

GUILLERMO MASTRINI · MARTÍN BECERRA
editores

MEDIOS EN GUERRA

Balance, crítica y desguace de las
políticas de comunicación **2003-2016**

M. BECERRA · G. MASTRINI
*LA LEY DE SERVICIOS
DE COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL: PROCESO
DE CONSTRUCCIÓN
Y CONTENIDOS BÁSICOS*

M. BECERRA · G. MASTRINI
*LAS POLÍTICAS
DE COMUNICACIÓN
DEL KIRCHNERISMO
Y LA AGENDA PENDIENTE*

SANTIAGO MARINO
*LOS CLAROSCUROS
DE LAS POLÍTICAS
DE COMUNICACIÓN*

AGUSTÍN ESPADA
*UNA OPORTUNIDAD
PERDIDA: LA LEY Y LOS
MEDIOS SIN FINES
DE LUCRO*

LORENA RETEGUI
*ACCESO Y PARTICIPACIÓN
DE LA SOGEDAD CIVIL:
UNA PLATAFORMA DE
CRÉDITOS Y DEUDAS*

Prólogo: **MARÍA O'DONNELL**

M. BECERRA
MACRI Y LO QUE SIGUE

Editorial Biblos
Comunicación Medios Cultura

Índice

Prólogo	
<i>María O'Donnell</i>	9
Introducción	
La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: proceso de construcción y contenidos básicos	
<i>Guillermo Mastrini y Martín Becerra</i>	11
Las políticas de comunicación del kirchnerismo y la agenda pendiente	
<i>Martín Becerra y Guillermo Mastrini</i>	21
Los claroscuros de las políticas de comunicación en torno a la ley audiovisual	
<i>Santiago Marino</i>	59
Una oportunidad perdida: la ley y los medios sin fines de lucro	
<i>Agustín Espada</i>	79
Acceso y participación de la sociedad civil: una plataforma de créditos y deudas	
<i>Lorena Retegui</i>	115
Macri y lo que sigue	
<i>Martín Becerra</i>	135
Los autores	153

ISBN 978-987-691-543-4



9 789876 915434

Este libro analiza el resultado de una política que se transformó en un frente de batalla central para la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner y concluye con “la restauración”, término elegido para describir el abordaje del presidente Mauricio Macri.

La discusión sobre el rol del periodismo, los intereses de los dueños de los medios y la circulación de la información nunca fue tan intensa como en los años que abarca esta obra. Los autores analizan cada aspecto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, más conocida como la Ley de Medios. Repasan las dificultades que encontró para su ejecución en razón de la resistencia de los grupos mediáticos que veían sus intereses afectados, al tiempo que destacan la discrecionalidad con que el kirchnerismo aplicó el nuevo marco regulatorio (y del análisis surge una paradoja: cómo la subordinación de la política de comunicación a objetivos políticos afectó de manera sustancial las posibilidades de éxito de la primera). Analizan Fútbol para Todos, la propaganda, la gestión de los medios públicos y el reparto de la publicidad oficial, herramientas con las que el kirchnerismo buscó sortear la intermediación de los medios con los que confrontó, y fijan una necesaria distinción entre la comunicación política y las políticas de comunicación, que muchas veces se confunden.

Con una mirada crítica respecto del período que abarcan, los autores refrendan, una vez más, su inquebrantable compromiso con las políticas públicas que desalientan la concentración del mapa de medios y una verdadera democratización de la comunicación.

(Del prólogo de María O'Donnell)

Editorial Biblos
Comunicación Medios Cultura

Editado con el apoyo
de FESMEDIA LATINOAMÉRICA
<http://fesmedia-latin-america.org/>