas zonas con mayor cantidad de medios no autorizados. Este texto justifica por tanto la necesidad de elaboración de un Plan Técnico nacional que permita elaborar un mapa de la disponibilidad de espectro total del país, que puede dividirse por regiones. A partir de esto resultaría posible constatar la cantidad de emisores que puede soportar el espectro radioeléctrico en las frecuencias aptas técnicamente para su uso. Sin este documento no resulta posible alcanzar la reserva del 33% del espectro radioeléctrico para el sector sin fines de lucro contemplada por la LSCA.

Con respecto al caso español, deben reseñarse en primer lugar las políticas tomadas inmediatamente después de la sanción de la LGCA. La Comisión Permanente del Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información publicó, el 25 de noviembre de 2010, el Proyecto de Real Decreto por el que se aprobaba el Reglamento General de prestación de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro⁵, con el fin de cumplir los últimos trámites para su promulgación. Después de las diferentes críticas que se hicieron al texto legal desde distintas asociaciones de referencia del sector como AMARC (Asociación Internacional de Medios Comunitarios) y la ReMC (Red Medios Comunitarios), el anteproyecto quedó finalmente paralizado (García García, 2013), pero conviene señalar que el mismo contemplaba restricciones importantes para el sector comunitario:

Uno de los más importantes es el límite de la potencia de emisión que se establece en el artículo 10. Muchas radios comunitarias trabajan con una potencia de entre 250 y 500w, sin embargo, el reglamento establece una potencia de 5w para poblaciones de más de 100.000 habitantes (lo que supone un alcance de 1 km), y 1w para las más pequeñas debido a la saturación del actual espectro de radiofrecuencias, lo cual les permitiría llegar sólo al 20% de

la población del término municipal desde el que emitan (Calvo, 2011, p. 7).

Meda (2012) realiza un análisis extenso y pormenorizado de los cambios efectivos tras la aprobación de la Ley 7/2010. Su análisis concluye con la denuncia acerca de la incompleta y parcial aplicación de la norma, que ya de por sí era bastante limitada en concesiones y reconocimientos con respecto a las reivindicaciones tradicionales que atañen a este tercer sector de la comunicación. Dos años y medio después de la sanción de la Ley, ninguna administración autonómica había concedido licencias a proyectos sin ánimo de lucro. En un texto posterior, Meda y Díaz (2014) denuncian nuevamente que no todas las autonomías habían modificado su normativa para adaptarla a la ley marco (sí lo habían hecho Canarias, Euskadi, Navarra, Galicia, Cantabria, Extremadura, La Rioja, Baleares y Catalunya), y solo un concurso de licencias (Navarra) había otorgado permisos de emisión a entidades sin ánimo de lucro (Xorroxin Irratia y Asociación ONG Pausu Media). Así mismo, ningún gobierno autonómico ni estatal había regularizado aún en ese momento las emisiones de televisiones comunitarias.

La Ley, en la práctica, por tanto no protege a los actores del tercer sector tanto como debería o como éstos esperaban. La mayoría de los medios comunitarios en España no han conseguido aún hoy licencia de emisión (Calvo, 2011; García García, 2013; Meda, 2012, 2014; Meda y Díaz Muriana, 2014).

Cabe señalar además que una de las primeras consecuencias de los cambios normativos del sector audiovisual ha sido la concentración sin precedentes del mercado, a partir de los movimientos empresariales anunciados a mediados de diciembre de 2009, etiquetados por algunos como “las fusiones del nueve” (Segovia y Luján, 2010, p. 17). Con ellas, los seis operadores de televisión presentes en España antes de la LGCA en el ámbito estatal se han visto reducidos a cuatro, tras el acuerdo que se hizo efectivo entre Telecinco y Cuatro, y Antena3 y LaSexta (Artero y Sánchez-Taberner, 2015; García Santamaría, 2013; García Santamaría y Fernández-Beaumont, 2012).

⁴ Se puede consultar el texto completo en: <http://www.ondacolor.org/descargas/reglamentecnservcatsi2010.pdf>

8. CONCLUSIONES

Este estudio ha mostrado las diferencias evidentes en materia de regulación de los sistemas mediáticos entre los gobiernos de Cristina Fernández y José Luis Rodríguez Zapatero en lo que a fomento de la pluralidad de actores se refiere, pese a la hipotética proximidad ideológica entre ambos gobiernos. Si

de la sociedad civil en el proceso de elaboración de la misma, su ejecución efectiva al completo está lejos de poder resolverse, y queda en manos de los organismos que la ley crea (AFSCA, CFSCA, Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual) el mantenimiento de una participación social activa en la implementación de la norma. Es necesario también apelar a

Tabla 3. Cuadro comparativo forma de regulación del sistema mediático

	Argentina. Ley 26522.	España. Ley 7/2010.
Expansión de medios estatales	+	-
Regulación restrictiva de los medios comerciales	+	-
Políticas que promuevan los medios comunitarios	+	-

Fuente: Elaboración propia

se atiende a las variables detalladas por Kitzenberger (2010) con respecto a la regulación mediática —expansión de medios estatales, regulación restrictiva de los medios comerciales y políticas que promuevan los medios comunitarios— el cuadro comparativo presentaría el aspecto de la tabla 3.

Las diferencias, por tanto, en las variables objeto de estudio —gestión del espectro y licencias, concentración, y medios comunitarios o sin fines de lucro— son evidentes entre ambas normativas. Sin embargo, se advierte que los problemas más graves se producen en la fase de implementación de las políticas públicas. Tener una situación jurídica oficialmente reconocida es importante para el desarrollo de nuevos actores en el tercer sector. No obstante, a pesar de ser reconocidos por organismos internacionales y de estar legitimados tanto por la legislación argentina como por la española, lo cierto es que en la práctica siguen viviendo en muchos casos en el limbo legal.

En el caso argentino, pese al potencial democratizador de la LSCA y a la implicación

una auditoría social y política que no permita demorar más la elaboración de un Plan Técnico Nacional que lo dote de legitimidad y clarifique el panorama mediático a medio plazo para facilitar también así el cumplimiento efectivo de la norma con respecto a la reserva del espacio radioeléctrico.

Por su lado, el análisis del caso español refleja una LGCA mucho más cercana a los objetivos de liberalización económica que a la lucha por los derechos sociales. Para Zallo (2010), la Ley sentencia la lógica de la concentración de empresas con posición dominante en cultura y comunicación en perjuicio del pluralismo y de la ciudadanía. Meda y Díaz Muriana (2014) coinciden en esta tesis advirtiendo que la desregulación de lo audiovisual en España solo ha favorecido la creación de oligopolios y el mercadeo con “el derecho a la comunicación de la ciudadanía, impidiendo su acceso a los medios y constriñendo la participación y la democracia”. (Meda y Díaz Muriana, 2014, p. 4).

En América Latina han sido las plataformas ciudadanas junto a los gobiernos de

corte progresista los que, conscientes de la problemática que acontece en torno a la concentración, politización, falta de pluralismo y diversidad del sector de los medios de comunicación, han venido impulsando iniciativas legislativas que ayuden a atajar o al menos a minorar los problemas (Dantas, 2013; De Moraes, 2011; Kitzberger, 2010). El control en la propiedad de los medios, una efectiva distribución del espacio radioeléctrico en tercios, independencia de los órganos de control y participación de la ciudadanía en su gestión, son algunas de las reivindicaciones que parten de estos colectivos (Meda y Díaz Muriana, 2014). En Argentina, en concreto, han sido ellos los principales responsables de que el debate, tantas veces velado por los propios interesados, se instalara en las calles y diera

en cierto modo como fruto los reconocimientos de la LSCA. Los problemas fundamentales en este caso, como se ha explicado, se dan en la fase de implementación.

En España resulta fundamental, por tanto, recuperar no solo la iniciativa pública sino también la ciudadana. No obstante, sería necesario además, en línea con lo que apuntan algunos autores (Bustamante, 2010; Bustamante y Corredor, 2012; Zallo, 2010), mantener abierto el debate sobre la implantación en los medios de una regulación anti-concentración capaz de limitar los abusos de posiciones dominantes y los excesos de poder de mercado, ya sea con carácter monomedia o multimedia, en los ámbitos estatal, territorial y local.

►Referencias Bibliográficas

- Albornoz, Luis 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., & 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 Ramón Zallo y Ángel Badillo (Eds.), *Mercado y políticas de cultura y comunicación en el mercado global. Actas del 3er Congreso Nacional de ULE-PICC España* (pp. 128-139). Salamanca: ULEPICC-España.
- AMARC. (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Buenos Aires: Fundación Ford.
- Artero, Juan Pablo, & Sánchez-Taberner, Alfonso (2015). Media and telecommunications concentration in Spain (1984-2012). *European Journal of Communication*, 30, 319-336.
- Badillo, Ángel (2011). Modelos de clivaje público/privado de la televisión subnacional en España. *AdComunica*, 1(1), 63-81.
- Badillo, Ángel, Mastrini, Guillermo, & Marengi, Patricia (2015). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas. *Comunicación y Sociedad*, 24, 95-126.
- Barata Mir, Joan (2006). *Democracia y audiovisual. Fundamentos normativos para una reforma del régimen español*. Madrid: Marcial Pons.
- Becerra, Martín (2014). Cinco años de la ley audiovisual: balance sin fanatismos. Recuperado el 13 de abril de 2015 de <https://martinbecerra.wordpress.com/2014/11/05/cinco-anos-de-la-ley-audiovisual-balance-sin-fanatismos/>
- Bustamante, Enrique (2010). Deterioro Democrático en España. La contrarforma audiovisual socialista. *Le monde diplomatique en español*, pp. 1-5.
- Bustamante, Enrique, & Corredor, Patricia (2012). La segunda legislatura (2008-2011). Balance Audiovisual del Gobierno de Rodríguez Zapatero. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 21(A), 297-314.
- Calvo, Elvira (2011). Las radios comunitarias tras la nueva Ley de Comunicación Audiovisual. *Derecom*, 7.
- Cavallin, Jens (1997). Public Policy Uses of Diversity Measures. En Robert G. Picard (Ed.), *Measuring Media Content, Quality, and Diversity* (pp. 105-174). Turku, Finlandia: Media Economics, Content and Diversity Project and Media Group, Business Research and Development Centre, Turku School of Economics and Business Administration.
- Dantas, Marcos (2013). *Avances en los procesos de comunicación en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.
- De Moraes, Denis (2011). *La cruzada de los medios en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- García García, Javier (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 5.
- García Santamaría, José Vicente (2013). Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. *Palabra Clave*, 16(2), 366-397.
- García Santamaría, José Vicente, & Fernández-Beaumont, José (2012). Concentración y pluralismo en el nuevo escenario audiovisual español. Análisis de la absorción de la cadena Cuatro por Telecinco. *Análisis*, 47, 57-74.
- Gómez, Ava Mariana, & Ramos, Juan (2014). Legislación y medios comunitarios Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela. *Palabra Clave*, 17(2), 484-516.
- Kitzberger, Philip (2010). The media activism of Latin America's leftist governments: Does ideology matter? *GIGA working papers* (151).
- Loreti, Damián (2011). El caso argentino y la nueva Ley de comunicación audiovisual. En Raquel Martínez-Gómez & Mario Lubetkin (Eds.), *Políticas, Redes y Tecnologías en la Comunicación para el Desarrollo* (pp. 199). Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Referencias Bibliográficas

- Marino, Santiago (2014). Vaivén: desgranar moralejas en la Argentina de la ley audiovisual. *Revista Observatorio Latinoamericano* (14), 79-92.
- Marino, Santiago, Mastrini, Guillermo, Becerra, Mart, Rubini, Carolina, & Espada, Agustín (2015). Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina 2014. Licencias, autorizaciones, permisos y fondos concursables. Recuperado el 20 de agosto de 2015 de <https://martinbecerra.files.wordpress.com/2015/03/diagnostico-medios-sin-lucro-unq-icep-mar2015.pdf>
- Mastrini, Guillermo (2013). *Las industrias culturales en Argentina* (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Mastrini, Guillermo, & Becerra, Martín (2006). *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo Libros / Instituto de Prensa y Sociedad (IPyS).
- Meda, Miriam (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*. Valladolid: Universidad de Valladolid, Ediciones Discordia.
- Meda, Miriam (2012). Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España. *COMMONS - Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1.
- Meda, Miriam (2014). *El tratamiento de los medios comunitarios en el marco de la Ley General de la Comunicación Audiovisual* (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Meda, Miriam, & Díaz Muriana, Javier (2014). El nuevo rumbo de las políticas audiovisuales. Las demandas ciudadanas y el ejercicio del derecho a la comunicación. Recuperado el 3 de septiembre de 2014 de http://www.researchgate.net/publication/263938642_El_nuevo_rumbo_de_las_politicas_audiovisuales_Las_demandas_ciudadanas_y_el_ejercicio_del_derecho_a_la_comunicacion
- Miguel De Bustos, Juan Carlos (2004). Sobre pluralismo y diversidad. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 16.
- Moraes, Denis De (2011). *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Puppis, Manuel, Haenens, Leen D., & Saeys, Frieda (2007). Broadcasting Policy and Regulatory Choices. En Leen D. Haenens & Frieda Saeys (Eds.), *Western broadcast models: structure, conduct, and performance*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co.
- Santander, Pedro (2013). La ley de medios en Chile y Argentina: tan cerca tan lejos. *Estudios del Mensaje Periodístico*, 19(2), 889-905.
- Sarikakis, Katharine (2004). *Powers in media policy: the challenge of the European Parliament*. New York: Peter Lang.
- Segovia, Ana I., & Luján, Luis (2010). Concentración y pluralismo en España ante el cambio digital. Ponencia presentada al II Congreso de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Málaga (España).
- Segura, María Soledad (2013). ¿Cómo ocupar el 33%? Condiciones y estrategias del sector social. *Question*, 1(38), 351-363.
- Shmidt, Eduardo (2013). Los medios comunitarios, alternativos y populares, la ley de medios y su efectiva aplicación. *Periferias*, 21, 117-136.
- UNESCO (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Recuperado el 13 de marzo de 2013 de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>
- Zallo, Ramón (2010). La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Marina Hernández Prieto es doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Salamanca en el año 2015 y profesora asociada del Departamento de Sociología y Comunicación de la misma Universidad desde el año 2013. Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Salamanca en 2006 y Premio Grado de Salamanca del curso 2008-2009, ha desarrollado su tesis doctoral "Políticas Públicas de Comunicación y Cultura. Estudio comparativo de las legislaciones audiovisuales de Argentina y España" bajo la dirección del Dr. Ángel Badillo Matos. Entre los años 2009 y 2013 ha sido beneficiaria del programa de formación de profesorado de la Universidad de Salamanca, financiado por el Grupo Santander. Actualmente forma parte del equipo de trabajo del proyecto de investigación "Diversidad de la industria audiovisual en la era digital", en el marco del programa estatal de I+D+i orientada a los retos de la sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad de España. Su principal línea de investigación se centra en el estudio de las políticas públicas de la comunicación desde la perspectiva de la economía política.

Contacto: marinahp@usal.es