

Guillermo Mastrini* y Damián Loreti**

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN: UN DÉFICIT DE LA DEMOCRACIA***

DESDE EL REGRESO a los gobiernos electos en elecciones generales en 1983, una de las mayores tareas pendientes en materia regulatoria es adecuar la legislación del sistema comunicacional a las necesidades del sistema democrático. Al igual que en el caso de la Ley de Entidades Financieras, una de las principales normas de la dictadura que continúa vigente es la Ley de Radiodifusión, sancionada durante el mandato de Jorge Rafael Videla (Ley 22285/80). Mantenerla ha resultado funcional a los distintos gobiernos que se sucedieron desde 1983, ya que permite –a través de la intervención del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), por ejemplo– un control directo sobre la política comunicacional. Igual situación se refleja en el marcado oficialismo de

* Profesor Titular de Políticas y Planificación de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Coordinador académico de la Maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes.

** Abogado, UBA. Doctor en ciencias de la información, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Director de la Cátedra UNESCO Libertad de Expresión FPYCS UNLP. Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

*** Una versión anterior de este artículo fue presentada al capítulo de “Políticas culturales” del Plan Fénix de la Universidad de Buenos Aires.

los medios de propiedad estatal, que permanentemente se han utilizado como agencias gubernamentales.

Por otra parte, el mantenimiento de la ley también ha resultado funcional, en parte, a los intereses de los grupos y empresas de comunicación. En primer lugar, porque ha postergado la entrada de nuevos actores al sistema, dado que la norma es previa al auge del proceso de convergencia entre la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual. En segundo lugar, porque el sector no tiene interés en que esta discusión se torne pública. Si hay un tema que prácticamente no es abordado por los medios de comunicación, es la información referida a la economía y la política de los medios de comunicación. Un sistema democrático exige transparencia informativa en todos los ámbitos. Dado que los medios masivos de comunicación se han transformado en el vehículo más importante de la información con la que los ciudadanos asumen muchas de sus decisiones políticas y económicas, pero a la vez son actores políticos con fuertes intereses económicos, resulta imprescindible garantizar el mayor grado posible de información sobre los propios medios. No es redundante recordar que los medios de comunicación pueden ser independientes de los gobiernos, pero nunca serán de sus intereses económicos y políticos.

El objetivo del presente artículo es analizar las diversas posibilidades existentes de generar políticas de comunicación de la democracia. Con dicho fin, se realizará un breve recorrido por las principales tendencias a nivel internacional en el área, para luego relacionarlas con la coyuntura argentina.

DIAGNÓSTICO INTERNACIONAL

El diseño de políticas de comunicación enfrenta, desde nuestro punto de vista, cuatro cuestiones principales: la concentración de la propiedad; la convergencia entre los sectores audiovisual, informático y de telecomunicaciones; el llamado “gobierno global de la comunicación”; y crecientes problemas en torno a los derechos de propiedad intelectual. Este diagnóstico puede ser alcanzado si se considera que durante los últimos veinte años se asistió a una profunda transformación de las políticas de comunicación. La llegada al poder del neoliberalismo afianzó una política global de destrucción del Estado de Bienestar que, tras la argucia discursiva de la “desregulación”, consumó un proceso que denominamos “re-regulación”. Se trata de una revisión de la regulación vigente con el fin de alcanzar una liberalización controlada del sistema, con actores privados reteniendo el control sobre las cuestiones clave del proceso (Mastrini y Mestman, 1996).

En políticas de comunicación, la re-regulación fue utilizada especialmente para eliminar restricciones a la concentración de la propiedad

de los medios de comunicación. Graham Murdock advierte con lucidez sobre la creciente contradicción que plantea el proceso de concentración entre el rol idealizado de la prensa como un recurso de la ciudadanía y su base económica de propiedad privada. Como se ha señalado, es imperioso volver a considerar cómo se articula un sistema productivo basado en la propiedad privada con un sistema político que presupone que una participación social plena depende en parte del acceso al máximo rango posible de información y análisis y a un debate abierto sobre los temas cotidianos, cuando esta información es controlada por muy pocos actores.

También se han revelado proféticos los discursos que anunciaban la inminencia de la convergencia de los sectores de la comunicación, la informática y las telecomunicaciones. El equipo de Yves Punie y Jean Claude Burgelman (Punie et al., 2002) ha indicado las dificultades del sector para encontrar un modelo de ingresos. Sin embargo, es evidente la tendencia del mercado a buscar un modelo de sustentación empresarial basado en el pago por contenidos. Ante este contexto, sólo un criterio regulatorio distinto del neoliberal puede llegar a permitir niveles de acceso a los bienes simbólicos que no resulten discriminatorios para los sectores de bajos ingresos.

El tercer factor a considerar, vinculado a los dos anteriores, es la creciente dificultad de los estados nacionales para establecer políticas en el área. Más allá de la estrecha relación que se puede observar entre el regulador y los regulados, y la “cooptación” del Estado y sus agencias regulatorias, también se ha advertido el creciente peso de instituciones internacionales en la definición de políticas de cumplimiento obligatorio, como los acuerdos supranacionales (Unión Europea, NAFTA, MERCOSUR) y las disposiciones de organizaciones como la International Telecommunication Union (ITU) o la Organización Mundial del Comercio (OMC). Los proyectos en esta última organización que incluyen los bienes simbólicos en sus acuerdos suponen, de implementarse, un importante desafío a la capacidad de los diversos estados para sostener políticas culturales, dado que inmediatamente serían acusadas de subsidios estatales que disuaden el libre comercio.

Los derechos de propiedad intelectual se han tornado una cuestión central para las industrias culturales. De hecho, es un punto en el que concurren las tres instancias antes mencionadas. Tanto la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) como la OMC se han mostrado sumamente activas en la materia, a la par de los grandes grupos concentrados que buscan proteger derechos y la posibilidad de multidistribución en los diferentes soportes que la convergencia parece abrir. En este sentido, los grandes grupos han presionado en favor de extender los plazos de derechos exclusivos (en perjuicio del dominio público), en desarrollar tecnologías que limiten la copia, y en buscar

mecanismos de sanción a los consumidores que evadan los mecanismos de paga de sus derechos. Si los derechos de autor fueron pensados como única forma de proteger a los creadores y a la creatividad, hoy asistimos a procesos que buscan mayoritariamente favorecer a quienes administran la producción de bienes culturales masivos y no tanto a los creadores (Gay Fuentes, 2003).

DIAGNÓSTICO DE LA ARGENTINA

Durante la década del noventa, las políticas de comunicación en la Argentina fueron contundentes y se materializaron en una fuerte centralización del capital, una parcial desnacionalización de la propiedad y una expansión de los mercados publicitarios. En materia de políticas de comunicación, el gobierno del presidente Néstor Kirchner ha mantenido las principales características de sus antecesores.

Tras un inicio arrollador, en el que se prometió un rápido cambio de la Ley de Radiodifusión de la dictadura, la agenda del COMFER en 2004 tuvo mayor afinidad con los intereses de los propietarios de medios. En mayo de 2005, sin que mediara reclamo público alguno, el gobierno suspendió el cómputo de las licencias de radiodifusión mediante el Decreto 527/05, favoreciendo a los grupos de medios concentrados surgidos en la década del noventa. A fines de 2005, y con dos años de demora respecto al fallo de inconstitucionalidad de la Corte Suprema, el Congreso de la Nación modificó el cuestionado artículo que impedía a toda institución sin fines de lucro acceder a licencias de radiodifusión. Sin embargo, mantuvo la exclusión a las cooperativas prestadoras de servicios públicos, con el argumento de evitar subsidios cruzados. Resulta curiosa y discrecional esta aplicación de normas anticompetitivas, en un país con altísimos índices de concentración de la propiedad en el sector, y que nada tuvo que objetar, por ejemplo, al momento de la fusión de Movicom y Unifón en Movistar.

Durante los años noventa, la Ley de Radiodifusión sufrió sucesivas modificaciones puntuales que permitieron una mayor concentración de capitales, la incorporación de nuevos actores transnacionales, y consagraron la multipropiedad de medios audiovisuales. Pero esos cambios no impidieron que el COMFER continuara intervenido ni que en el Parlamento naufragaran uno tras otro los intentos de sancionar una ley que democratice el funcionamiento del sistema de medios.

En toda América Latina se advierte que existen lazos informales entre el Estado y los propietarios de medios de comunicación. El predominio de un modelo comercial y privado se complementa con pactos no escritos de mutua conveniencia, que estimulan tanto la legitimidad del sistema político como la estructura de medios. De esta forma, los propietarios de medios gozaron de amplia libertad para operar en el

mercado, mientras que el Estado mantuvo un control informal sobre los contenidos. En un destacado trabajo sobre las relaciones entre la radio y el poder político en la Argentina, Rosa María Brenca y María Luisa Lacroix (1998) remarcan la existencia de un “privatismo oficialista”. Este modelo de relación atravesó distintas etapas históricas y aparece implícitamente aceptado por vastos sectores de la clase política. Es preciso aclarar que esta simplificación no excluye la existencia de contradicciones entre el sector político y el sector empresarial.

La dificultad de establecer un proceso regulatorio democrático, o incluso de alcanzar objetivos políticos al menos vinculados con el interés del público, no debe ocultar las características estructurales de la radiodifusión argentina. No puede obviarse la temprana dependencia y vinculación con el capital y la producción extranjera; el histórico centralismo del sistema en torno a Buenos Aires, tanto en la gestión como en la circulación de información y la producción de contenidos; la sistemática discriminación de los agentes no gubernamentales sin fines de lucro; la convalidación legal (generalmente a través de decretos presidenciales) de situaciones de hecho que vulneraban la ley; el no cumplimiento de la ley y su reglamento en determinados puntos (por ejemplo, los que exigen la publicidad de las cuentas de los medios o la autorización del Ejecutivo para realizar traspasos de acciones); la conformación de organismos de regulación y control con carácter centralista, unitario y directamente dependiente del Ejecutivo Nacional; la privatización de la ganancia y la estatización de las deudas. En estos aspectos, la continuidad de las directrices de política fue absoluta, más allá de las características de los diversos gobiernos, lo que denota un entramado social-institucional hegemónico que no ha podido ser resuelto en términos democráticos.

Otra continuidad histórica puede ser hallada en el manejo de los medios públicos que fueron utilizados, gobierno tras gobierno, como órganos de difusión de la actividad oficial, ante la indiferencia de la ciudadanía. Si bien se han producido cambios de autoridades en Canal 7 y Radio Nacional y ello provocó ciertas expectativas, no se logra despegar a los medios públicos de su imagen oficialista. También sigue siendo esperable la sanción de regímenes que garanticen marcos institucionales que los alejen de ser ejemplos de una radiodifusión gubernamental que ha contribuido al desprestigio de lo público.

PROPUESTAS PARA UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICO

Una política de comunicación que tenga en cuenta al conjunto de la sociedad no puede obviar la necesidad de que los medios del Estado sean públicos y no gubernamentales; debe asegurar la transparencia de la propiedad e intereses de los medios de comunicación; y establecer el

derecho de todos los ciudadanos y sus organizaciones a tener medios de comunicación en el marco de una política de estímulo al surgimiento y consolidación de medios de baja y mediana potencia. La sanción de una ley de radiodifusión que reemplace a la sancionada por la dictadura militar debería ser el resultado de un importante debate social que consagre estos principios.

Seguidamente apuntaremos algunos lineamientos de tipo jurídico, a fin de plasmar en herramientas los principios apuntados.

LOS SISTEMAS ESTATALES

En cuanto a los sistemas estatales de radiodifusión señalamos que, pese a que la cuestión del pluralismo no está relacionada únicamente con la propiedad, sí, por el contrario, debe ser juzgada según la independencia profesional, la calidad, la integridad de la información y la variedad de posibles elecciones genuinas que puede tener el público a su disposición.

Debe tenderse a la formulación de sistemas estatales no gubernamentales de gestión pública, lo que equivale a decir que no sólo el Estado como propietario sea el que esté en condiciones de opinar, decidir y participar. La condición de público habrá de obtenerse por vía de mecanismos de gestión democráticos y participativos. En este sentido, señalamos que el servicio estatal de radiodifusión no tiene por qué implicar impedimentos para la existencia del mercado de los medios de comunicación privados.

De hecho, la radiodifusión pública puede compensar las deficiencias del mercado para cubrir la información de modo independiente y ofrecer ámbitos de experimentación, aparición de nuevas formas expresivas y amparo a las creaciones culturales propias. Sin perjuicio de lo expuesto, las líneas de financiamiento deben ser prioritariamente públicas y presupuestarias, pero sin dejar de atender que el aporte privado es una realidad palpable en el conjunto de los países de Occidente por diversas vías, que van desde el impuesto específico para el sostenimiento directo hasta el tributo personal de los tenedores de aparatos de recepción.

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Un elemento clave en el marco de la denominada “sociedad de la información” es definir una política clara en relación con los derechos de la propiedad intelectual. Se advierte una tendencia importante en el plano internacional en presentar una negación pertinaz al reconocimiento del uso y goce de los derechos de propiedad intelectual de autores, intérpretes y creadores.

Los principios de los derechos de autor que desde hace tiempo están establecidos y definidos en las normas internacionales, con rango y convenios diversos tales como el Convenio de Berna, el Convenio

de Roma y los instrumentos para la incorporación de los procesos de digitalización de OMPI o el acuerdo TRIPs, aunque no necesariamente inspirados en misma línea que el reconocimiento a la creación cultural que se hace desde la perspectiva de los derechos humanos. El retraso en nuestro país sobre la materia no debe preocuparnos sólo en razón de la falta de adaptación a nuevas tecnologías, sino de incorporar a los trabajadores como participantes en las ganancias que resultan de explotar producciones culturales como si los derechos morales no existieran y los patrimoniales hubieran sido objeto de cesión.

Los derechos morales y patrimoniales son un elemento fundamental que garantizará normas elevadas de contenidos en los medios de comunicación de modo plural y creativo. De lo contrario, sólo se exhibirán producciones antiguas que devenguen ingresos publicitarios y no signifiquen costos laborales o de derechos.

En algunos campos de la comunicación, los empresarios utilizan mecanismos de precarización contractual para desplazar la relación de trabajo hacia otras modalidades de contratación. En las actividades culturales, esta situación es particularmente grave, ya que la relación de ajenidad típica del trabajador constructor de bienes físicos es reemplazada por la identificación del creador por interpretación, autoría o apoyatura técnica o producción para la obtención de un producto cultural único e irrepetible.

Asimismo, la digitalización y la innovación tecnológica permiten la utilización y reutilización de las producciones e imágenes de estos grupos de trabajadores en términos insospechados, lo que nos lleva nuevamente a la necesidad de contemplar las cuestiones que rodean a la propiedad intelectual en cuanto a derechos morales y patrimoniales.

En cuanto a políticas de tipo fiscal y desgravamiento, habremos de enfatizar la necesidad de llevar a la OMC planteos que permitan el sostenimiento de cláusulas de preferencia y protección en materia de contrataciones por parte del Estado, y de medidas fiscales y parafiscales para la producción y los servicios locales.

Sin perjuicio de ello, sería deseable una línea de políticas de desgravación parcial a los productos y servicios audiovisuales declarados de interés cultural o educativo. Y en ningún caso las desgravaciones deben ir dirigidas a la disminución de contribuciones o aportes que sean salarios indirectos.

En todos los casos, máxime en un medio en el cual el acceso a los créditos tiene una dificultad notoria –aunque innecesaria e incomprensible, dado su valor estratégico–, una vía de desgravamiento debe ir en esa dirección, independientemente de las políticas de subsidios directos con fondos presupuestarios que se entiendan pertinentes.

Finalmente, en orden a una síntesis propositiva, y pese a que de acuerdo a nuestro entendimiento la radiodifusión es el ejercicio de la libertad de prensa por un soporte tecnológico diferente del papel, la ley no la define de ese modo.

ASPECTOS SALIENTES DE LA LEY

A veintidós años de la reinstauración del régimen democrático, pocas deudas pueden reprocharse a los legisladores como la inagotable y aún poco fecunda discusión sobre la Ley de Radiodifusión. Más aún, la situación se agrava cuando registramos que las tres últimas leyes aplicables en materia de radiodifusión devienen de gobiernos de facto, como fueron las sancionadas en 1957 (Decreto-ley 15460/57, ratificado por la Ley 14467), en 1972 (Decreto 19798, llamado Ley de Telecomunicaciones, cuyo título V comprendía las normas sobre radiodifusión) y en 1980, que resulta ser la propia Ley 22285/80 hoy vigente.

Existen, por cierto, características de la Ley 22285 que hacen que la mayoría de quienes guardan relaciones con los medios de comunicación social electrónicos la repudien, sin que esta aseveración excluya a las propias autoridades. Veamos.

En principio, la ley resulta centralista en exceso, autoritaria y discriminatoria. La caracterizamos como centralista porque toda su aplicación está ceñida al Poder Ejecutivo o a organismos dependientes del mismo (COMFER o Secretaría de Comunicaciones), dejando de lado por completo a las provincias. La entendemos autoritaria en tanto su propio articulado limita el funcionamiento de los medios –y la información transmitida– a las necesidades de la seguridad nacional. Y la definimos como discriminatoria en la medida en que excluía de la facultad de ser permisionario a toda entidad legal que no sea una sociedad comercial regularmente constituida. Este aspecto fue solucionado por la Ley 26053, aunque en la segunda revisión por el Senado se desnaturalizó la corrección incorporada por la Cámara de Diputados al admitir a las entidades de servicio público sin fines de lucro que cumplieran ciertas pautas no predatorias. Inconstitucionalmente –por violación del artículo 81 de la Constitución Nacional que impide modificar parcialmente los textos en revisión, ya que deben aceptarse o rechazarse– se excluyó a las cooperativas que presten estos servicios aunque cumplieran con las prevenciones no predatorias.

Respecto a los medios comprendidos en la ley y definidos como servicios, encontramos a la televisión y radio abiertas, cuyas licencias se deben adjudicar por concurso público, por una parte; y a los servicios complementarios (cables, antenas comunitarias, televisoras codificadas, etc.), cuyas licencias se adjudican por autorización directa del COMFER.

Del mismo modo se adjudican las licencias para los servicios estatales de las provincias, las municipalidades, las universidades estatales y el propio Estado Nacional.

En cuanto a las autoridades de aplicación, la ley atribuye estas facultades al Comité Federal de Radiodifusión para el control, fiscalización, registro y otorgamiento de emisoras, y a la Secretaría de Comunicaciones de la Nación para la realización de las tareas técnicas relacionadas con la adjudicación y control de operación de las frecuencias.

En materia de contenidos, sigue teniendo visos de autoritarismo al admitir las restricciones por razones de seguridad nacional en el artículo 7 y, tras las modificaciones introducidas por los decretos 1062/98 y 1005/99, admite una capacidad de concentración casi sin antecedentes en la economía nacional y frente a la cual las condiciones de la ley de defensa de la competencia ha demostrado casi nula suerte –tanto en lo que hace a la conformación de oligopolios por vía de la propiedad, como en lo referente a las condiciones de explotación de los derechos de exhibición de eventos de interés público.

Lo deseable y respetuoso de los principios de derechos humanos sería una legislación que permitiera la aparición de nuevos medios, desconcentrara lo actualmente establecido y garantizara un desarrollo mayor de expresiones culturales propias, respetando los derechos de trabajadores, intérpretes, autores y creadores.

Una agresiva política editorial que dé cuenta de las mejores ventajas competitivas argentinas no es una utopía. La presencia de creadores y las coyunturas cambiarias pueden permitir el restablecimiento de la Argentina como polo productivo de la región. Lo mismo respecto a la provisión de servicios y productos digitales.

En el marco de la industria cinematográfica, medidas recientes han permitido el fortalecimiento de los espacios audiovisuales nacionales. Medidas similares con la industria publicitaria –hoy destrozada por el uso de “cortos extranjeros” y las “PNT”¹– serían muy bien recibidas por la actividad y son constitucionalmente imprescindibles a tenor del artículo 75, inciso 19, que obliga al Estado a proteger y promover los espacios audiovisuales nacionales. En defensa de la diversidad cultural, propiciamos el resguardo de espacios para la creación y exhibición de obras locales y regionales, evitando de esa manera el camino en una sola dirección que pretenden imponer los grandes grupos multinacionales hacia el resto del mundo. Es decir, aspiramos a la libertad de poder producir y exhibir lo propio y, al mismo tiempo, tener acceso a la más variada producción extranjera.

1 Publicidad No Tradicional: se trata de la publicidad inserta de distintas maneras dentro de los programas.

Pero en virtud de las desigualdades económicas que hoy existen y la concentración multinacional de medios, no será posible gozar de esa libertad si todo queda al exclusivo arbitrio de las reglas del mercado. La cultura requiere de nuestros gobiernos políticas claras y definidas y, sobre todo, continuidad. Si bien el comercio juega un rol importante en ella, las líneas de acción deben estar regidas por el interés ciudadano y de soberanía, y basadas en el respeto a los derechos humanos, garantizando la libertad de expresión y el derecho a la información.

No existe razón alguna para que quienes trabajamos en las industrias culturales seamos excluidos a la hora de discutir los perfiles de políticas nacionales para un pleno desarrollo de la industria del cine, la música, el libro, la radiodifusión, las artes escénicas, etc., buscando preservar los valores e identidades locales en el mensaje a transmitir.

Es necesario que todos trabajemos para el establecimiento de normas que sirvan a la sociedad en su conjunto. La globalización no significa uniformidad. Es preciso luchar por un mundo donde se valore la diversidad cultural y la lingüística.

Porque si se barre con el universo cultural de cada lugar, entonces el hombre mismo pasará a ser un objeto vendible, un producto de intercambio, un ser que, en definitiva, perderá hasta el sentido y la felicidad de vivir.

Más convencidos que nunca de que los bienes culturales, su producción y preservación constituyen la base fundamental de la identidad de una Nación, convocamos y nos sumamos a su defensa, en un desafío impostergable.

Las siguientes son algunas propuestas en ese sentido.

- Garantizar el derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio y la televisión.
- Pensar la radiodifusión como una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura y no solamente como un simple negocio comercial.
- Garantizar la independencia de los medios de comunicación.
- Las frecuencias radioeléctricas no deben transferirse, venderse ni subastarse. Las frecuencias radioeléctricas pertenecen a la comunidad, son patrimonio común de la humanidad, y están sujetas por su naturaleza y principios a legislaciones nacionales así como a tratados internacionales. Deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos y adjudicadas por períodos de tiempo determinado a quienes ofrezcan prestar un mejor

servicio. La renovación de las licencias estará sujeta a audiencia pública vinculante.

- La promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión.
- Deberán adoptarse políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación.
- Deberá mantenerse un registro público y abierto de licencias.
- Garantizar que todos los ciudadanos e instituciones legalmente constituidas puedan acceder a la titularidad de licencias de radiodifusión.
- Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales.
- Garantizar cuotas para la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia.
- La publicidad sonora y audiovisual deberá ser de total producción nacional y deberá siempre diferenciarse de los contenidos de la programación.
- Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia.
- La autoridad de aplicación deberá respetar en su constitución el sistema federal y estará integrada además por organizaciones de la sociedad civil no licenciatarias y por representantes de las entidades representativas de los trabajadores de los medios y de las artes audiovisuales.
- Se creará la figura de la “Defensoría del público”, con delegaciones en las provincias, que recibirá y canalizará las inquietudes de los habitantes de la Nación.

BIBLIOGRAFÍA

- Brenca, Rosa María y Lacroix, María Luisa 1998 *Radio y poder en la Argentina 1920-1953. Notas para la historia de la radio en la Argentina* (Buenos Aires: Universidad Nacional de Lomas de Zamora).
- Gay Fuentes, Celeste 2003 “El derecho de propiedad intelectual: por un nuevo equilibrio entre creadores e interés general” en Bustamante,

Enrique (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital* (Barcelona: Gedisa).

Mastrini, Guillermo y Mestman, Mariano 1996 “¿Desregulación o re-regulación? De las derrotas de las políticas a las políticas de la derrota” en *Cuadernos de Información y Cultura* (Madrid: Universidad Complutense) N° 2.

Murdock, Graham 1990 “Redrawing the map of communications industries: concentration and ownership in the era of privatization” en Ferguson, Marjorie (ed.) *Public communication: the new imperatives* (Londres: Sage).

Punie, Yves; Burgelman, Jean Claude y Bogdanowicz, Marc 2002 “El futuro de las industrias de medios informativos. Factores de cambio y escenarios posibles para 2005 y después” en *Revista Telos* (Madrid) N° 53, octubre.