



**Tipo de documento: Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Tomala vos, dámela a mí: La (¿nueva?) conformación de los grupos multimedia a partir de los planes de adecuación a la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Federico Matías Santanocito**

**Santiago Marino, dir.**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2016**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





**Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Sociales  
Carrera de Ciencia de la Comunicación Social**

**Tesina de Grado**

**Título:**

Tomala vos, dámela a mí. La (¿nueva?) conformación de los grupos multimedia a partir de los planes de adecuación a la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual

**Tutor de la tesina:  
Dr. Marino, Santiago**

**Tesista:  
Santanocito, Federico Matías  
DNI 25999994**

**Entrega Febrero 2016**

Santanocito, Federico Matías

Tomala vos, dámela a mí : la (¿nueva?) conformación de los grupos multimedia a partir de los planes de adecuación a la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual / Federico Matías Santanocito. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Carrera Ciencias de la Comunicación, 2020.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-950-29-1824-2

1. Comunicación Audiovisual. 2. Adecuación. 3. Regulación. I. Título.  
CDD 302.2

La Carrera de Ciencias de la Comunicación no se responsabiliza de las opiniones vertidas por los autores de los trabajos publicados, ni de los eventuales litigios derivados del uso indebido de las imágenes, testimonios o entrevistas.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina (CC BY-NC-ND 2.5 AR)

## **Agradecimientos**

A Gilda e Iván, que siempre me apoyaron.  
A Santiago Marino, por su apoyo y sus aportes.

## Índice

1. Introducción.....	4
2. Marco teórico.....	6
3. Estrategia metodológica.....	21
4. Estado del arte.....	23
5. Marco regulatorio: La matriz del sistema de medios. Los capítulos de la Ley 26.522 que apuntan a la desconcentración.....	26
6. Sistematización de los planes de adecuación caso por caso.....	30
6.1 Grupo La Capital: Mar, Aldrey y mucha Plata.....	30
6.2 Cadena 3: “Seguimos adelante” ... los mismos.....	33
6.3 Radiocadena Eco: Al final, lo primero es la familia.....	36
6.4 Inversat: Salida de dos accionistas.....	39
6.5 Grupo Ick: Los medios del imperio, a salvo.....	40
6.6 Castiglione – Ahumada: Satélites del Grupo Ick.....	42
6.7 Radiodifusora Cero: Las licencias para el pibe.....	45
6.8 Grupo Indalo: El desembarco de Cristóbal.....	47
6.9 Radio Visión Jujuy: Una familia con medios y poder político.....	49
6.10 Nemesio: Jorge Ricardo y familia rearman su grupo.....	51
6.11 Prisa impone condiciones.....	53
6.12 Telefónica mantiene el control de Telefe.....	56
6.13 Grupo Uno: Vila-Manzano reordenan para que nada cambie.....	58
6.14 Olarte y Rolandi: Satélites del Grupo Uno.....	65
6.15 Grupo Inverfive: Todo queda en familia.....	68
6.16 Grupo Clarín: Divide pero no divide, vende pero no vende.....	70
6.17 El Hombre Mil S.A: Satélite de Clarín.....	82
7. La respuesta del mercado ante la intervención estatal en el área. De los lobbies a las gambetas a la ley: la judicialización y la elusión de la desinversión.....	84
a. Del lobby a las sombras al enfrentamiento público.....	84
b. La batalla judicial y el 7D: la estrategia de la cautelar permanente.....	90
c. Elusión de la desinversión. El reparto de los medios como estrategia para eludir los límites a la multiplicidad de licencias.....	92
8. Conclusiones: los límites de la desconcentración y la desinversión como herramientas centrales para la democratización de la palabra.....	96
9. Bibliografía. Tesinas consultadas.....	98
10. Anexos.....	103

## 1. Introducción

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) promulgada por el Congreso argentino el 10 de octubre de 2009 establece un nuevo paradigma para analizar el campo de la comunicación y los actores involucrados. La ley 26.522, luego de amplios y extensos debates, viene a reordenar el espectro mediático, que estaba regulado por la Ley de Radiodifusión 22.285 dictada durante la última dictadura cívico-militar y por las decenas de modificaciones realizadas por todos los gobiernos democráticos posteriores. El texto de la Ley obliga, en un contexto de oposiciones declamadas y judicializadas, a los adjudicatarios de licencias a adecuarse a los límites de multiplicidad de las mismas, con el objetivo de limitar la concentración, abrir la entrada de nuevos actores y “democratizar la palabra”.

La mirada sobre las políticas de comunicación y las legislaciones vigentes no es un problema técnico, sino un problema político que permite identificar cuáles son los sectores que se benefician con las mismas. En este sentido, es necesaria una mirada crítica y exhaustiva sobre los planes de adecuación presentados por los licenciatarios ante la Administración Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), para ver cuál es la respuesta de los actores empresariales del mercado a las limitaciones y en qué medida se modificaría la matriz oligopólica.

La hipótesis de este trabajo es que, frente a los límites a la multiplicidad de licencias de servicios de comunicación audiovisual impuesta por la ley, la estrategia de los licenciatarios es la de mantener el control mediante la reorganización y/o el reparto de las licencias entre los mismos accionistas u otras personas con diversas vinculaciones, lo que impone una fuerte barrera al objetivo de la ley de democratizar la palabra a través de la desconcentración.

Algunas de las preguntas que guiarán este informe de investigación son: ¿en qué consisten los planes de adecuación presentados en relación con la multiplicidad de licencias? Los medios en los que habría que “desinvertir”: ¿quedan disponibles para la entrada de nuevos licenciatarios o quedan en manos de las mismas personas, empresas y/o grupos mediáticos? En consecuencia, si la estrategia de los grupos de medios es eludir la desinversión, ¿le pone un límite a la desconcentración como herramienta central para la democratización de la palabra?

Para intentar responder a estas preguntas, el recorrido de este trabajo se enmarca en las tradiciones teóricas de la comunicación y de otras disciplinas consideradas pertinentes, expuestas en el capítulo 2, y en la estrategia metodológica que utilizaremos, detallada en el capítulo 3. En el siguiente, se describe el estado de situación sobre las tesinas con temas ligados a la LSCA. En el capítulo 5, se realiza un

breve análisis de la matriz del sistema de medios a partir de su sanción, centrado principalmente en el repaso de los artículos vinculados de manera directa a la desconcentración. En el capítulo 6, una sistematización de todos los planes de adecuación vinculados a la multiplicidad de licencias nos permitirá encontrar variantes e invariantes en las respuestas de los actores empresarios del mercado de medios frente a la regulación estatal, analizadas en el capítulo 7, que oscilaron entre el lobby, la judicialización y la elusión de la desinversión. En el capítulo 8 se expresan algunas consideraciones finales sobre esta investigación, que se completa, luego del listado de la bibliografía utilizada, con los anexos, tanto de elaboración propia como tomados de otras fuentes.

Más allá de la conformación real en la que desemboque cada uno de los grupos mediáticos si se ponen en práctica las desinversiones, este trabajo pretende ver cómo responde el mercado, los límites que impone el organismo de control a la multiplicidad de licencias y cuál sería el impacto en la liberación de espacios para la entrada de nuevos actores.

A lo largo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires hemos visto en profundidad las distintas etapas de este campo de investigación, como así también un recorrido por los conceptos y la historia de las políticas públicas de comunicación, además de estudios específicos de legislación comparada que son herramientas e insumos indispensables para el análisis del sistema de medios en la Argentina.

## 2. Marco teórico

El desarrollo de la investigación de los planes de adecuación a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual necesita de una serie de herramientas teóricas que lo enmarquen. Los conceptos teóricos que sostienen este trabajo provienen de distintas disciplinas que abonan el trabajo en el campo de la comunicación y las industrias culturales, que desde su surgimiento se fue conformando con aportes de distintas teorías y corrientes de pensamiento.

Excede a nuestra investigación la realización de un recorrido por los avatares teóricos y prácticos de la Comunicación, pero es indispensable destacar una serie de conceptos que serán las claves para poder llevar adelante una mirada crítica sobre la aplicación de la ley, particularmente en lo concerniente a la adecuación a los límites de la multiplicidad de licencias, que es el tema que abordaremos con mayor profundidad.

Nos apoyamos en la tradición viva de la economía política de la comunicación, abonada por una gran cantidad de investigadores e intelectuales que sostienen una mirada crítica de la comunicación y de las industrias culturales. Se cruzan distintos campos de investigación en la crítica de la economía política porque, siguiendo a Ramón Zallo (2011:20), “la economía crítica, desde su propia metodología, necesita complementarse con una teoría social y con una teoría del poder, lo que invita a la flexibilidad y a la integración o, al menos, al manejo de varios campos afines”. En América Latina, en la década de 1970 se abonó la discusión sobre la democratización de la comunicación impulsando la lucha por establecer Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que tuvieran como eje el derecho a la comunicación, el acceso y la participación y las concepciones sobre el servicio público, cuestiones que hoy mantienen su vigencia para repensar la democratización del sistema de medios en la Argentina en el marco de los procesos vigentes de concentración, convergencia y gobernanza global.

La mirada sobre las políticas de comunicación y las regulaciones vigentes no es un problema técnico, sino un problema político que permite identificar cuáles son los sectores que se benefician –o son beneficiados- con las mismas. Como afirma Margarita Graziano (1988), es necesario tener en cuenta el paradigma desde el que se analiza una determinada normativa, ya que en muchos casos el error es que “se ha partido de la enunciación de las metas (legislación) sin antes tener en claro y haber actuado en forma concreta sobre los grandes objetivos (política)”. Es por eso que consideramos que el análisis de la LSCA no puede perder de vista el paradigma general que contiene las políticas de comunicación que se plasman en la letra de la ley.

En este sentido, es importante someter a una observación crítica y exhaustiva

lo que se desprende del cumplimiento de la nueva LSCA, en nuestro caso enfocando particularmente de los artículos relacionados con la multiplicidad de licencias y la desinversión, que permiten dilucidar qué incidencia tienen los mismos en la limitación de la concentración del mercado mediático y cómo influye en la correlación de fuerzas entre las empresas de medios, los trabajadores y los medios alternativos y sin fines de lucro. Coincidimos con la escuela crítica que encuentra en la concentración de la propiedad uno de los principales mecanismos del capitalismo para sostenerse, en contraposición con las posiciones intermedias que, si bien no avalan este análisis, reconocen la necesidad de limitarla, y con la perspectiva liberal, que sólo critica los casos extremos como el monopolio.

Se trata de pensar los medios y nuestra cultura en un campo que, como indica Santiago Gándara (2010), “en su origen, tenía la impronta de la impugnación y de la crítica”. El alejamiento de la tradición crítica “expresa los profundos desplazamientos en los estudios de comunicación y cultura que pasaron de la denuncia y la propuesta de alternativas frente a la “invasión” de la cultura masiva y el imperialismo cultural (en su etapa de autonomización, durante los sesenta y setenta) al análisis de las complejas relaciones a través de las cuales la cultura popular se “conecta” con la masiva (etapa de institucionalización, en los ochenta) para terminar en la celebración de una hegemonía massmediática que reorganiza fatalmente el universo cultural (profesionalización, en los noventa)”. Por eso es importante el llamado de atención de Mattelart (2011) sobre “las derivas del culturalismo” en la teoría crítica que borra de las investigaciones las nociones de dominación y la de dominado y de las relaciones y redes de poder, como consecuencia del giro etnográfico que eleva de manera religiosa el poder activo de las audiencias.

Estamos de acuerdo con este autor en que “la figura que orienta el campo de estudios de la economía política de la comunicación desde su fundación no es evidentemente la del consumidor frente a la oferta de productos culturales o de artefactos tecnológicos, sino la ‘demanda social’ [que] emana de sujetos-ciudadanos, y no de ciudadanos-consumidores, dispuestos en una configuración de relaciones asimétricas” (Mattelart, 2011:166). Es necesario pensar e investigar rigurosamente sin perder de vista la mercancía y la producción de la misma, la emisión, si se nos permite el término jackobsoniano, que fue dejada de lado para poner en el centro la recepción, los usos y gratificaciones, el culturalismo, y otras concepciones que ponen a un costado, o debajo de la alfombra, el análisis sobre la economía política, las empresas de medios y las mercancías de la industria cultural que forman parte de un juego de poder y de profundas desigualdades y asimetrías. Podemos apoyarnos en Francisco Sierra (2011:207) para concluir en este punto en que los estudios sobre las industrias culturales se han apartado “de la base material y, en gran medida, también de la política”.

Vincent Mosco (2011:72) sostiene que “la investigación histórica en la economía política de la comunicación ha empezado a enfatizar la resistencia, y no sólo la historia oficial de cómo los poderosos ejercen su dominio”, por lo que se está “experimentando un giro respecto al punto de vista central desde un enfoque centrado en el capital, en las corporaciones dominantes y las élites hacia los enfoques alternativos inspirados en la investigación feminista y la del trabajo”. En este sentido, consideramos que este giro de una de las tendencias que identifica el autor en la economía política de la comunicación debe incluir también una mirada sobre las distintas experiencias en el campo de la comunicación alternativa. Las distintas expresiones que habitualmente se engloban bajo el concepto de *medios de comunicación alternativos*, deben ser tenidas en cuenta ya que el texto de la ley 26.522 los pone en escena como uno de los destinatarios del proceso de desconcentración buscado. La situación de los medios alternativos y las organizaciones sin fines de lucro que participan o pretenden hacerlo en el sistema de medios adquirió una gran relevancia al darle la sanción de la ley un marco institucional a su participación en el mercado mediático. La LSCA destina el 33 por ciento del espectro para medios “sin fines de lucro”, una categoría que abarca un gran abanico de medios y experiencias disímiles que son difíciles clasificarlas bajo el mismo paraguas. Ongs de distinto tipo, medios confesionales y religiosos, emprendimientos familiares, cooperativas, entre otros, se engloban bajo la misma categoría legal que los medios alternativos. Siguiendo a Vinelli (2013), utilizaremos el concepto de alternividad para incluir a experiencias que se definen a sí mismas indistintamente como alternativas, populares y/o comunitarias<sup>1</sup>.

Es por esto que consideramos fundamental, en nuestra mirada crítica sobre el proceso de desconcentración del mercado mediático a partir de la sanción de la LSCA,

---

<sup>1</sup> De acuerdo con Vinelli, entendemos “por comunicación alternativa, popular y comunitaria a un tipo de prácticas comunicacionales que:

- 1) están comprometidas con los intereses de las clases y grupos populares, cuya finalidad no se agota en sí misma sino que es parte de un proyecto de transformación y construcción de contrahegemonía que le da sentido y orientación, y que compone otro modelo de sociedad;
- 2) que surgen y se desarrollan a partir de la necesidad de recuperar la palabra, el acto afirmativo del habla, y por tanto para dar visibilidad a las voces silenciadas o tergiversadas por los medios hegemónicos;
- 3) que están íntimamente relacionadas o insertas en movimientos sociales y organizaciones políticas populares y de trabajadores, de los cuales son expresión, y que cumplen una función de articulación en la medida que éstos se apropian de la experiencia;
- 4) que proponen otro paradigma de la comunicación que no está regido por el lucro ni por la lógica de las ganancias, sino por la comunicación como bien social y derecho humano;
- 5) que buscan romper con el esquema unidireccional de la comunicación trabajando sobre la implicación activa de las audiencias, fomentando la participación y construyendo estéticas en conjunto con la comunidad de pertenencia, poniendo en cuestión los criterios de “profesionalidad”;
- 6) que son de propiedad colectiva, social, comunitaria o popular, y autogestionada; y por lo tanto, que no establecen bajo ningún aspecto relaciones de patrón / empleado;
- 7) que construyen su pantalla y su agenda a partir otros criterios de noticiabilidad y de relación con los protagonistas, dando lugar a un discurso periodístico de contrainformación.”

ver de qué manera esto influye, o comenzaría a influir en este sector que habitualmente queda fuera de la discusión de la toma de decisiones en el campo de la comunicación por, entre otros motivos, su concepción contrahegemónica y con la ausencia de una clara definición que pueda enmarcarlos, lo cual es un rasgo que puede ser tomado positivamente en el sentido de no comprometer su independencia, pero que les quitaría la posibilidad de obtener un lugar en la discusión institucional sobre el presente y el futuro de la comunicación audiovisual. Igualmente, no será el centro de nuestro análisis y consideramos que otras tesis de grado publicadas son importantes para ver un abordaje más específico en este tema.

Cuando nos referimos en este trabajo al *campo de la comunicación* o al *campo de los medios de comunicación*, tomamos de Bourdieu el concepto de campo que fue claramente definido por el sociólogo y es uno de sus numerosos aportes, no sólo para la sociología sino también para la filosofía y para todas las disciplinas de las ciencias sociales, económicas y políticas. Siguiendo a Bourdieu, “los campos se presentan para la aprehensión sincrónica como espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes (en parte determinados por ellas). Existen *leyes generales de los campos*: campos tan diferentes como el de la política, el de la filosofía o el de la religión tienen leyes de funcionamiento invariantes” (2003:89). El autor especifica que un campo “se define, entre otras formas, definiendo aquello que está en juego y los intereses específicos, que son irreductibles a lo que se encuentra en juego en otros campos o a sus intereses propios (...) y que no percibirá alguien que no haya sido construido para entrar en ese campo (...) Para que funcione un campo, es necesario que haya algo en juego y gente dispuesta a jugar, que esté dotada de los *habitus* que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego, etc.”. Es importante agregar para tener en cuenta qué estamos queriendo decir cuando utilizamos en este trabajo ese concepto, que “la estructura del campo es un *estado* de relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha o, si ustedes prefieren, de la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores. Esta misma estructura, que se encuentra en la base de las estrategias dirigidas a transformarla, siempre está en juego: las luchas que ocurren en el campo ponen en acción al monopolio de la violencia legítima (autoridad específica) que es característico del campo considerado, esto es, en definitiva, la conservación o subversión de la estructura de la distribución del capital específico. (Hablar de capital específico significa que el capital vale *en relación con* un campo determinado, es decir, dentro de los límites de este campo [...])” (Bourdieu, 2003: 90).

No es posible entender la conformación del sistema de medios de comunicación audiovisual si no tenemos en cuenta que existen relaciones de poder entre posiciones que están constantemente en lucha por mantenerlas o modificarlas.

Distintos sectores, con distintos intereses, estrategias, recursos y herramientas se enfrentan de manera permanente en una confrontación para definir quiénes ocupan la posición de dominantes o de dominados, para dirimir quién detenta el poder. Nos apoyamos en las nociones sobre el poder de Foucault, que sostiene que más que un poder, hay relaciones complejas de poder: “las relaciones de poder son los que los aparatos de Estado ejercen sobre los individuos, pero al mismo tiempo la que el padre de familia ejerce sobre su mujer y sus hijos, el poder ejercido por el médico, el poder ejercido por el notable, el poder que el dueño ejerce en su fábrica sobre sus obreros” (2014:42). Pensando en el sistema mediático, formar conglomerados, liderar el mercado, fijar la agenda del día en los medios, controlar las acciones y opiniones periodísticas según los intereses empresariales y/o gubernamentales, regular el sector, etc, son ejemplos de relaciones de poder que están en constante conflicto.

En el sistema de medios actual de la Argentina, hay mecanismos de poder que se ponen en juego en el conflicto y la lucha por la regulación de los servicios de comunicación audiovisual, pero no sólo tienen que ver con la aplicación total o parcial de la ley 26.522. Foucault aclara que “creo que los mecanismos de poder son mucho más amplios que el mero aparato jurídico, legal, y que el poder se ejerce mediante procedimientos de dominación que son muy numerosos” (Ídem:41). En la Argentina hay una disputa por quién es el que controla la verdad. El que la controla, estará en una mejor posición para mantener o subvertir el dominio económico, político, cultural. La lucha por el poder en el sistema de medios está relacionado con fines económicos que van a la par de un intento por el control de la *verdad*. Como dice Foucault, “hay efectos de verdad que una sociedad como la occidental –y ahora podemos decir la sociedad mundial- produce a cada instante. Se produce la verdad. Esas producciones de verdades no pueden disociarse del poder y de los mecanismos de poder, porque estos últimos hacen posibles, inducen esas producciones de verdades y, a la vez, porque estas mismas tienen efectos de poder que nos ligan, nos atan” (Ídem:73). Esta disputa por la verdad define quién es el que tiene el poder de significar, quien puede establecer las mitologías que, según Barthes, tienen la doble función de designar y notificar, de hacer comprender e imponer (2014:208). Como dice este autor, “la significación es el mito mismo”; por lo tanto, quién tiene el poder de definir las significaciones que circulan en la sociedad, tiene el poder de imponer sus mitos para explicar la realidad. El mito no oculta la realidad sino que la deforma, induce a la significación, por lo que, por ejemplo, la disputa por imponer lo que periodísticamente en la actualidad se define como los *relatos*, ya sea el kirchnerista o el de la oposición, no es ni más ni menos que la búsqueda por imponer una tendencia, por inducir a una significación que se presente naturalizada. Los medios de comunicación buscan impresionar, pero no sólo en el sentido del sensacionalismo periodístico, sino en el de generar una impresión, hay una búsqueda permanente de imprimir la realidad induciendo en el espectador el consumo de la significación más allá de toda argumentación. Como indica Barthes, “poco importa si el mito es después

desmontado; se presume que su acción es más fuerte que las explicaciones racionales que pueden desmentirlo poco más tarde. Esto quiere decir que la lectura del mito se agota en un solo golpe” (Ídem:224). Resumiendo, quien tiene el poder de manejar la palabra, las significaciones, los mitos, tiene el poder de inducir a una explicación de la realidad que se presenta como naturalizada en su inmediatez, que escapa a las explicaciones racionales que pueden desmontarla, pero siempre después de ese golpe impetuoso de la realidad.

Las relaciones de poder no deben ser localizadas únicamente en los aparatos del Estado o en los conglomerados liderados por empresas de medios de comunicación. Según Foucault (2014:76), en la sociedad hay innumerables relaciones de poder y aclara que “si bien es cierto que esas pequeñas relaciones de poder son muchas veces regidas, inducidas desde arriba por los grandes poderes del Estado o las grandes dominaciones de clase, hay que decir además que, en sentido inverso, una dominación de clase o una estructura de Estado sólo pueden funcionar bien si en la base existen esas pequeñas relaciones de poder”. Para evitar confusiones sobre la posibilidad de la existencia de relaciones de poder inamovibles o estáticas, deja en claro que “las relaciones de poder son relaciones de fuerza, enfrentamientos, por lo tanto, siempre reversibles. No hay relaciones de poder que triunfen por completo y cuya dominación sea imposible de eludir”. Agrega: “Las relaciones de poder suscitan necesariamente, exigen a cada instante, abren la posibilidad de una resistencia, y porque hay posibilidad de resistencia y resistencia real, el poder de quien domina trata de mantenerse con mucha más fuerza, con mucha más astucia cuanto más grande es esa resistencia” (Ídem:77).

Quienes tienen el poder económico en un estado capitalista burgués como el argentino, lo ejercen tanto por medio de sus acciones empresariales como a través de los gobiernos que resguardan sus intereses. En este sentido, el enfrentamiento entre sectores empresariales ligados a los medios de comunicación y el Gobierno no supone un atentado a sus intereses económicos, sino a una disputa por posiciones de poder político que redundan en el beneficio económico y por dirimir quién tiene la posición dominante que permita controlar o regular el sistema mediático. La disputa es por el modo o hasta qué grado los sectores empresarios tienen libertad de acción para llevar adelante sus negocios. Esta disputa que se expresa en los medios de comunicación, en el plano judicial, en el legislativo y en medidas de gobierno no supone poner en discusión quién tiene el poder económico o cuál es la clase que detenta el poder sino la forma en que la acumulación capitalista se lleva a cabo y hasta dónde llega la regulación del sector, que en términos de clase sigue siendo dominado por el sector empresario. La clase capitalista busca aprovechar el dominio del poder en el campo de la comunicación para mantener su dominación de clase. Para decirlo en términos de la política concreta, el Gobierno kirchnerista que impulsó el tratamiento y aprobación de la ley 26.522 no pone en discusión el dominio capitalista en el campo de la

comunicación ni en ningún otro, sino que discute algunos de los términos de esa dominación para que estén de acuerdo con sus estrategias de gobernabilidad.

Al respecto, Foucault sostiene que “es la dominación de la clase burguesa o de algunos de sus elementos sobre el cuerpo social. Pero no me parece que sean la clase burguesa o tales o cuales de sus elementos los que imponen el conjunto de esas relaciones de poder. Digamos que esa clase las aprovecha, las utiliza, las modifica, trata de intensificar algunas de esas relaciones de poder o, al contrario, de atenuar algunas otras. No hay, pues, un foco único del que todas ellas salgan como si fuera por emanación, sino un entrelazamiento de relaciones de poder que, en suma, hace posible la dominación de una clase social sobre otra, de un grupo sobre otro” (Ídem:42).

En este trabajo, tomamos el término de “kirchnerismo” como una manera de englobar temporalmente las políticas llevadas a cabo desde el 2003 hasta la fecha, sin perder de vista que se trata de tres mandatos presidenciales sucesivos, encabezados en un primer término por Néstor Kirchner y luego por Cristina Fernández en dos períodos consecutivos, más allá de las diferencias entre ambos líderes políticos y sus respectivos mandatos, que serán marcadas cuando se crea necesario, y sin preocuparnos particularmente en este lugar por definiciones que lo delimiten política e ideológicamente, ya que no es el objeto de nuestro análisis.

Consideramos a los servicios de comunicación audiovisual como la televisión y la radio como industrias culturales, concepto que utilizamos de acuerdo a la definición de Ramón Zallo (1988:26) para explicar la existencia de “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”. Coincidimos con Zallo (2007:230) cuando describe los contenidos culturales como “una economía de valores intangibles o simbólicos generados por trabajos creativos, en forma de bienes o servicios individualmente insustituibles y en permanente renovación de contenidos o de interpretaciones. Es una economía de la oferta múltiple, oferta que crea la demanda y que tiene una funcionalidad y eficacia social más allá de su valor económico. Su valor material e intelectual tiende a decrecer históricamente pero, en cambio, tiende a incrementarse el coste de la exclusividad, de la complejidad y de la notoriedad, con lo que el coste marginal en general tiende a cero y hay una amplia gama de costes hundidos, así como una incertidumbre sobre el resultado de la puesta en valor. Tiene amplias zonas de bien público, también mercados bien imperfectos y una inevitable presencia de las Administraciones Públicas. Todo ello permite considerar económicamente a la cultura como un sector con sus ramas, subsectores y actividades auxiliares”. Es muy interesante también la definición de Tremblay (1990)

de las industrias culturales, quien partiendo de la definición de Zallo, pone en evidencia la progresiva industrialización del proceso de trabajo creativo “donde el trabajo se organiza cada vez más en el modelo capitalista de una doble separación entre el productor y su producto, entre las tareas de creación y de ejecución. De ese doble proceso de separación resulta una pérdida creciente del control de los trabajadores y artistas sobre el producto de su actividad” (citado en Tremblay, 2011:115). Si bien el proceso creativo no ha podido hasta el momento ser estandarizado en su totalidad (Tremblay, 2011; Bustamante, 1999), la tendencia es a un control cada vez mayor del proceso creativo por parte del capital, con un “avance progresivo de la mercantilización e industrialización de la cultura” (Bustamante, 1999:25).

Desde el punto de vista económico, la televisión, tanto de pago como abierta, constituye un mercado en el cual se vende, según Smythe (1977) “la audiencia producida en paquetes homogéneos precisos a los anunciantes” (citado en Bustamante, 1999:20) y donde el espectador deja de ser un ciudadano para convertirse en un consumidor, tanto de los productos de la industria cultural como de otros productos y servicios que se venden a través de los medios de comunicación. Mattelart (2011:164) advierte sobre los peligros del uso de la noción de “consumidor-ciudadano”, al que califica como “aberrante” ya que “este neopopulismo cultural supone suscribir a los dogmas de equivalencia de la libertad de expresión comercial con las libertades que fundan la condición de ciudadano y asimilar la democracia a la *global democratic Marketplace*, según la expresión consagrada por las élites globalizadas”. Esta visión del consumidor-ciudadano va aparejada con las tesis sobre la desaparición del Estado-nación, que de esta manera no podría intervenir en “la problemática de la mediación y de los actores del proceso de comunicación” (Ídem). Las políticas neoliberales rerreguladoras (Mastrini-Mestman, 1995) que mediante una supuesta retirada del Estado (que ya refutaremos más adelante) removieron las restricciones reglamentarias, flexibilizaron las normas, el movimiento de capitales internacionales y las condiciones de trabajo, con legislaciones a medida de las empresas que disminuían las limitaciones a la concentración y al control de los contenidos, van de la mano de la tendencia al establecimiento de la figura del consumidor-ciudadano, individualizado, *customizado*, flexibilizado en sus derechos sociales y laborales, pero completamente “libre” para “elegir” y consumir lo que desee. Libertad de elección que está condicionada de múltiples formas como lo demuestran diversas teorías. Como ejemplo, baste con revisar el concepto bourdieuano de habitus, estructuras estructuradas que actúan como estructuras estructurantes del pensamiento y de la acción; o la teoría althusseriana, donde los Aparatos Ideológicos del Estado “adiestran” con métodos apropiados” (Althusser, 1969); o las relaciones de poder que exceden esos aparatos del Estado, como describe Foucault.

Tanto la televisión como la radio, que son los servicios de comunicación audiovisual alcanzados por la Ley, pueden ser tipificados como parte de la cultura de flujo, a diferencia de los productos editoriales como el libro, el disco, el cine o el video que, según Bustamante (1999:24) “se caracterizan por ser prototipos aislados, de alto riesgo unitario, pagados directamente por el usuario y de prolongada vida comercial”, lo que justifica estrategias como las del *star system*, el *studio system*, la serialización por medio de *remakes*, sagas, etc., y el aprovechamiento de un catálogo para compensar los fracasos con éxitos probados. Por su parte, la cultura del flujo como la televisión o la radio “se basa en una multiplicidad de productos insertos en un flujo (programación) servida en continuidad, y por ello con una menor aleatoriedad de la demanda (menor riesgo comercial), financiada indirectamente por la publicidad y de mayor obsolescencia comercial. El flujo debe ser así considerado como el ‘efecto catálogo’ llevado a su culminación” (Ídem:24-25). Como afirma Williams (2011) en su estudio sobre la televisión, pero que también aplica para la radio, es necesario ir más allá del concepto estático de “distribución”, propio de los productos editoriales, y avanzar sobre el concepto móvil de “flujo”(Williams, 2011:105), ya que “este fenómeno del flujo planificado probablemente sea la característica que define a la radio y a la teledifusión, al mismo tiempo, como una tecnología y como una forma cultural” (Ídem:115).

Esta distinción es indispensable para poder observar la importancia económica de la radio y la televisión tanto como productos y servicios en sí mismos, como también generadores de ventas de otros productos y servicios a través de los distintos tipos de publicidad. Su valía no radica en el pago de un producto específico e individual (más allá de experiencias como el *pay per view*, *on demand*, etc.), como ocurre con los productos editoriales, sino en la posibilidad de generar expectativas de consumo en los espectadores-clientes que se pretende mantener capturados en el flujo de la programación. Sin embargo, Bustamante (1999) advierte que a pesar de la singularidad de la televisión y la radio como cultura de flujo, los programas siguen siendo unidades con elevados costos fijos en las cuales las inversiones en trabajo humano creativo y en tecnología son relativamente mayores a los incrementos en la productividad (Ley de Baumol).

Como decía la cita de Zallo reproducida más arriba, es inevitable la presencia de las Administraciones Públicas en la regulación de las industrias culturales. En la Argentina, la LSCA constituye un hito en las sucesivas normativas regulatorias. Siguiendo a Karl Polanyi, para resolver las disputas entre los capitalistas y establecer un marco de seguridad jurídica para los inversores, es indispensable para todo mercado la intervención del Estado como institución regulatoria, ya que, paradójicamente, la organización de la propia producción capitalista necesita de una protección contra los efectos devastadores de un mercado autorregulado (1992:187). Por lo tanto, las teorías del libre mercado y las posturas antirregulatorias del sector empresario, en

realidad esconden la necesidad de una regulación a la medida de los negocios capitalistas.

Para saber qué entendemos por regulación, nos apoyamos en Denis McQuail (2010), quien sostiene que “la regulación se refiere a todo el proceso de control y guía, a través de reglas y procedimientos, aplicados por los gobiernos y otras autoridades políticas y administrativas a todo tipo de actividad de medios. En consecuencia, la regulación es siempre una potencial *intervención* sobre las actividades consideradas de interés público, pero también atiende las necesidades del mercado (por ejemplo, para alentar la competencia) o por razones de eficiencia técnica (por ejemplo, para establecer un estándar tecnológico)”. A los fines de este trabajo, consideramos cualquier acción del Estado, ya fuere ampliando, reduciendo u omitiendo su intervención en el sistema de medios audiovisuales, como una medida regulatoria. Y decimos acción del Estado destacando el rol siempre activo del Estado. No regular, no legislar, no controlar, no gestionar, no debería ser confundido con una inacción estatal. La omisión en la intervención no constituye una falta de regulación, sino todo lo contrario, ya que de alguna manera modifica o sostiene una determinada situación en el sistema de medios, beneficiando a ciertos sectores y perjudicando a otros.

De esta manera se evitan confusiones como las que tuvieron una gran difusión desde la década de 1980, sobre la posibilidad de la existencia de una no intervención o retirada del Estado. En este sentido, como sostienen Mastrini y Mestman (1996) a partir del auge del neoconservadurismo, se intentó enmascarar una regulación del Estado a medida de las empresas de medios bajo el concepto de “desregulación” que, según los autores, “constituye una falacia construida a partir de presentar Estados en retirada, cuando por el contrario dichos Estados se encuentran en la primera línea de batalla, generando un volumen de dispositivos legales, en muchos casos mayor que los previos, destinados a establecer reglas de juego acordes con los intereses de los grupos oligopólicos. Así, mientras se declama una supuesta apertura hacia un hipotético libre mercado, en realidad se están sentando las bases para regular en pos de una nueva estructura de propiedad cada vez más dominada por el capital concentrado”. Por lo tanto, el rol de Estado siempre es activo y “el término desregulación debe ser reemplazado por el de rerregulación, una nueva lógica en política de medios”<sup>2</sup>. En este sentido, McQuail (2010) dice que a partir de 1980, con la aparición de nuevas formas de distribución por cable y satélite de productos mediáticos, estamos “en un período de re-regulación en el que se modifican los marcos normativos para reflejar las nuevas prioridades económicas y/o políticas, más que por una simple remoción de normas”.

El marco regulatorio está definido por las políticas estatales en materia de comunicación y cultura, pero es imposible tomarlas de manera aislada de su contexto

---

<sup>2</sup> Subrayado original.

internacional. Jan van Cuilemburg y McQuail (2003) advierten que desde la década de 1980, la convergencia tecnológica y económica de los sectores de medios y comunicación es la característica principal de un paradigma emergente en materia de políticas de medios y comunicaciones que aún no se ha consolidado, pero que desafía las viejas normativas. Siguiendo a Sandra Braman (2004), existe en la actualidad “un único Régimen Global de Información: Global porque involucra tanto actores estatales como no estatales y Régimen por tratarse de un equilibrio con condición dinámica que involucra al gobierno, la gobernanza y la gobernabilidad”<sup>3</sup>, distinguiendo conceptualmente entre las instituciones, reglas y prácticas formales del gobierno; el contexto cultural y social que constituye la gobernabilidad; y la gobernanza, que es definida por la autora como “las instituciones, reglas, acuerdos y prácticas formales e informales de los actores estatales y no estatales, y las decisiones y comportamientos que tienen un efecto constitutivo sobre la sociedad”.

Las tendencias a la gobernanza global en el área influyen a nivel regional y nacional. Mastrini, de Charras y Fariña (2013:75-77), afirman que las nuevas formas de regulación internacional tienen un impacto en el ámbito latinoamericano, ya que es posible apreciar “el creciente peso de diversos organismos internacionales de sesgo económico y técnico en las decisiones vinculadas al ámbito cultural”, para generar un mercado global de la comunicación y la cultura. Los autores explican que “los organismos internacionales como la Organización Mundial de Comercio (OMC), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), así como los acuerdos supranacionales –Unión Europea (UE), Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA)- y bilaterales intervienen crecientemente en el diseño de las políticas de comunicación de los países”.

Las corporaciones empresariales, según Vincent Mosco (2011:65) en su análisis sobre las investigaciones de la economía política sobre comunicación y cultura, “en el pasado tenían una sede central o casa matriz “en un país y se movían por el mundo como una fuerza externa”. En cambio, en la actualidad en las investigaciones el énfasis está puesto en la integración de las empresas, los Estados y las clases a lo largo de las fronteras nacionales y regionales, ya que las corporaciones empresariales, incluyendo las de la industria de la comunicación, “hoy en día están cada vez más integradas en el tejido de diversas sociedades, hasta el punto de que, a menudo, es difícil determinar su identidad nacional”.

En el ámbito regional, según Mastrini y Becerra (2001) “la historia económica y política del audiovisual latinoamericano puede sintetizarse a partir de un reducido

---

<sup>3</sup> Citado en Mastrini-Bizberge-de Charras (eds.) (2013:78)

grupo de empresas concentradas que ejemplifican, como emergentes de mayor envergadura en la región, el desarrollo del conjunto de las industrias” y agregan que “hasta los años ochenta la gestión de los medios latinoamericanos tuvo una impronta familiar, patriarcal y artesanal, mientras que en las últimas décadas, y acompañando el proceso de conversión de la información en un recurso económico cardinal en la estructura de las sociedades, la gestión de los medios se ha profesionalizado y sofisticado mediante la incorporación de las estrategias de *management* en boga en el mundo occidental”.

Los autores además afirman (para el caso de la televisión, pero que consideramos que también es válido para la radio) que en la región “ha sido el mercado el que ha fijado de hecho las principales estrategias en materia televisiva, para que con posterioridad el Estado ajuste el marco regulatorio a dicha situación”. Antes se trataba en su mayoría de grandes empresas familiares que tenían una relación de negociación con el Estado, que las favorecía con regulaciones a medida a cambio de un tratamiento favorable en los medios. En este trabajo se podrá apreciar un cambio en esta lógica de presión/negociación durante el kirchnerismo, sobre todo a partir del gobierno de Cristina Fernández.

El concepto de concentración es central para entender la conformación del mercado de la comunicación y las industrias culturales, en el que existe una tendencia en las últimas décadas a la conformación de conglomerados que intentan repartir los riesgos de la inversión en diversas actividades. De acuerdo con Mastrini y Becerra (2001), “la concentración es un atributo inherente al funcionamiento del ‘mercado libre’, independientemente de la actividad económica de la que se trate, y en el ámbito concreto de la información y la comunicación sólo los países con una fuerte tradición en defensa de los derechos de los usuarios y con un marco de servicio público (como los países escandinavos) atenúan el hecho de que el mercado quede en pocas manos”. La concentración de la producción puede definirse “de acuerdo a la incidencia que tienen las mayores empresas de una actividad económica en el valor de producción de la misma [...] Este fenómeno se presenta a partir del crecimiento de las empresas, basado en dos estrategias: el crecimiento interno –que tiene lugar cuando se crean productos que permiten ganar mercado por inversión y acumulación-; y el crecimiento externo, que supone la compra de empresas en funcionamiento. [...] Estos procesos de crecimiento van acompañados de la centralización económica, concepto que explica cómo unos pocos capitalistas acrecientan el control sobre la propiedad de los medios de producción en una sociedad determinada” (Lebate-Lozano-Marino-Mastrini-Becerra, 2013: 141-142).

Siguiendo a estos autores, en cuanto a las industrias culturales, se pueden diferenciar tres tipos de concentración, que también pueden identificarse en otro tipo de industrias y que coinciden con las estrategias de diversificación de los grupos de

televisión y de comunicación en general descritas por Bustamante (1999). La concentración horizontal o de expansión monomedia, integral o de expansión vertical y, el crecimiento diagonal o conglomeral. En primer lugar, la concentración horizontal o expansión monomedia se observa cuando una empresa se expande dentro de la misma rama de actividad para tener una mayor presencia y cantidad de productos en el mercado. Al mismo tiempo le permite a la empresa eliminar capacidades ociosas y permitir economías de escala. Los grupos de prensa fueron los pioneros en este tipo de fenómeno.

En segundo lugar, la integración vertical ocurre cuando una empresa se expande hacia atrás o hacia adelante<sup>4</sup> en la cadena de valor, abarcando de esa manera distintas fases de la producción. De esta manera se logran bajar los costos, sobre todo en lo referido a la intermediación y, en el caso específico del audiovisual, se garantiza la provisión de contenidos. Este tipo de concentración se expandió en las últimas dos décadas en los mercados de todo el mundo.

En tercer lugar, podemos identificar los conglomerados o crecimiento diagonal o lateral, que se diversifica fuera de la rama de actividad original para reducir los riesgos a través de la sinergia. Gracias al crecimiento conglomeral, las empresas pueden distribuir los riesgos de innovación en diversos formatos y actividades. Los autores citados afirman que en la prensa diaria se han verificado estrategias de crecimiento diagonal incursionando en áreas más rentables como la televisión. Esta estrategia permite a largo plazo conseguir inversiones más seguras, para contrarrestar la tendencia levemente decreciente de la tasa de ganancia en el sector. En definitiva, “las estrategias de los grupos de comunicación dependen en cada momento de su situación financiera, de la competencia o el poder de mercado conseguido, de las regulaciones y, sobretodo, de las oportunidades que se le presenten” (Bustamante, 1999:90).

Los procesos de concentración consolidan una situación en la cual las empresas más fuertes utilizan su posición como una barrera de entrada para otras empresas más pequeñas, que no pueden competir en un mercado con grandes grupos que, mediante estrategias de crecimiento monomedia, vertical o conglomeral, están en una posición de privilegio gracias a la posibilidad de tener una mayor cuota de mercado, de generar economías de escala, de asegurarse la provisión de contenidos, reducir capacidades ociosas, costos y/o riesgos de inversión. Este escenario de desigualdad coloca a las empresas de medios que no forman parte de grandes grupos en inferioridad de condiciones para poder participar y competir en un mercado controlado por unos pocos capitales dominantes.

---

<sup>4</sup> Bustamante (1999) explica que la integración vertical “en la televisión se traduce en una concentración: hacia atrás en el proceso productivo (hacia el monte) [...]; y hacia adelante (hacia el valle, hacia la distribución, la comercialización, la publicidad)”, p. 88

Teniendo en cuenta el análisis que realizan Hallin y Mancini (2008) de la interrelación entre las características de tres tipos de sistemas mediáticos y los sistemas políticos, en todo el mundo “existe una convergencia hacia el modelo Liberal” (Ídem:70), que se diferencia de otros dos modelos porque “en los países del modelo Liberal los medios de comunicación se encuentran más próximos al mundo empresarial y más lejos del mundo de la política; en los sistemas del modelo Pluralista Polarizado los medios se encuentran relativamente integrados en el mundo político; y en los países del modelo Democrático Corporativo los medios han tenido relaciones importantes, tanto con el mundo político como con el comercial, aunque más recientemente han disminuido de forma significativa sus vínculos con la política”. En la actualidad en el mundo se estarían borrando las fronteras entre los distintos modelos, con una tendencia hacia el predominio del modelo Liberal.

El sistema mediático argentino se correspondería con el modelo Liberal, en el que “domina la prensa comercial, el nivel de paralelismo político es bajo y predomina el pluralismo interno” y donde “es más probable que la autonomía periodística se encuentre limitada por presiones comerciales que por una instrumentalización política” (Ídem:69). Sin embargo, en los últimos años hay una relación cada vez más estrecha entre el mundo político y los medios de comunicación. En la actualidad se observa un marcado condicionamiento político en los medios enmarcados en la pelea que se desarrolla sobre todo a partir del debate y la sanción de la LSCA. En este sentido, se presenta una polarización entre los medios controlados por conglomerados encabezados por oligopolios mediáticos que enfrentan abiertamente las políticas del Gobierno nacional, como parte de la lucha por mantener posiciones económicas y de mercado de privilegio obtenidas gracias a las políticas regulatorias de los sucesivos gobiernos, incluyendo el propio kirchnerismo (en su primer mandato, principalmente), que llevan adelante a través de la presión mediática en una posición claramente opositora. Frente a estos, se encuentran los medios controlados de manera directa por el gobierno y los medios privados afines, que intentan sostener las políticas de la gestión mediante una constante publicidad de sus actos de gobierno.

Esta disputa política entre dos sectores bien marcados - aunque pretendemos no caer en un dualismo dialéctico reduccionista, ya que existen, aunque con menor lugar para expresar sus voces, posiciones intermedias y otras de izquierda que escapan al posicionamiento gobierno/oposición – podría entrar en contradicción con lo que Hallin y Mancini plantean en relación con cierta autonomía de los medios de la “instrumentación política”, pero, aunque se reconoce una importante injerencia que provoca limitaciones políticas a la libertad de expresión, esta no se da como en el modelo Mediterráneo y Pluralista Polarizado, en el cual “es habitual la instrumentalización de los medios de comunicación por parte del Gobierno, de los partidos políticos y por los empresarios industriales vinculados a la política”. Consideramos que, si bien hay participación, influencia y presiones por parte de estos

tres sectores en el sistema de medios, esto no se da de manera institucionalizada. Las distintas líneas políticas que se expresan en los medios no están corporizadas, no existe una relación directa más o menos abierta entre partidos políticos y medios, sino que forman parte de una coyuntura en la que el debate político sirve como vía para la discusión entre, por un lado, los negocios de las empresas implicadas y, por el otro, de la continuidad de la estabilidad del Gobierno.

Si bien hay una injerencia del sistema político en la autonomía de los medios de comunicación del sistema mediático argentino, esta relación no escapa del todo al modelo Liberal descrito por los autores mencionados anteriormente, ya que está relacionada con presiones comerciales, que se canalizan a través del discurso mediático político opositor en los medios privados más concentrados, con el objetivo de seguir manteniendo privilegios económicos. Esta limitante a la autonomía periodística también se observa en medios que mantienen una posición más cercana a la gestión del gobierno nacional, ya que pretenden mantener un discurso más favorable a las políticas oficiales.

Podría pensarse que, como en el sistema Pluralista Polarizado “el periodismo no está diferenciado del activismo político y la autonomía del periodismo a menudo se encuentra limitada” (Hallin y Mancini, 2008:67-68), pero este activismo y esta limitación tienen que ver con cuestiones ligadas a lo comercial más que a relaciones estrechas con partidos o instituciones políticas. Además, si bien el Estado controla una porción minoritaria del sistema mediático y financia medios privados a través de fondos destinados a publicidad oficial, no se puede igualar con la situación de los países en los que predomina el sistema Pluralista Polarizado, donde “el Estado desempeña un papel importante como propietario, regulador y fuente de financiación de los medios de comunicación, aunque su capacidad para regular de manera efectiva es a menudo limitada”. En Argentina el Estado es propietario de una minoritaria porción de los medios y la capacidad para regular efectivamente el sistema de medios también está limitada, porque aunque fue aprobada la LSCA para regular el sector, ésta no pudo ser aplicada en su totalidad por las presiones, sobre todo a través de medidas cautelares judiciales, de las empresas de medios, además de otras dificultades en la implementación, como por ejemplo la puesta en práctica de la ocupación del 33 por ciento de espectro por parte de los medios sin fines de lucro.

Siguiendo los modelos planteados por Hallin y Mancini, la LSCA estaría apuntando a conformar un sistema de medios de comunicación audiovisual en la Argentina que se aproxime al modelo Democrático Corporativo, donde coexisten medios de comunicación comerciales con medios dependientes de grupos sociales y políticos organizados. Pero las limitaciones a la implementación de la ley es uno de los motivos por lo que continúa el predominio del modelo liberal, con las salvedades antes descriptas.

### 3. Estrategia metodológica

“La angustia de todo investigador estriba en encontrar los ejes de la investigación, la pregunta, el problema, el proceso de cambio que ordena todo lo demás subordinándolo a una lógica del discurso, a un hilo conductor... una investigación sin eje deriva en un almanaque, en un trabajo escrito donde cada capítulo se cocina solo, sin relación con los demás a pesar de los malabares literarios que haga el autor en la conclusión e introducción de cada uno de ellos tratando de ligar agua y aceite... encontrar los ejes de la investigación no es un trabajo sencillo... en dicho proceso, en el ir y venir entre la revisión del estado del arte y el campo, el investigador debe ir dilucidando cómo piensa ordenar su trabajo, qué se va a subordinar en la lógica de su discurso”. (Diego Quintana, 2004)

La estrategia metodológica para abordar este trabajo se basa en un diseño de investigación que incluye el análisis de diversos datos, conformados por los diferentes tipos de documentación en torno a los planes de adecuación a la ley. Presentaciones judiciales, resoluciones de los entes pertinentes, artículos periodísticos, documentación sobre conformaciones societarias, etc., serán tenidos en cuenta para poder analizar la conformación de las empresas y la situación de las personas físicas que son propietarias de licencias de servicios de comunicación audiovisual y ver si las adecuaciones presentadas aseguran el control de los medios por los mismos dueños de manera directa o indirecta a través de relaciones con los eventuales adquirentes. El objetivo es saber cuáles son las empresas que participan de cada uno de los negocios mediáticos, quienes controlan esas empresas y quiénes son los (¿nuevos?) licenciatarios fruto de la desinversión.

En uno de los apartados se realizará una revisión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en particular de los artículos referidos a la multiplicidad de licencias, la concentración y la desinversión, entre otros. En el mismo sentido, se tendrán en cuenta las resoluciones de la AFSCA sobre esos ejes y sobre las presentaciones de los planes de adecuación de las empresas de medios. Veremos las estrategias que los grupos de medios elaboran para adaptarse a la letra de este marco jurídico/legal y poder seguir manteniendo el control de todas las licencias que operaban antes de la aprobación de la ley, incluso en los casos donde los planes presentan procesos de “desinversión”.

Este trabajo incluye un capítulo con el desarrollo de una descripción sistemática de los planes de adecuación presentados por los licenciatarios, para establecer con

precisión la conformación de los grupos de medios antes de la ley y cómo quedan luego de su aplicación para controlar la multiplicidad de licencias a través de la desinversión. Entre la extensa documentación publicada por la AFSCA en relación con los distintos tipos de adecuación, se seleccionarán los que sean pertinentes al hilo de nuestra investigación. Se tomará cada caso presentado de manera particular para ver puntualmente las distintas estrategias de adecuación. Este estudio caso por caso nos va a facilitar poder encontrar regularidades que nos permitan descifrar cómo reacciona el mercado en su conjunto frente a la necesidad de cumplir con la nueva ley vigente.

En el segundo capítulo, se desarrolla ampliamente cuál es el marco teórico sobre el que sustentamos nuestra investigación, apoyándonos en los grandes investigadores y teóricos del campo de la economía política de la comunicación. La revisión del estado del arte detallada en el cuarto capítulo intenta enfocar cuáles son los temas en torno a la LSCA que fueron objeto de tesis de grado, permitiéndonos ubicar nuestro trabajo que se encamina hacia cuestiones que aún no han sido exploradas, con el objetivo de aportar a la discusión en el campo desde la complementariedad con las publicaciones existentes.

El material periodístico y los comunicados oficiales de los diversos actores involucrados en el proceso de aplicación serán un aporte clave para poder ubicar el trabajo en el contexto histórico, económico y político en el que se discutió, aprobó y se intenta aplicar la ley. No es objeto de nuestro trabajo el análisis de los discursos de los medios de comunicación, como informadores y como partes involucradas, pero sí se tendrá en cuenta las publicaciones para situar en general y en particular los casos analizados y para obtener información sobre todo el proceso que aún hoy sigue abierto.

#### **4. Estado del arte: Tesinas sobre la LSCA**

El hito regulatorio que constituye el debate, la promulgación y el conflicto por la progresiva puesta en práctica de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la Argentina fue un núcleo alrededor del cual se desarrollaron una gran cantidad de investigaciones, trabajos y publicaciones para poder entender su historia, su significación y sus actuales y eventuales alcances para un gran número de actores.

La mirada sobre la aprobación de la LSCA se inserta en el marco teórico de la economía política de la comunicación y de todas las discusiones acerca de las industrias culturales, la democratización de la comunicación, el acceso y la participación, el rol de las administraciones públicas, de las empresas de medios de comunicación, de los trabajadores del campo, etc. El presente trabajo pretende realizar un aporte a esta discusión, como lo han hecho en los últimos años otras tesinas de grado que abordaron la problemática.

En este apartado nos centraremos más específicamente en las tesinas de grado que abordan distintas temáticas alrededor de la LSCA, ya que gran parte de la bibliografía que consideramos pertinente para el análisis está oportunamente indicada en el marco teórico y a lo largo del desarrollo de nuestro análisis.

El proceso del debate previo a la aprobación de la Ley fue objeto del análisis de Soledad Lago Rodríguez y Thelma Pusseto (2010), donde se pretende explicitar cuáles fueron los distintos actores, sus puntos de vista y su participación en las discusiones públicas en los que el contenido de la ley fue el eje. Las autoras explican que el objetivo es “comprender el gran universo de acuerdos, disidencias, negociaciones y participaciones de todos los actores sociales que se vieron involucrados en los acontecimientos de suma importancia para todo el país. Las dos preguntas principales que movilizarán el análisis son: quiénes son los actores sociales vinculados a esta nueva ley, cuáles son sus argumentos (a favor o en contra) y en qué contexto particular se tienen en cuenta sus opiniones y capacidades”, tomando como material de análisis las noticias publicadas en los principales diarios, revistas y sitios web del país para realizar un desarrollo del debate (los conflictos y disputas de intereses) en términos de momentos nodales.

Con el debate como tema central, dos tesinas se ocupan de las argumentaciones de dos de los principales actores que confrontaron, el Frente para la Victoria y el Grupo Clarín. Diego Ierace y Federico Marazzita (2012) focalizan su mirada en las argumentaciones del Frente para la Victoria en el debate parlamentario de la LSCA. Por otro lado, el actor que fue señalado por el Frente para la Victoria y todo le

oficialismo en general como el principal enemigo, el Grupo Clarín, es el objeto que Geraldine Pourciel y Juan Tessio (2012) analizan en su tesina de grado, mostrando el posicionamiento de Clarín frente al proyecto de ley. Los autores describen las estrategias discursivas del diario durante el período que se inicia a partir del anuncio de un proyecto de ley que cambiaría la regulación de los medios de comunicación en Argentina hasta su sanción definitiva, y buscan “dar cuenta del posicionamiento enunciativo que adopta Clarín frente a este movimiento que es construido como una agresión dirigida especial hacia él”. Complementándose con los necesarios análisis sobre las posiciones enunciativas de cada uno de los actores involucrados en este proceso, consideramos que nuestro trabajo puede colaborar para ver de qué manera particularmente los actores que pertenecen al sector empresario de medios responden a través de los planes de adecuación para reducir el impacto de la ley sobre sus intereses. Son análisis que no se superponen ni se excluyen sino que por el contrario se complementan.

Cristian Henkel y Julián Morcillo (2011) realizan una crítica marxista a la ley de servicios de comunicación audiovisual, trabajo que luego fue la base para la edición en formato libro poco tiempo después de la aprobación de la tesina (Henkel y Morcillo, 2013). Partiendo de una concepción marxista del estado, examinan críticamente los principales argumentos que circularon en medios, foros, documentos públicos en defensa de esta nueva legislación del espacio audiovisual y analizan la situación de los trabajadores de la comunicación y de las distintas organizaciones de la comunicación alternativa que expresaron críticas. Los autores consideran que el carácter de clase del Estado explica la falacia de la democratización que postula la ley mediante la desconcentración dentro del capitalismo. Además destacan la debilidad de los medios alternativos que pelean con la iglesia o con ONGs por las licencias para organizaciones sin fines de lucro; porque no tienen aseguradas las licencias los que ya estaban operando; y no tienen financiamiento ni garantía de acceso a los recursos técnicos y materiales. Afirman que a partir de la ley se desarrolla una pelea interburguesa por los dominios de los nuevos espacios y que la multiplicación de voces no garantiza la democratización, porque los medios estatales y privados tienen más poder para hacerse escuchar. Sin perder de vista el carácter capitalista del Estado en la Argentina (en el que tanto en gobiernos democráticos como de facto se han sancionado las sucesivas reglamentaciones) y evitando caer en la confusión de ocultar ese carácter centrando sólo la mirada en la concentración como el problema principal en el sistema de medios, como advierten estos autores, consideramos por el contrario fundamental en este trabajo abordar el tema de la concentración ya que es uno de los principales mecanismos del capitalismo para sostenerse.

Dos de los conceptos centrales para evaluar la matriz (Graziano, 1988) de un sistema de medios, el acceso y la participación, fueron abordados específicamente en una tesina. Eliana Maffullo y Santiago Stura (2013) analizan los alcances y limitaciones

de lo que consideran un nuevo paradigma a partir de la sanción de la Ley en relación con el acceso y la participación y concluyen apoyándose en su análisis del articulado de la ley que “se comprueba que tanto en los artículos como en el proceso de armado de la ley se cumplen con los parámetros de Acceso y Participación de manera casi total” (Mafullo, Stura, 2013:108).

Los medios que a los fines de este trabajo englobamos bajo el concepto de alternatividad (Vinelli, 2013) son el eje de distintas tesinas de grado que pretenden dilucidar su participación en la discusión sobre la ley y las consecuencias que se vislumbran para el sector de los medios sin fines de lucro. Sofía Inés Perea (2013) trabaja sobre lo que define como emisoras populares y su relación con la ley de servicios de comunicación audiovisual, partiendo de la dificultad de definición de este sector y de la pregunta por “¿cuál será la divisoria de aguas entre los comerciales y los comunitarios que surgen ambos en el retorno a la democracia y que se mantienen censurados por la legislación que se sostiene durante todos estos años? Si la diferencia se establecía sólo por tipo de financiación, es decir un aspecto de la gestión y no una diferencia en los proyectos político culturales ¿cuál sería la división entre estos sectores que se ve traducido en la formación de distintas organizaciones?”.

Los medios alternativos, que ya desde las discusiones y los debates previos a la aprobación de la ley eran considerados un sector fundamental a tener en cuenta dada su continua marginación y persecución institucional, son también la temática principal del trabajo de Verónica del Carmen Ferrari (2013) que realiza un análisis de la LSCA poniendo especial atención en el lugar de los medios comunitarios en la legislación en democracia. Por su parte, Juan Ignacio Revestido (2014) hace un recorte entre los años 1989 y 2011 para poder sistematizar los alcances de las sucesivas normativas legales en materia de medios de comunicación audiovisual y ver de qué manera afectan particularmente a los medios comunitarios.

## **5. Marco regulatorio: La matriz del sistema de medios. Los capítulos de la Ley 26.522 que apuntan a la desconcentración**

La ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) busca establecer una nueva matriz para el sistema de medios en la Argentina. El objetivo general de la LSCA (Art. 1) se centra principalmente en la desconcentración y la democratización de la actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual, que es considerada una actividad de interés público (Art. 2). Para nuestro trabajo, nos centraremos brevemente en este apartado sólo en los artículos de la ley que apunten específicamente a la adjudicación de licencias, los límites a la multiplicidad y los mecanismos de desinversión para adecuarse a los mismos. Sin embargo, es importante mencionar algunas de las características más generales de la matriz.

La aplicación de la ley se realiza a través de la creación de varios organismos. En primer lugar, el Artículo 10 establece la creación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), cuya conducción será ejercida por un directorio integrado por siete miembros nombrados por el Poder Ejecutivo nacional (Art. 14).

El directorio estará conformado por un (1) presidente y un (1) director designados por el Poder Ejecutivo nacional; tres (3) directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, que serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios, correspondiendo uno (1) a la mayoría o primer minoría, uno (1) a la segunda minoría y uno (1) a la tercer minoría parlamentarias; dos (2) directores a propuesta del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de ciencias de la información, ciencias de la comunicación o periodismo de universidades nacionales.

También se crean: primero, el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (Art. 15), integrado por representantes de todas las provincias y de la C.A.B.A., de las entidades que agrupan a prestadores privados, de entidades que agrupen a prestadores sin fines de lucro, de las emisoras de las universidades nacionales, de las universidades nacionales que tengan carreras de comunicación, de los medios públicos, de las entidades sindicales de los trabajadores de los medios, de las sociedades gestoras de derechos y de los Pueblos Originarios (Art. 16); segundo, la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, que tendrá el carácter de Comisión Permanente, integrada por ocho (8) senadores y ocho (8) diputados nacionales, según resolución de cada Cámara; tercero, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (Art. 19).

Los licenciatarios pueden ser tres tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro (Art. 21). En el Art. 151 se autoriza expresamente a los Pueblos Originarios como prestadores. Las Condiciones de admisibilidad para las personas físicas (Art. 24) son:

a) Ser argentino nativo o por opción, o naturalizado con una residencia mínima de cinco (5) años en el país;

- b) Ser mayor de edad y capaz;
- c) No haber sido funcionario de gobiernos de facto, en los cargos y rangos que a la fecha prevé el artículo 5º incisos a) hasta inciso o) e incisos q), r), s) y v) de la ley 25.188 o las que en el futuro la modifiquen o reemplacen;
- d) Poder demostrar el origen de los fondos comprometidos en la inversión a realizar;
- e) Las personas de existencia visible en cuanto socios de las personas de existencia ideal con fines de lucro y los integrantes de los órganos de administración y fiscalización de las personas de existencia ideal sin fines de lucro deberán acreditar el origen de los fondos en tanto comprometan inversiones a título personal;
- f) No estar incapacitado o inhabilitado, civil o penalmente, para contratar o ejercer el comercio, ni haber sido condenado por delito doloso, de acción pública o instancia privada;
- g) No ser deudor moroso de obligaciones fiscales, previsionales, sindicales, de seguridad social o de las entidades gestoras de derechos, ni ser deudor del gravamen y/o multas instituidas en la presente ley;
- h) No ser magistrado judicial, legislador, funcionario público ni militar o personal de seguridad en actividad. Esta condición no será exigible cuando se trate de meros integrantes de una persona de existencia ideal sin fines de lucro;
- i) No ser director o administrador de persona jurídica, ni accionista que posea el diez por ciento (10%) o más de las acciones que conforman la voluntad social de una persona jurídica prestadora por licencia, concesión o permiso de un servicio público nacional, provincial o municipal.

Las condiciones de admisibilidad para las personas de existencia ideal como titulares de licencias de servicios de comunicación audiovisual y como socias son:

- a) Estar legalmente constituidas en el país. Cuando el solicitante fuera una persona de existencia ideal en formación, la adjudicación de la licencia se condicionará a su constitución regular;
- b) No tener vinculación jurídica societaria ni sujeción directa o indirecta con empresas de servicios de comunicación audiovisual extranjeras. En el caso de las personas de existencia ideal sin fines de lucro, sus directivos y consejeros no deberán tener vinculación directa o indirecta con empresas de servicios de comunicación audiovisual y de telecomunicaciones, nacionales o extranjeras del sector privado comercial. Para el cumplimiento de este requisito deberá acreditarse que el origen de los fondos de la persona de existencia ideal sin fines de lucro no se encuentra vinculado directa o indirectamente a empresas de servicios de comunicación audiovisual y de telecomunicaciones, nacionales o extranjeras del sector privado comercial;
- c) No podrán ser filiales o subsidiarias de sociedades extranjeras, ni realizar actos, contratos o pactos societarios que permitan una posición dominante del capital extranjero en la conducción de la persona jurídica licenciataria.  
Las condiciones establecidas en los incisos b) y c) no serán aplicables cuando según tratados internacionales en los que la Nación sea parte se establezca reciprocidad efectiva en la actividad de servicios de comunicación audiovisual;
- d) No ser titular o accionista que posea el diez por ciento (10%) o más de las acciones o cuotas partes que conforman la voluntad social de una persona de existencia ideal titular o accionista de una persona de existencia ideal prestadora por licencia, concesión o permiso de un servicio público nacional, provincial o municipal (excepto cuando se trate de personas de existencia ideal sin fines de lucro, según el Art. 30º);
- e) Las personas de existencia ideal de cualquier tipo, no podrán emitir acciones, bonos, debentures, títulos o cualquier tipo de obligaciones negociables, ni constituir fideicomisos sobre sus acciones sin autorización de la autoridad de aplicación, cuando mediante los se concedieren a terceros derechos a participar en la formación de la voluntad social.  
En ningún caso se autoriza la emisión de acciones, bonos, debentures, títulos o cualquier tipo de obligaciones negociables o constitución de fideicomisos sobre acciones, cuando de estas operaciones resultase comprometido un porcentaje mayor al treinta por ciento (30%) del capital social que concurre a la formación de la voluntad social. Esta prohibición alcanza a las sociedades autorizadas o que se autoricen a realizar oferta pública de acciones, las que sólo podrán hacerlo en los términos del artículo 54 de la presente ley;
- f) No ser deudor moroso de obligaciones fiscales, previsionales, sindicales, de seguridad social o de las entidades gestoras de derechos, ni ser deudor del gravamen y/o multas instituidas en la presente ley;
- g) Poder demostrar el origen de los fondos comprometidos en la inversión a realizar.

Las licencias son adjudicadas por concurso público (Art. 32), por un plazo de 10 años (Art. 39) y con posibilidad de extenderlas por única vez por 10 años previa audiencia pública (Art. 40). Sólo pueden ser transferidas luego de 5 años de la adjudicación y siempre que el titular mantenga más del 50 por ciento de las acciones y

de la voluntad social (Art. 41), salvo las licencias concedidas a prestadores privados sin fines de lucro, que son intransferibles. El régimen de multiplicidad de licencias previsto en esta ley no podrá alegarse como derecho adquirido (Art. 48). Las limitaciones a la multiplicidad de licencias (Art. 45) son:

1. En el orden nacional:

- a) Una (1) licencia de servicios de comunicación audiovisual sobre soporte satelital. La titularidad de una licencia de servicios de comunicación audiovisual satelital por suscripción excluye la posibilidad de ser titular de cualquier otro tipo de licencias de servicios de comunicación audiovisual;
- b) Hasta diez (10) licencias de servicios de comunicación audiovisual más la titularidad del registro de una señal de contenidos, cuando se trate de servicios de radiodifusión sonora, de radiodifusión televisiva abierta y de radiodifusión televisiva por suscripción con uso de espectro radioeléctrico;
- c) Hasta veinticuatro (24) licencias, sin perjuicio de las obligaciones emergentes de cada licencia otorgada, cuando se trate de licencias para la explotación de servicios de radiodifusión por suscripción con vínculo físico en diferentes localizaciones. La autoridad de aplicación determinará los alcances territoriales y de población de las licencias.

La multiplicidad de licencias —a nivel nacional y para todos los servicios— en ningún caso podrá implicar la posibilidad de prestar servicios a más del treinta y cinco por ciento (35%) del total nacional de habitantes o de abonados a los servicios referidos en este artículo, según corresponda.

2. En el orden local:

- a) Hasta una (1) licencia de radiodifusión sonora por modulación de amplitud (AM);
- b) Una (1) licencia de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM) o hasta dos (2) licencias cuando existan más de ocho (8) licencias en el área primaria de servicio;
- c) Hasta una (1) licencia de radiodifusión televisiva por suscripción, siempre que el solicitante no fuera titular de una licencia de televisión abierta;
- d) Hasta una (1) licencia de radiodifusión televisiva abierta siempre que el solicitante no fuera titular de una licencia de televisión por suscripción;

En ningún caso la suma del total de licencias otorgadas en la misma área primaria de servicio o conjunto de ellas que se superpongan de modo mayoritario, podrá exceder la cantidad de tres (3) licencias.

3. Señales:

La titularidad de registros de señales deberá ajustarse a las siguientes reglas:

- a) Para los prestadores consignados en el apartado 1, subapartado "b", se permitirá la titularidad del registro de una (1) señal de servicios audiovisuales;
- b) Los prestadores de servicios de televisión por suscripción no podrán ser titulares de registro de señales, con excepción de la señal de generación propia.

Cuando el titular de un servicio solicite la adjudicación de otra licencia en la misma área o en un área adyacente con amplia superposición, no podrá otorgarse cuando el servicio solicitado utilice la única frecuencia disponible en dicha zona.

Además, se prohíbe la concurrencia entre servicios de radiodifusión directa por satélite o móvil y licencias de otro tipo de servicio (Art. 46) y la existencia de vínculos societarios que exhiban procesos de integración vertical u horizontal previo a la adjudicación de licencias o la autorización de cesión de acciones o cuotas partes (Art. 48). Se permite la vinculación de emisoras (Art. 63) en redes de radio y televisión sólo entre prestadores de un mismo tipo y clase de servicio con límite temporal, siempre que la emisora adherida no cubra sus emisiones con más del 30% con esas programaciones, que mantenga el 100% de los derechos de contratación sobre la publicidad emitida y que mantenga un servicio de noticias local y propio en horario central.

La adecuación a la ley para ajustarse, entre todas las demás compatibilidades, a los límites a la multiplicidad de licencias está contemplada en el Artículo 161:

Los titulares de licencias de los servicios y registros regulados por esta ley, que a la fecha de su sanción no reúnan o no cumplan los requisitos previstos por la misma, o las personas jurídicas que al momento de

entrada en vigencia de esta ley fueran titulares de una cantidad mayor de licencias, o con una composición societaria diferente a la permitida, deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un (1) año desde que la autoridad de aplicación establezca los mecanismos de transición. Vencido dicho plazo serán aplicables las medidas que al incumplimiento —en cada caso— correspondiesen.

Al solo efecto de la adecuación prevista en este artículo, se permitirá la transferencia de licencias. Será aplicable lo dispuesto por el último párrafo del artículo 41.

El artículo 161 es conocido comúnmente como el artículo de la desinversión, ya que establece un plazo para cambiar la conformación societaria y/o desprenderse de las licencias que excedan los límites permitidos, y fue uno de los más cuestionados por los grupos concentrados de medios de comunicación, sobre todo mediante la vía judicial que describiremos en el apartado 7.b.

## 6. Sistematización de los planes de adecuación caso por caso

### 6.1 Grupo La Capital: Mar, Aldrey y mucha Plata

El grupo La Capital presentó su plan de adecuación el 13 de noviembre de 2012<sup>5</sup>, y fue aprobado por la AFSCA el 18 de febrero de 2014<sup>6</sup>, lo que permitió asegurar que el empresario español Florencio Aldrey Iglesias conserve el control de las señales que formalmente cambiarían de titularidad para cumplir con el límite de multiplicidad de licencias en el orden local que indica el artículo 45 de la LSCA. Titulares de cuatro sociedades que poseen licencias de servicios de comunicación audiovisual se presentan ante la AFSCA agrupados en el caso “Atlántica” para regularizar su situación. La adecuación a la letra de la ley se realiza mediante un reparto de medios de comunicación entre allegados al dueño del grupo, incluyendo familiares, directivos de otras empresas del mismo grupo<sup>7</sup> y/o socios en empresas de otros rubros.

Una de las operaciones de desinversión que proponen es el caso de Difusora Austral S.A., licenciataria de LU9 Radio Mar del Plata y de una FM subsidiaria en la misma ciudad, cuyas acciones se reparten en un 80 por ciento para Florencio Aldrey y un 10 por ciento para cada uno de sus hijos, Juan Carlos y Jorge Eduardo. Por medio del plan de adecuación se transfiere la titularidad de Difusora Austral S.A. en partes iguales a Dolores Noya, sobrina de Florencio Aldrey, y a la abogada Julia Cazón Fervienza. Noya, al mismo tiempo que se adjudica el control de esta empresa, se desprende a través del mismo plan de adecuación de su participación en La Prensa S.A., perteneciente al mismo grupo. Fervienza no tiene antecedentes en el mercado editorial ni periodístico, pero sí hay lazos que la unen con Florencio Aldrey, que mantiene una posición dominante en el mercado mediático marplatense.

Julia Cazón Fervienza es titular del 30% del paquete accionario de Editorial Arena del Atlántico S.A., junto a Fabián Adrián Fernández, que posee el 45%, y Néstor Otero, dueño del 25% restante. Esta editorial fue creada con llamativa celeridad con el objetivo de tomar el control y darle el golpe final al vaciamiento del diario El Atlántico<sup>8</sup>, el principal competidor histórico en el mercado marplatense del diario La Capital, del grupo encabezado por Aldrey Iglesias. En noviembre de 2013, un año después de la presentación formal del Plan de Adecuación del grupo La Capital, y luego

---

<sup>5</sup> Actuación 27.116/AFSCA/2012

<sup>6</sup> Resolución 194

<sup>7</sup> <http://www.caprica.org.ar/nota/item,644/seccion,23/subseccion,0/titulo,cambios-para-que-nada-cambie-el-caso-la-capital>

<sup>8</sup> En <http://www.revistaajo.com.ar/notas/1302-se-lo-que-hicieron-en-el-diario-el-atlantico.html> puede apreciarse una historia detallada del vaciamiento del diario.

de la firma del escribano Gustavo Crego, asiduo invitado en los agasajos organizados por el grupo La Capital<sup>9</sup>, la Dirección Provincial de Personas Jurídicas resolvió en sólo tres días la inscripción y matriculación de esa sociedad anónima, un trámite que habitualmente puede demorar varios meses. La conformación de la sociedad que se quedó con El Atlántico fue aprobada de manera expés por esta Dirección dependiente del Ministerio de Justicia Provincial durante la gestión del ex gobernador Daniel Scioli, que mantiene estrechas relaciones<sup>10</sup> con el empresario Aldrey, “a quien conozco desde hace más de 20 años, no sólo como empresario sino como amigo, como padre de familia, y que estuvo siempre, en las buenas y en las malas”, afirmaba en 2005 el entonces vicepresidente<sup>11</sup>. El periodista Pablo Ibañez, coautor junto a su colega Walter Schmidt del libro “Scioli secreto” (Sudamericana, 2015), afirmó que el ex gobernador le confesó que ve “como un padre”<sup>12</sup> a Aldrey, quien a la concentración mediática le suma negocios hoteleros, inmobiliarios, de juegos de azar, emprendimientos comerciales, etc.

La historia del desguace de la editorial que publicaba el diario El Atlántico, que se liberó de la totalidad de su plantilla de trabajadores mediante ventas, cambios de razón social, presiones, “retiros voluntarios”, multiplicación de tareas con otros medios de los grupos adquirentes, etc., incluye la participación de Raúl López, que se presentó como el responsable de lo que sería el nuevo El Atlántico, cuando hasta una semana antes era el jefe de redacción del diario La Prensa de la Ciudad de Buenos Aires, parte del grupo La Capital<sup>13</sup>.

Los otros accionistas también están vinculados al empresario; Fabián Andrés Fernández forma parte del grupo Fernández Hnos. S.A., liderado por su padre, que tiene fuertes vínculos con Aldrey a través de la UCIP<sup>14</sup>. Por su parte, Néstor Otero, quien tampoco estaba vinculado al periodismo, está asociado con Aldrey en la concesión del Gran Hotel Provincial, de la Nueva Terminal de Ómnibus de Mar del Plata y en el mega emprendimiento comercial en las manzanas sobre las cuales funcionaba la vieja Terminal. Por lo tanto, Aldrey “vende para adecuarse a la ley” la mitad de difusora Austral S.A. a su sobrina, y la mitad a Fervienza, vinculada al vaciamiento de el principal diario que competía con su grupo, asociada con allegados al empresario mediático marplatense por diversos lazos.

---

<sup>9</sup> <http://www.lacapitalmdp.com/noticias/La-Ciudad/2009/12/20/167532.htm>;  
<http://www.lacapitalmdp.com/noticias/La-Ciudad/2012/05/25/218856.htm>

<sup>10</sup> Sobre la estrecha relación, entre el Scioli y Aldrey, hay numerosas publicaciones periodísticas de medios locales y nacionales, aunque no hay pruebas de vinculaciones societarias directas ni causas judiciales por eventuales ilícitos: <http://www.lapoliticaonline.com/nota/1692/>;  
<http://www.lacapitalmdp.com/noticias/La-Ciudad/2015/05/15/281134.htm>;  
<http://www.lanacion.com.ar/1472820-los-vinculos-que-llegan-al-entorno-de-scioli>;  
<http://www.revistaajo.com.ar/notas/1302-se-lo-que-hicieron-en-el-diario-el-atlantico.html>; entre otras.

<sup>11</sup> <http://www.laprensa.com.ar/NotePrint.aspx?Note=319460>;

<sup>12</sup> <http://www.0223.com.ar/nota/2015-5-8--para-scioli-aldrey-iglesias-es-como-su-padre>

<sup>13</sup> <http://www.revistaajo.com.ar/notas/1302-se-lo-que-hicieron-en-el-diario-el-atlantico.html>

<sup>14</sup> Unión del Comercio, la Industria y la Producción de Mar del Plata

Otra de las empresas que cambian de titularidad según el plan de adecuación es La Prensa S.A., adjudicataria de una AM en la ciudad de Mar del Plata y controlada en un 78,44 por ciento por Juan Carlos Aldrey, en un 10,78 por Dolores Noya y en el mismo porcentaje por Lauro Laiño. Las acciones de La Prensa S.A. pasan a manos de dos directivos de medios pertenecientes al grupo La Capital: Aldrey, transfiere su mayoría accionaria a Laiño, que a su vez es sudirector del diario La Prensa de la Ciudad de Buenos Aires y Noya transfiere sus acciones a Marcelo Pasetti, vicedirector del diario La Capital.

Dos de las empresas agrupadas en el caso Atlántica ante la AFSCA mantienen su conformación societaria. Por un lado, la Editorial La Capital S.A., de la cual Florencio Aldrey es titular del 90 por ciento y sus hijos antes mencionados de un 5 por ciento cada uno. Esta empresa es licenciataria de la AM LU5 Emisora Atlántica de Mar del Plata más una FM subsidiaria en la ciudad, además de una AM y una FM en Mendoza, una AM en Tandil, una FM en Bahía Blanca, una AM en Córdoba y tiene licencia de Servicio de Comunicación Audiovisual por vínculo físico en Mar del Plata (por el 50 por ciento de La Capital Cable S.A.). Por otro lado, está la empresa Deportes y Espectáculos, adjudicataria de las licencias de una FM en Mar del Plata y una FM en Villa Gesell, cuyos titulares son Juan Carlos Aldrey y Jorge Oscar Pucinelli, con un 50 por ciento de las acciones cada uno.

Pucinelli también es directivo de LU6 Radio Atlántica, del mismo grupo, pero los lazos empresariales con Florencio Aldrey exceden el mercado mediático. Ambos, junto a Matilde Noya Aldrey, son socios en El Amanecer S.A., una empresa procesadora de leche líquida en Mar Del Plata que se fundó en el año 1998<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> <http://fichas.findthecompany.com.mx/l/128465845/El-Amanecer-S-A-en-Mar-Del-Plata-BUE;>  
<http://www.cuitonline.com/detalle/30539864382/el-amanecer-sa.html>

## 6.2 Cadena 3: “Seguimos adelante”... los mismos

Cadena 3 es una cadena de radio que transmite desde Córdoba y posee repetidoras en numerosos puntos del país incluyendo 13 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Presentó su plan de adecuación voluntaria el 6 de diciembre de 2012<sup>16</sup>, un día antes del anunciado 7D, aprobado por el directorio de la AFSCA a través de la Resolución número 55 el 17 de noviembre de 2014, para cumplir con la LSCA que obliga a que la multiplicidad de licencias a nivel nacional y para todos los servicios en ningún caso podrá implicar la posibilidad de prestar servicios a más del treinta y cinco por ciento (35%) del total nacional de habitantes o de abonados. Previamente, el 22 de marzo de 2012, la Cámara Federal de Córdoba revocó una medida cautelar presentada por la empresa en contra de la aplicación de la Ley<sup>17</sup>.

Esta cadena es propiedad de la empresa Radiodifusora del Centro (RDC), cuyos dueños son el empresario Gustavo Defilippi, con un 68% de las acciones, y los periodistas Pedro Mario Pereyra y José Gregorio “Rony” Vargas, con un 16% cada uno. RDC tiene las licencias de una AM y una FM en la ciudad de Córdoba, una FM en la ciudad de Santiago del Estero, una FM en la ciudad de Santa Fe y una FM en la ciudad de Bariloche, Río Negro. Además, RDC tiene el 40% de la empresa Radioinversores, controladora de la FM que tiene la frecuencia 99.1 MHz en Buenos Aires. El 60 por ciento restante, se lo reparten los mismos dueños de RDC; Defilippi un 40,8, mientras que Pereyra y Vargas un 9,6 cada uno. Por lo tanto, estos tres accionistas controlan el 60 por ciento de una empresa cuyo 40 por ciento restante es propiedad de otra empresa controlada por ellos mismos. Dos eslabones entrelazados que no son los únicos de una cadena que no termina allí. No sólo la transmisión, sino también la propiedad, son en cadena.

RDC posee casi la totalidad de las acciones de seis empresas que controlan sendas licencias de radiodifusión: Tres en Mendoza, Tres en Ushuaia, Tres en Río Cuarto, Tres en Río Gallegos, Radio Popular y Radio Tres. Hay un encadenamiento circular de titularidades en la cual RDC mantiene en cada una de las 6 empresas el 99.67 por ciento, mientras que el 0,33% restante de cada una de ellas es propiedad de alguna de las otras emisoras. Radio Popular tiene esa porción minoritaria en Tres en Mendoza, que controla una FM en esa ciudad. Tres en Mendoza hace lo mismo con quien controla una FM en Tierra del Fuego, Tres en Ushuaia. Ésta con quien controla

---

<sup>16</sup> Actuación 27.914/AFSCA/2012

<sup>17</sup> <http://seniales.blogspot.com.ar/2012/03/revocan-en-cordoba-medida-cautelar-de.html>. La Sala B de la Cámara Federal de Córdoba revocó el otorgamiento de la medida cautelar planteada por RDC bajo el expediente N° 457/11 (“Radiodifusora del Centro y Otras c/ Estado Nacional -Poder Ejecutivo- Acción Declarativa de Inconstitucionalidad- Ordinario”) con el argumento de que “la libertad de prensa ejercida en su dimensión individual, al igual que las restantes libertades constitucionales, no reviste el carácter absoluto”

una FM en Río Cuarto, Tres en Río Cuarto. Ésta con quién controla una FM en la ciudad de Córdoba con Permiso Precario y Provisorio, Radio Tres. Ésta con quien controla una FM en Río Gallegos, Tres en Río Gallegos. Ésta con quien tiene una FM con PPP en la ciudad de Córdoba, Radio Popular. Y de esta manera cerramos la cadena circular que comenzó con esta empresa.

Aunque no es nuestro objetivo en este apartado realizar un recorrido de la historia de Cadena 3<sup>18</sup>, no se puede soslayar que la privatización de LV3 que derivó en la conformación del grupo no escapa a las irregularidades sistemáticas ocurridas durante el proceso de privatización durante el gobierno de Menem, amparadas en la Ley de Reforma del Estado. LV3, hoy Cadena 3, fue entregada en concesión sin licitación pública en 1991 por el gobierno de Carlos Menem a RDC, que entonces estaba conformada por sus socios actuales. Las licencias para las FM en Buenos Aires, Mendoza, Río Cuarto, Río Gallegos, Ushuaia y una de baja potencia en la ciudad de Córdoba, fueron otorgadas mediante la firma de resoluciones pocos días antes del fin del mandato de Menem, formando parte de lo que se conoció como “licencias menemistas”. La más importante de éstas es la obtenida en la Ciudad de Buenos Aires, permitiéndole al grupo el privilegio de tener por decreto presidencial, por concurso público de antecedentes y sin licitación, la primera radio del interior con presencia en Buenos Aires.

El plan de adecuación propone que Radiodifusora del Centro se fusione con las demás empresas del grupo, Radioinversores y las otras seis que conforman las titularidades encadenadas que antes describíamos, y deja a criterio de la AFSCA la venta de una a cinco radios para adecuarse al límite permitido, sin especificar no sólo la cantidad necesaria para adecuarse sino tampoco cuáles serían ni de qué manera ni en beneficio de quién. Se desprenderían eventualmente de una o más de las FM de Santiago del Estero, Bariloche, Río Gallegos, Ushuaia o C.A.B.A. Además, proponen vender uno de los dos PPP que tiene el grupo en la ciudad de Córdoba, para no superar el límite de licencias en el orden local.

Por lo tanto, el plan presentado asegura el mantenimiento y la consolidación de la titularidad del grupo, ya que los propietarios actuales concentran en una sola empresa, Radiodifusora del Centro, a las demás del grupo, y deja abierta la posibilidad de desprenderse de algunas de las licencias sometiéndose al criterio de AFSCA, pero no se compromete específicamente con ninguna de ellas. A partir de la aprobación del plan de adecuación, donde había 8 empresas, aunque todas con los mismos dueños, pasa a haber una, mientras que ninguna empresa del grupo Cadena 3 es explícitamente vendida. A diferencia de otros casos estudiados, que intentan presentar la desinversión como una transferencia de titularidades de licencias a terceros, en este caso el plan propone la concentración de las distintas empresas del grupo en una sola.

---

<sup>18</sup> Tamara Smerling (2013) explica de manera sintética en su ponencia el proceso de adjudicación.

El ex banquero Defilippi y los periodistas Pereyra y Rony Vargas<sup>19</sup>, así como en la década de 1990 fueron beneficiados con las facilidades que le otorgara el menemismo para adquirir sus licencias, presentan un plan donde el Estado, hoy controlado por otro Gobierno, le facilitaría nuevamente una legalidad a la medida de sus intereses.

---

<sup>19</sup> No sólo del menemismo ha recibido un buen trato por parte de los poderes políticos del Estado, ya sea nacionales o municipales, ya que fue declarado Ciudadano Ilustre de la Ciudad de Córdoba por el Consejo Deliberante el 17 de septiembre de 2014.

### 6.3 Radiocadena Eco: Al final, lo primero es la familia

Radiocadena Eco es una empresa familiar que presentó su plan de adecuación ante la AFSCA el 31 de agosto de 2012 para regularizar su participación en 39 licencias de radio repartidas por todo el territorio nacional. Estas licencias se encuentran en distintas situaciones legales, ya que según se desprende del plan presentado, a las que tienen confirmada la adjudicación, se le suman distintos casos que incluyen amparos, situaciones en conflicto legal, concursos que la empresa denuncia que se encuentran sin resolución, permisos precarios, licencias “en asignación”, “pliegos comprados”, etc.

El grupo se presenta ante la AFSCA ante la posibilidad de incurrir en incompatibilidad por exceso nominal de licencias a nivel nacional (art. 45 1.b.), por lo que “proponen adecuarse cuando regularicen sus permisos precarios. Porque, según su presentación, hoy no estarían en incumplimiento” detalla el organismo regulador<sup>20</sup>, que en la resolución 653 del 24 de mayo de 2014 consideró que no requieren adecuación. Por lo tanto, debido a los diversos estados judiciales en los que se encuentra una parte importante de sus licencias, dejarían supeditada una eventual adecuación a la resolución de dichos conflictos. De todos modos, su plan declara cuál sería el destino de la titularidad de las licencias para cumplir con los requisitos del límite a la multiplicidad de licencias establecido por la LSCA que estaría siendo violado con la conformación societaria actual.

La titularidad de todas las licencias englobadas por la AFSCA en el caso “Radiocadena Eco” está repartida entre miembros de la familia del ex funcionario durante el gobierno de Carlos Menem, Oscar Felipe Marvaso, incluyendo a su esposa, Juana Morano de Marvaso, sus dos hijos, su homónimo y Manuel Pablo, y su fallecida madre, María de la Aurora Noval de Marvaso. El plan presentado asegura que esta situación no sea alterada, mediante la estrategia de modificar el reparto de licencias y los porcentajes accionarios para que ninguno de los medios salga del ámbito familiar del ex asesor menemista.

La cabeza de la cadena Eco, Oscar Felipe Marvaso (padre) es un personaje que consolidó su actividad en el campo de los medios de comunicación de la mano de su actividad política. Es portador de un apellido con historia en el ámbito empresario argentino, ya que es hijo de Felipe Marvaso, quien formara parte de dos empresas con nombre fuerte en la Argentina, aunque no ligadas al campo de la comunicación. Su padre, Felipe Marvaso, formó parte de la histórica Jabón Federal, pero sería reconocido por ser el dueño de la empresa Marolio. Tras la muerte de su padre, Oscar Felipe Marvaso (padre) heredó la empresa. Comenzó a consolidar su fuerte

---

<sup>20</sup> AFSCA, *Resumen de propuestas presentadas formalmente*. Ver caso *Radiocadena Eco*. [http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2012/12/Adecuaciones\\_presentadas.pdf](http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2012/12/Adecuaciones_presentadas.pdf)

participación en el mercado mediático mientras se desempeñaba como funcionario del menemismo<sup>21</sup>, actividad por la que fuera procesado posteriormente<sup>22</sup>. Este empresario de los medios utilizó el aire tanto para su defensa del menemismo o sus disputas por hacerse de la conducción de Vélez Sarsfield<sup>23</sup>, club del que es hincha, como para darles espacio a la expresión de sus ideas a cuestionados periodistas como Bernardo Neustadt<sup>24</sup> o el neonazi Alejandro Biondini<sup>25</sup>.

Radiocadena Eco tiene sus licencias repartidas entre la empresa Cadena de Radio Eco S.A. (CRESA) y los miembros de la familia Marvaso, de manera individual o con distintas agrupaciones de los mismos. CRESA está conformada por Juana Morano de Marvaso, propietaria del 90 por ciento de las acciones, y por sus hijos Oscar Felipe Marvaso (h) y Manuel Pablo Marvaso, con el 5 por ciento cada uno. Con esta distribución societaria son propietarios de tres licencias; las AM 1220 de Mar del Plata y 1220 de Buenos Aires quedarían a futuro bajo la titularidad de Juana Morano de Marvaso como presidenta de CRESA; esta firma transfiere la FM subsidiaria de Mar del Plata con el 89.3 a nombre de Manuel Pablo Marvaso.

Éste último conserva la titularidad de las licencias en distintas situaciones legales de Bolívar 90.9, Mar de Ajo 102.5, Necochea 102.3, 9 de julio 89.1, Tandil 89.9 y Olavarría 104.3, todas de la provincia de Buenos Aires. También queda a su cargo la titularidad de la FM 87.9 de Buenos Aires compartida con su hermano, quien transferiría su participación accionaria. Oscar Felipe Marvaso (h) mantiene la

---

<sup>21</sup> El 13 de diciembre de 1990 es designado Asesor Presidencial “ad-honorem” en materia de comunicaciones, con rango de Secretario de Estado. [https://archive.org/stream/Boletin\\_Oficial\\_Republica\\_Argentina\\_1ra\\_seccion\\_1990-12-13/1990-12-13\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/Boletin_Oficial_Republica_Argentina_1ra_seccion_1990-12-13/1990-12-13_djvu.txt).  
Mediante el Decreto 816/91 del 25 de abril de 1991 es designado asesor presidencial con rango y jerarquía de Secretario de Estado. [https://archive.org/stream/Boletin\\_Oficial\\_Republica\\_Argentina\\_1ra\\_seccion\\_1991-05-06/1991-05-06\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/Boletin_Oficial_Republica_Argentina_1ra_seccion_1991-05-06/1991-05-06_djvu.txt).  
Es designado como asesor con rango y jerarquía de subsecretario. Boletín Oficial 28.184, decreto 72/95 del 8 de julio de 95. <http://www.boletinoficial.gov.ar/DisplayPdf.aspx?s=BPBCF&f=19950713>.  
<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/verNorma.do;jsessionid=C82039E9E6B10B68D023E6C1F43CDD95?id=23855>.  
Renunció como asesor un día antes de la salida de Menem del poder. Boletín oficial 29.292, 14 de diciembre de 1999. <http://www.boletinoficial.gov.ar/DisplayPdf.aspx?s=01&f=19991214>

<sup>22</sup> “Procesan a funcionarios menemistas por contrataciones en la agencia TELAM”. <http://www.radiodifusiondata.com.ar/2006/ene06/telam-eco.htm>

<sup>23</sup> Hincha y ex dirigente de Vélez Sarsfield, mientras era asesor del presidente Carlos Menem en el área de comunicación, Marvaso utilizó una de los radios de su grupo para enfrentarse públicamente con Raúl Gámez, no sólo por su disputa para obtener la conducción del club, sino también por las críticas que el entonces presidente velezano había expresado contra el gobierno de Menem. <http://www.pagina12.com.ar/1999/99-03/99-03-28/pag31.htm>

<sup>24</sup> Una de las figuras emblemáticas del periodismo que apoyó desde los medios de comunicación el auge del neoliberalismo en la Argentina, destacándose como un gran defensor del menemismo, luego de haber hecho lo mismo años anteriores durante la última dictadura militar que impuso con sangre en el país esa ideología en la política, la económica, la cultura y en todos los ámbitos de la sociedad.

<sup>25</sup> El programa “Alerta nacional” del neonazi Biondini se emitía semanalmente por la AM 1220. <http://www.alertanacional.com/modules/wordpress/2009/02/>

titularidad de las licencias de radio de Eco Ushuaia 94.7, con licencia vigente, y las de Puerto Madryn (Chubut) 88.9, San Martín de los Andes (Neuquén) 89.3, Villa la Angostura (Neuquén) 90.1, Viedma (Río Negro) 89.1 y Calafate (Santa Cruz) 89.3, todas en conflicto legal. Asimismo, las licencias a nombre de Juana Morano de Marvaso quedarían sin modificación; se trata de los radios Eco Catamarca 90.1 y Eco Santa Rosa 88.9, ambas con licencia otorgada, y las de Los Cocos (Córdoba), Villa Carlos Paz (Córdoba), Rawson (Chubut) 98.1, San Luis y San Salvador (Jujuy), todas sin resolución o en conflicto judicial en distintas instancias.

Oscar Felipe Marvaso (padre), luego de la adecuación mantendría la titularidad de 8 licencias que se encuentran en distintas etapas de litigio legal, según el plan de adecuación: Bahía Blanca (Buenos Aires) 89.5, Bariloche (Río Negro) 94.9, Santiago del Estero 102.5, AM 1530 (Buenos Aires), Comodoro Rivadavia (Chubut) 93.5, Río Gallegos (Santa Cruz) 89.3, Río Cuarto (Córdoba) 89.1 y San Nicolás (Bs. As.) 89.1. También seguirían a su nombre las FM Buenos Aires (C.A.B.A.) 88.9 y Córdoba 90.7, ambas en sucesión luego del fallecimiento de su madre. Quedarían a nombre de sus hijos el resto de las licencias que hasta el momento de la presentación del plan figuraban en sucesión a nombre de Oscar Felipe Marvaso (padre). Proponen una “solicitud de transferencia automática de abuela a nieto” para que las FM de Chacabuco 90.9 y de Pinamar 105,9 (ambas de Buenos Aires) queden en manos de Manuel Pablo Marvaso y las de La Rioja 91.5, Termas de Río Hondo (Santiago del Estero) 91.1, Mendoza 90.1 y Rosario (Santa Fe) en las de Oscar Felipe Marvaso (h).

En resumen, la totalidad de las licencias en cuestión se repartirían equitativamente entre los cuatro miembros de la familia Marvaso-Morano que ya participaban del grupo, ya que Oscar Felipe Marvaso (padre) y sus hijos, Oscar Felipe y Manuel Pablo, se quedarían con 10 licencias cada uno, mientras que Juana Morano de Marvaso, con 9. “Prendemos transferir entre los miembros familiares e interesados para cumplir y adecuar a la ley”, reconocen en el Anexo B del plan presentado. El ex-funcionario menemista Oscar Felipe Marvaso, que comenzó a consolidar su cadena durante ese gobierno mientras era asesor en el área de comunicación y que fue procesado por contrataciones en la agencia TELAM, continúa con el control del negocio familiar mediante el plan de adecuación presentado ante la AFSCA, que reparte las licencias entre los mismos familiares que ya figuraban como licenciarios, y evita la desinversión, por lo que no se liberarían licencias para la participación de nuevas voces por fuera del grupo mediático.

## 6.4 Inversat: Salida de dos accionistas

Roberto Ricardo Ferraris y Alejandro Héctor Tirachini presentaron sus propuestas de adecuación para resolver situaciones de incompatibilidad por formar parte de manera simultánea de una sociedad licenciataria de un servicio de televisión satelital por suscripción y de otras licencias de SCA<sup>26</sup>. En las presentaciones, realizadas el 22 de abril de 2013, como accionistas de Inversat S.A. adhieren a la Actuación 27.932 del 6 de diciembre de 2012 que propone los términos de adecuación. Esta empresa tiene una participación del 40 por ciento en Red Intercable Satelital S.A., que posee una licencia de Televisión Directa al Hogar (TDH).

En la Resolución 893 del 18 de julio de 2013 la AFSCA declaró admisible la propuesta de Roberto Ferraris de desinvertir en su participación en Inversat para evitar incurrir en una incompatibilidad por exceso de licencias. Ferraris es integrante de la firma Fortín Mulitas CCC3 TV S.A., licenciataria de un servicio de comunicación audiovisual por vínculo físico en la localidad de 25 de mayo en la provincia de Buenos Aires.

En la resolución 894 de la misma fecha, el órgano de aplicación declaró admisible la propuesta de Alejandro Tirachini de desinvertir en Inversat, por incurrir en una incompatibilidad por su participación en Vía Patagónica S.A., que es titular de una licencia de cable y de una FM en Puerto Deseado, Santa Cruz.

Inversat S.A. es una firma que según su plan de adecuación, cuenta con más de 150 accionistas, de los cuales ninguno de ellos llegaría al 5 por ciento de las acciones distribuidas. En su plan de adecuación presentado el 6 de diciembre de 2012 proponen que “los accionistas de Inversat que de acuerdo al criterio interpretativo generalmente adoptado por la AFSCA, no reúnan los requisitos exigidos por la LSCA, cedan la totalidad de las acciones de Inversat de las que cada uno de ellos es titular, a personas que reúnan las condiciones exigidas por los artículos 24 a 26 de la LSCA”.

Por lo tanto, las propuestas de Ferraris y de Tirachini respetan la presentación de Inversat, mediante la desinversión de su participación en la empresa, aunque sin definir quiénes son los destinatarios de sus acciones. De este modo, no se puede afirmar que a partir de esta adecuación se abran espacios para la entrada de nuevas voces al mercado mediático.

---

<sup>26</sup> El artículo 45 inciso i de la LSCA establece que “la titularidad de una licencia de servicios de comunicación audiovisual satelital por suscripción excluye la posibilidad de ser titular de cualquier otro tipo de licencias de servicios de comunicación audiovisual”.

## 6.5 Grupo Ick: Los medios del imperio, a salvo

Néstor Carlos Ick es titular del grupo económico más poderoso de Santiago del Estero y es considerado por muchos como el dueño del poder real en la provincia<sup>27</sup>. Maneja un conglomerado que, además de oligopolizar el mercado mediático provincial, se diversifica en áreas como energía y construcción, entidades financieras, hotelería y turismo y hasta posee un cementerio privado<sup>28</sup>.

Para mantener el control de su grupo mediático, presentó su plan de adecuación el 4 de mayo de 2012 ante la AFSCA, que lo declaró admisible el 18 de julio de 2012<sup>29</sup>. El titular del grupo Néstor Carlos Ick, sus hijos Gustavo Eduardo y Raúl Alberto, y su socio, Juan Carlos Biagioli, figuran en la presentación como titulares de licencias, partícipes de sociedades o como destinatarios de los medios en los cuales desinvierten. En la trama familiar y societaria del grupo también tienen participación las esposas de Néstor Ick y la de Biagioli<sup>30</sup>.

A partir de la adecuación, se reparten su participación en la titularidad de las licencias, de empresas licenciatarias y de las acciones de una firma que gerencia una empresa estatal. Gustavo Eduardo Ick se desprende de la totalidad de las licencias a su nombre y de su participación en empresas del grupo licenciatarias; pero pasa a tener el control de la mayoría de las acciones de Néstor Carlos Ick en RESESA S.A., controladora de la empresa Distribuidora de Electricidad de Santiago del Estero S.A. (EDESE), quién solo conserva menos del 10 por ciento del paquete accionario; de esta manera, ambos evitan incurrir en una incompatibilidad por ser propietario de licencias de servicios de comunicación audiovisual y tener el 10 por ciento o más de acciones en una empresa de servicios públicos<sup>31</sup>.

Gustavo Ick también transfiere la FM LRK-344 La Capital que opera en la frecuencia 101.3 en la Ciudad de Santiago del Estero a Rubén Gustavo Ainete, quien integra la Comisión Revisora de Cuentas de la Fundación Cultural Santiago del Estero, cuyo presidente es Néstor Carlos Ick<sup>32</sup>.

---

<sup>27</sup> "Los amigos de Néstor Ick", Página 12, 28 de agosto de 2005. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-55728-2005-08-28.html>

<sup>28</sup> <http://www.grupoick.com.ar/>

<sup>29</sup> Resolución 994/AFSCA/2012

<sup>30</sup> Lydia Mackerprang de Ick y Rosa Josefina Durgam de Biagioli están vinculadas a CAS TV S.A., licenciataria del Canal 7. *Planilla Carpeta de Acceso Público*, septiembre de 2014. Disponible en [http://www.canal7.tv/Planilla\\_CASTV.pdf](http://www.canal7.tv/Planilla_CASTV.pdf)

<sup>31</sup> Ley 26.522. Art. 24 – Condiciones de Admisibilidad, inciso i.

<sup>32</sup> <http://www.fundacioncultural.org/portal/index.php/institucional/iquienes-somos.html>

Néstor Carlos Ick, Gustavo Eduardo Ick y Juan Carlos Biagioli son accionistas de manera conjunta en dos empresas licenciatarias; una es CAS TV S.A.<sup>33</sup>, propietaria de la licencia de LV81 TV Canal 7 de Santiago del Estero; la otra es Tele Imagen Codificada S.A., licenciataria de un sistema de cable en la ciudad de Santiago del Estero. Por un lado, a partir del plan de adecuación Gustavo Eduardo Ick transfiere la totalidad de sus acciones que posee, el 10 por ciento, a Néstor Carlos Ick. Por el otro, ambos transfieren a Raúl Alberto Ick su participación en Tele Imagen Codificada S.A., mientras que Juan Carlos Biagioli transfiere su parte en la misma a su hijo Carlos Raúl Biagioli.

Se mantienen sin modificación las licencias de dos FM que controla el grupo en la ciudad de Santiago del Estero, la LRK-342 Radio Panorama que opera en la frecuencia 100.1, a nombre de Néstor Carlos Ick, y la FM LRK-819 Radio Meridiano en la frecuencia 99.3, bajo la titularidad de Juan Carlos Biagioli.

Con el fin de mantener el control de la totalidad de las licencias bajo su órbita, la estrategia de adecuación a la LSCA del Grupo Ick consiste en repartir las participaciones accionarias entre los socios existentes; transferir acciones a familiares de los Ick<sup>34</sup> y de Biagioli, como en el caso de Tele Imagen Codificada S.A.; o dejarlas en manos de personas con las que tienen relaciones empresariales en otras sociedades y/o instituciones, como en el caso de Ainete. De esta manera, el Grupo Ick mantiene el control de la totalidad de las licencias con las que contaban antes de la presentación, lo que impide que se abran espacios para la participación de terceros no relacionados con el grupo.

---

<sup>33</sup> CAS TV S.A. es la empresa con la que los hermanos Castiglione ganaron concurso para el Canal 7, primera emisora de televisión del norte argentino. (Picco, 2014:11)

<sup>34</sup> La misma maniobra se observa en el traspaso de una licencia controlada por el matrimonio Castiglione-Ahumada a la esposa de Gustavo Ick, donde su compra del diario El Liberal a la familia Castiglione, los negocios compartidos en EDESE y la coincidencia en las estrategias de adecuación expresan de manera explícita los lazos con el Grupo Ick. Ver "Castiglione-Ahumada: Satélites del Grupo Ick" en este mismo trabajo.

## 6.6 Castiglione – Ahumada: Satélites del Grupo Ick

El matrimonio conformado por el ingeniero Pablo Rafael Castiglione y la doctora Cecilia del Valle Ahumada Cerezo presentó el 5 de diciembre de 2012 su plan de adecuación a la LSCA<sup>35</sup>. La AFSCA declaró admisible la propuesta el 8 de mayo de 2013<sup>36</sup>, ya que consideró que incurrirían en una situación de multiplicidad de licencias en el orden nacional y también incompatibilidad en el orden local. En la resolución se aclara que Castiglione es titular de cinco licencias, mientras que Ahumada de cuatro, que son computadas en conjunto por tratarse de cónyuges. Además tienen participaciones en tres empresas que son licenciatarias de servicios de comunicación audiovisual.

Pablo Rafael es miembro de la familia Castiglione, pionera en los medios de comunicación de Santiago del Estero<sup>37</sup>, en particular por haber fundado el primer canal de TV, vendido a Néstor Ick en 1978, y por haber manejado durante décadas el diario El Liberal, hasta que los herederos lo vendieron en 2009 al Grupo Ick<sup>38</sup>, que ubicó a Gustavo Ick como director editorial. La relación empresarial entre la familia Castiglione y el Grupo Ick no se limita a estas transferencias. Pablo Rafael Castiglione y Gustavo Ick forman parte de una sociedad que está denunciada por irregularidades en la compra de la Empresa Distribuidora de Electricidad de Santiago del Estero (EDESE)<sup>39</sup>. Además comparten la titularidad de Radiodifusora NOA S.R.L., licenciataria de la AM 1440 de Santiago del Estero, por la que solicitan la adjudicación y aprobación de la transferencia ya que serían la “única oferente en el concurso” que se había llevado a cabo siete años antes, pero que no fue tenida en cuenta en la resolución de la AFSCA ya que no son considerados titulares de la licencia. Igualmente, es interesante destacar que en este caso, por la adecuación que habían presentado se desprendían de la

---

<sup>35</sup> Actuación 28.087/AFSCA/2012

<sup>36</sup> Resolución 617

<sup>37</sup> “Los medios de comunicación santiagueños tuvieron dos pioneros: los hermanos Antonio y José F. L. Castiglione. En 1928 habían comprado el diario *El Liberal*, el más importante de la provincia, fundado en 1898, que fue propiedad de la familia hasta 2009. En 1937 fundaron la primera radio, *LV11 Radio del Norte*, y en 1964 la primera emisora de televisión del norte argentino, *Canal 7*” (Picco, 2014:11).

<sup>38</sup> “En los 70, una serie de malos movimientos administrativos hicieron que el canal de televisión dejara de ser negocio y los Castiglione terminaron vendiendo las acciones a los empleados, quienes luego se las entregaron a otro insipiente empresario local: el abogado Néstor Ick, quien comenzaría así la construcción de un poderoso holding de empresas de distintos rubros. En materia de comunicación, el Grupo Ick contaría no sólo con el canal de aire sino también con la televisión por cable, varias radios, y finalmente con el diario El Liberal, del cual se volvió accionista mayoritario tras comprar paulatinamente las acciones de la empresa después de una desmembración del directorio compuesto por varios herederos de la familia Castiglione y otros empresarios que tenían participación a principios de los 2000.” (Picco, 2012:71-72,161). Ver además <http://bibliotecajwa.com.ar/santiago/doku.php/diario-el-liberal>;

<sup>39</sup> <http://argentina.indymedia.org/news/2004/01/168232.php>

emisora en partes iguales en favor de Santiago Presman, con quien no se pueden demostrar vinculaciones previas, y de María Waldina Rigoud, esposa de Gustavo Ick.

Pablo Rafael Castiglione es el titular de las licencias de las FM 95.5 Mhz de Villa Dolores, 95.3 de San Francisco, 95.1 de Río Tercero, todas de la provincia de Córdoba, de la FM 96.9 de San Fernando del Valle de Catamarca, y del Permiso Precario y Provisorio (PPP) de la FM 107.3 de la ciudad de Córdoba. También declara en trámite de adjudicación las FM 95.3 de Villa María y la 92.1 de Río Cuarto, pero no son tenidas en cuenta por la AFSCA para el cómputo de la cantidad de licencias, ya que no están adjudicadas formalmente.

Cecilia del Valle Ahumada Cerezo es la adjudicataria de las licencias de las FM 95.5 Mhz de Monte Quemado, 95.1 de Añatuya, 95.3 de Quimilí, 95.3 de Frías, todas de Santiago del Estero, y de la 105.5 de Quitilipi, provincia de Chaco. Declara en el plan de adecuación, pero no son computadas por la AFSCA por no tener finalizado el trámite de adjudicación la FM 103.3 de la Ciudad de Córdoba y la 95.5 de San Miguel de Tucumán, mientras que tampoco es tenida en cuenta la 92.1 de Santiago del Estero, por encontrarse en trámite de transferencia a su favor.

Por la propuesta de adecuación, Castiglione se desprende de las licencias de FM de Río Tercero y de Villa Dolores a favor de un tercero, Roberto Marcelo Alonso, que también se adjudica la licencia de FM de Quimilí que estaba a nombre de Ahumada. Ésta renuncia a la licencia de la FM de Monte Quemado; también transfiere las de Añatuya y Frías a nombre de Jaime Rafael Servent, y la de Quitilipi a Eduardo Horacio Medina. Servent es director de la FM 107.3 Radio Las Rosas de la ciudad de Córdoba, que tiene un PPP a nombre de Pablo Rafael Castiglione<sup>40</sup>. El matrimonio se desprende de la totalidad de su participación accionaria en la FM Río S.R.L., que estaba repartida en un 90 por ciento para Castiglione y un 10 para Ahumada, adjudicataria de la licencia de la FM 104.1 de La Banda, Santiago del Estero, a nombre de Gustavo Rodolfo Galván, que se queda con un 50 por ciento de las acciones de Castiglione, y de la esposa de Gustavo Ick, María Waldina Rigoud, que obtiene el 40 por ciento restante y el 10 de Ahumada.

En este caso presentado ante la AFSCA, la estrategia del matrimonio Castiglione-Ahumada para adecuarse a los límites a la multiplicidad de licencias que impone la LSCA es desprenderse de la titularidad de 7 licencias de FM y la mitad de una empresa licenciataria de una AM a favor de terceros con los cuales no estarían ligados de manera directa, mientras que transfieren la otra mitad de esa empresa a la esposa de su socio Gustavo Ick, María Waldina Rigoud, que también hubiera sido, según el plan presentado, la destinataria de la participación de su esposo en Radiodifusora NOA, aunque, como dijimos anteriormente, no requiere adecuación

---

<sup>40</sup> Figura como director de la emisora en el jurado de un concurso. Ver <http://elaspirante.com.ar/certamen-de-bandas-con-tonada-cordobesa/>

según la AFSCA. La estrategia de Gustavo Ick, elaborada en este caso junto a Castiglione, es coherente con la que llevó adelante el Grupo Ick, del que forma parte, ya que implica la transferencia de licencias excedentes cuestionadas hacia un familiar directo, para mantener el control de las mismas.

## 6.7 Radiodifusora Cero: Las licencias para el pibe

El grupo Mariatti presentó su plan de adecuación el 9 de septiembre de 2011<sup>41</sup> mediante dos actuaciones, en las que propone transferir licencias para no superar el límite de multiplicidad permitido por la LSCA. Está conformado por Daniel Mariatti, su esposa María Alejandra Monserrat y un grupo de empresas integradas por ambos o por alguno de ellos. A título personal o mediante el control de las mismas, declaran tener 26 medios de comunicación audiovisual entre licencias otorgadas, PPP, solicitudes de licencia y trámites en curso.

A través de Radiodifusora Cero S.R.L., a nombre de Daniel Mariatti y María Alejandra Monserrat está la FM Rosario. Monserrat manifiesta tener a su nombre la AM 1330 de Rosario y las FM de Ushuaia, Santa Rosa, Venado Tuerto, Catamarca, Viedma, Río Gallegos, Pinamar, Granadero Baigorria, Tucumán, Cañada de Gómez, Villa Constitución, Funes, Pergamino, San Nicolás, Corral de Bustos, Rafaela, La Rioja y Jujuy. Radiodifusora Siglo XXII S.R.L. controla la licencia de TV del Canal 30 de Rosario y las FM de Santa Clara del Mar, Corrientes, Bariloche, Mar del Plata y Santa Fe. Radiodifusora Delta Norte tiene una FM en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Para mantener en su poder todos los medios en los que tienen licencias otorgadas, PPP, solicitudes o pedidos de adjudicación, la estrategia del grupo encabezado por la pareja conformada por Mariatti y Monserrat es transferir 8 licencias a su hijo, Julián Mariatti. El destinatario de la supuesta desinversión es futbolista<sup>42</sup> y en el momento de la presentación del plan de adecuación tenía 18 años.

La AFSCA emitió su resolución el 16 de mayo de 2013<sup>43</sup> y declaró que el grupo no requiere adecuación al artículo 45 de la ley 26.522 porque no incurren en incompatibilidad por multiplicidad de licencias, ya que no son contabilizados los Permisos Precarios y Provisorios ni las solicitudes de licencias. Detalla que para la autoridad de aplicación, Monserrat es titular de las licencias de una AM en Rosario, de las FM Santa Rosa, Venado Tuerto, Ushuaia y de un PPP en Granadero Baigorria, provincia de Santa Fe; Radiodifusora Siglo XXII, a nombre de Mariatti y Monserrat, es titular de dos licencias de FM en Santa Clara del Mar y Pinamar; Radiodifusora Cero, integrada por Graciela Palu y María Alejandra Monserrat, es titular de dos licencias de FM en Rosario y en Pinamar; y Daniel Mariatti es titular de un PPP en Rosario.

En resumen, Monserrat es titular de cuatro licencias y es integrante de tres sociedades licenciatarias. Con 7 licencias, no vulnera el límite en el orden nacional.

---

<sup>41</sup> Actuaciones 24.691/2011 y 24.694/2011

<sup>42</sup> Inició su carrera en Argentino de Rosario, presidido por su padre Daniel Mariatti.

<http://www.diariocruzdelsur.com.ar/noticia/noticia/id/12783>

<sup>43</sup> Resolución 632

Tampoco en el orden local, ya que el control de dos licencias en la ciudad de Rosario, una de AM en la que es la única titular y otra de FM por su participación en Radiodifusora Cero, se ajusta al artículo 45 de la ley. Por lo tanto, la AFSCA considera que Monserrat y Radiodifusora Cero, y por lo tanto el grupo, no requieren adecuación a la ley.

Más allá de la resolución de la autoridad de aplicación, es interesante tener en cuenta cuál era la estrategia empresarial en este caso. El objetivo era que el negocio familiar continuara sin alteraciones. En ese sentido, cuando consideraron que debían ajustarse a la ley, Mariatti y Monserrat decidieron simular una desinversión a favor de su hijo de 18 años, para mantener el control de todas las licencias en su poder, lo que hubiera implicado un impedimento para el ingreso de nuevas voces al mercado mediático.

## 6.8 Grupo Indalo: El desembarco de Cristóbal

El Grupo Indalo presentó su plan de adecuación el 6 de noviembre de 2012 para regularizar los cambios en la titularidad de sus licencias y para proponer modificaciones para sortear la incompatibilidad por multiplicidad. La AFSCA declaró admisible la presentación el 5 de marzo de 2013. Incluye la reestructuración societaria de las empresas controlantes de cuatro licencias de FM, una de AM y la del canal de cable C5N. El plan oficializa la decisión de Daniel Hadad de desprenderse del control del grupo, que pasa a manos del empresario Cristóbal López y de su socio y principal ejecutivo Carlos Fabián De Sousa, dueños de South Media Investments S.A. (Smisa), quienes se reparten el 70 y el 30 por ciento de las acciones, respectivamente.

Hadad y su esposa Viviana Zocco se presentan como titulares del 100 por ciento de las acciones de Votionis S.A., licenciataria de la AM 710 Khz y de la FM 98.3 Mhz; de Imagen Radial S.A., licenciataria de la FM 103.7 Mhz; de Radio Productora 2000 S.A., licenciataria de la FM 97.5 Mhz; y de DH Com S.A., licenciataria de la FM 101.5 Mhz. Además declaran ser propietarios de la mitad del paquete accionario, un 28,46% de Hadad y un 21,54 de Zocco, de Telepiu S.A., que controla el canal de cable de noticias C5N; el otro 50 por ciento pertenece a Screenstar S.A., empresa dividida en tercios entre Sebastián Andrés Patrone, Smisa y Edifica Norte S.A., aunque esta última, que también habría pasado de manos de Hadad a López<sup>44</sup>, posee una acción menos que los dos anteriores.

En una primera reestructuración societaria, las empresas Corporación Iberoamericana de Medios S.A. (CIM) y Medios y Participaciones (MyP), se hicieron cargo de Votionis y de Imagen Radial, con un 95% para CIM y un 5 para MyP, y de Radio Productora y DH Com, con un 95% para MyP y un 5 para CIM.

En una segunda reestructuración societaria, el 70 por ciento de CIM y de MyP es adquirido por la empresa Corporación Iberoamericana de Comunicación S.A. (CICSA), mientras que el 30 por ciento queda para Screenstar. La mayoría de CICSA pertenecía a en un 31,32% a Hadad, un 22,68% a Zocco, un 25% a Emti S.A., que también pasaría del control de Hadad al de López<sup>45</sup>, y un 21% a Mayor Business Corp. Esta última sería propiedad del banquero Raúl Moneta<sup>46</sup>, el cual, entre otras actividades empresariales, es dueño de varios medios de comunicación. La empresa

---

<sup>44</sup> "Moneta, el inesperado socio de Cristóbal López en Radio 10 y el canal C5N", La Nación, 7 de enero de 2014. Ver: <http://www.lanacion.com.ar/1653401-moneta-el-inesperado-socio-de-cristobal-lopez-en-radio-10-y-el-canal-c5n>

<sup>45</sup> Ídem.

<sup>46</sup> Ídem.

está radicada en Panamá como Mayer Business Corp S.A.<sup>47</sup> a nombre de Moneta y otros dos socios, aunque la AFSCA no se expidió al respecto, a pesar de que el banquero, con su participación empresarial en este grupo, estaría superando el límite de multiplicidad de licencias.

En la presentación se solicita que se aprueben las reestructuraciones anteriores para que encuadren como una desinversión. Al mismo tiempo, proponen la adquisición por parte de Smisa del 54 por ciento de CICSA que pertenece a Hadad y Zocco, mientras que el resto de la participación accionaria de la empresa continúa sin modificación. Además, dejan explícito en la presentación que previamente, el 12 de abril de 2012, Smisa había comprado el 50 por ciento de Telepiu, controlante de C5N, manteniendo Screenstar S.A. el 50 por ciento que ya controlaba. Pero proponen también en este caso una nueva reestructuración societaria, ya que Smisa desinvierte de manera directa en el 50 por ciento de Telepiú S.A. en favor de CICSA, de la cual detenta la mayoría accionaria.

Por lo tanto, luego de la autorización de la AFSCA, con la adquisición del 54 por ciento de CICSA y la conservación de su participación en Screenstar, Cristóbal López pasa a controlar como accionista mayoritario todas las licencias del Grupo Indalo. Quedan bajo la órbita de CICSA y de Screenstar las licencias pertenecientes a Votionis S.A., DH Com S.A. e Imagen Radial S.A., licenciatarias de la AM 710, la FM 98.3 y la FM 103.7, respectivamente, además de la titularidad de Telepiú S.A, controladora de C5N.

Para evitar superar el límite de multiplicidad de licencias, también proponen la transferencia a un tercero, no identificado en el plan, de Radio Productora 2000 S.A., licenciataria de FM 97.5 Mhz, y aclaran que la FM que opera en la frecuencia 103.7 Mhz tiene un área primaria de cobertura distinta del resto de las emisoras del grupo, ya que opera en San Isidro mientras que las otras lo hacen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En resumen, la AFSCA aprueba la estrategia del Grupo Indalo presentada en su plan de adecuación que habilita, por un lado, la legalización de las reestructuraciones accionarias que ya se habían realizado en el grupo y, por otro lado, nuevas transferencias que se presentan como desinversiones, pero que en realidad son reacomodamientos de las tenencias accionarias para consolidar el traspaso del control del grupo de Daniel Hadad a Cristóbal López, evitando incurrir en incompatibilidades por multiplicidad de licencias.

---

<sup>47</sup> Según el periodista de Clarín Alejandro Alfie, “habría sido registrada con una letra distinta en el plan de adecuación que se presentó en AFSCA, para evitar que se pudiera relacionar a Cristóbal López y sus medios con la ruta del dinero de la ex Ciccone Calcográfica”, una empresa vinculada con presuntos hechos de corrupción por los que es investigado, entre otros, el ex vicepresidente de la Nación Amado Boudou. [http://www.clarin.com/sociedad/C5N-Radio-socios-Cristobal-Lopez\\_0\\_1025897504.html](http://www.clarin.com/sociedad/C5N-Radio-socios-Cristobal-Lopez_0_1025897504.html)

## 6.9 Radio Visión Jujuy: Una familia con medios y poder político

Radio Visión Jujuy es un grupo multimediático que presentó su plan el 30 de mayo de 2011 para adecuar a la LSCA su situación en cuanto a la multiplicidad de licencias en el orden local. También incurre en una situación irregular porque el presidente de su órgano de administración figura al mismo tiempo como director en la nómina de autoridades de la empresa estatal Agua de los Andes<sup>48</sup>, aunque esto no se incluye en la adecuación ni es objeto de una intervención por parte de la AFSCA, que declaró admisible la propuesta el 8 de mayo de 2013.

Radio Visión Jujuy S.A. es una empresa pionera en el campo audiovisual de la provincia<sup>49</sup>. Entre las emisoras de radiodifusión por modulación de amplitud, la AM 630 Khz LW8 de San Salvador de Jujuy es una de las primeras en transmitir. La primera FM que transmitió en Jujuy es la 97.7 Khz, la cual forma parte del grupo. Además, éste es titular de la licencia del primer y único canal de televisión de señal abierta de la provincia.

La empresa se encuentra bajo la titularidad de Eulalia Quevedo de Jenefes, que tiene a su nombre un 92,66 por ciento de las acciones, y del reconocido abogado Miguel Ángel Mallagray<sup>50</sup>, que cuenta con el 7,34 restante, y es licenciataria de un circuito cerrado codificado en la banda de UHF, bajo el nombre de Codivisión 7; del canal 7 LW80 de señal abierta; de la AM 630 LW8; de la FM 97.7; todas ellas de San Salvador de Jujuy; y de la AM 1420 LRK 221 Radio Ciudad Perico, de esa localidad. También tiene en trámite un pedido de adjudicación ante la AFSCA de la AM LW5 Radio Libertador General San Martín, de la localidad del mismo nombre, que está bajo la titularidad de Héctor Anauati.

La propuesta de adecuación aprobada por el organismo regulador implica que Radio Visión Jujuy transfiere la licencia de Codivisión 7 CCTV a favor de la firma Jujuy Teve S.R.L., que no estaría relacionada con el grupo mediático, para no vulnerar el régimen de multiplicidad de licencias en el orden local por ser titular de una licencia de circuito cerrado codificado de televisión y de una licencia de televisión abierta.

---

<sup>48</sup> <http://www.ellibertario.com/2012/11/16/radio-vision-jujuy-debera-desinvertir-para-adecuarse-a-la-ley-de-medios/>

<sup>49</sup> Según la detallada investigación de Marcelo Brunet, Fernando Isidro Pérez Paz fue su fundador, pero ya en la década de 1950 había creado junto a tres amigos la propaladora *Organización CARF Publicidad* de San Salvador de Jujuy, “con aires de agencia integral de publicidad” (Brunet, 2013, 183).

<sup>50</sup> Por su trayectoria de 60 años ininterrumpidos en el ejercicio del Derecho, recibió una Mención de Honor por parte de la Presidencia de la Legislatura provincial, a cargo del vicegobernador y familiar de sus socios, Guillermo Jenefes. <http://www.eltribuno.info/distinguen-trayectoria-miguel-angel-mallagray-n556984>; <http://www.eltribuno.info/reconocimiento-al-abogado-miguel-angel-mallagray-n556663>

El actual vicegobernador de la provincia, Guillermo Jenefes, quien ganara las elecciones por el Frente para la Victoria en 2011, fue presidente de Radiovisión Jujuy S.A., pero actualmente ese cargo en el órgano de administración lo ocupa uno de sus hijos Pablo Marcelo Jenefes Quevedo, mientras que su esposa, Eulalia Quevedo Carrillo de Jenefes, figura como la socia mayoritaria de la empresa. Otro de sus hijos, Juan Sebastián Jenefes Quevedo, aparece como director en la nómina de integrantes. De esta manera, con el manejo de la empresa en manos de su esposa y de sus hijos, Jenefes elude la violación del artículo 24 inciso h de la ley que él mismo rechazó pero por la que finalmente dio su voto positivo en el Senado<sup>51</sup>, que impide que sean licenciatarios los funcionarios públicos.

Por otra parte, Pablo Marcelo Jenefes Quevedo, hijo del vicegobernador provincial, estaría violando las condiciones de admisibilidad para licenciatarios, ya que además de figurar como presidente del órgano de administración de Radiovisión Jujuy S.A., es el director de la empresa del estado provincial Aguas de los Andes S.A.<sup>52</sup>. En la resolución donde se declara aprobada la propuesta de adecuación, la AFSCA no se expide sobre la vulneración de la condición de admisibilidad detallada en el artículo 24, inciso i, que prohíbe que un licenciatario sea director de una empresa de servicio público provincial.

Por lo tanto, la estrategia del grupo asegura que la familia Jenefes continúe controlando la empresa Radio Visión Jujuy S.A., que cuenta con múltiples licencias de servicios de comunicación audiovisual, mientras continúa sin rendir cuentas por la incompatibilidad legal que constituye el hecho que uno de sus directivos forme parte de una empresa estatal de servicios públicos.

---

<sup>51</sup> El entonces senador Guillermo Jenefes, presidente de la Comisión de Sistemas, Medios de Comunicación y Libertad de Expresión, fue uno de los 44 que votaron a favor de la ley, aunque manifestó su desacuerdo ya que consideraba que era necesario hacer modificaciones al texto de la misma. Jenefes reconoció que su propuesta fue rechazada en su diálogo con el secretario Legal y Técnico Carlos Zanini, pero negó que haya recibido presiones por parte del gobierno para aprobar la ley. Véase:

<http://www.lanacion.com.ar/1181770-jenefes-espero-que-mi-voto-no-sea-el-decisivo-en-esta-ley>;

<http://www.lagaceta.com.ar/nota/346631/argentina/lagaceta.com.ar>;

<http://www.lapoliticaonline.com/nota/39267/>.

<sup>52</sup> [http://www.adlandes.com.ar/?page\\_id=8](http://www.adlandes.com.ar/?page_id=8)

## 6.10 Nemesio: Jorge Ricardo y familia rearmen su grupo

Jorge Ricardo Nemesio presentó su plan el 29 de noviembre de 2011 para adecuarse a la LSCA por incurrir en un exceso nominal de licencias. En una nueva presentación del 7 de diciembre de 2012 manifestó su voluntad de poner en orden la situación en relación con 16 licencias en distintas instancias en el proceso de adjudicación. La AFSCA declaró admisible su propuesta de adecuación el 28 de enero de 2013 en cuanto a las licencias efectivamente adjudicadas, sin emitir dictamen en relación con las licencias en trámite, ya que no son consideradas en el conteo para determinar la multiplicidad de licencias y, por lo tanto, no requieren adecuación.

Jorge Ricardo Nemesio es titular de 12 licencias de FM en distintas localidades, que propone transferir, y de una AM en Santa Rosa, La Pampa. Además comparte la titularidad de Pampa TV S.A., que controla un cable en Santa Rosa, La Pampa, en partes iguales con cuatro miembros de su familia: Horacio Antonio, Rubén Omar, Luis Alberto y Antonio Nemesio. Esta empresa fue vendida al grupo Clarín a través de Cablevisión<sup>53</sup>, pero no fue declarada esta operación hasta el comienzo de la regularización del espectro radioeléctrico a partir de la puesta en práctica de la ley 26.522. Junto a Horacio Antonio, Rubén Omar y Luis Alberto, Jorge Ricardo Nemesio es propietario de Radio Ciudad S.A., licenciataria de la FM 103.1 Mhz de la ciudad de Santa Rosa, La Pampa. Nemesio también es accionista de la empresa El Diario S.R.L., dueña del periódico El Diario de La Pampa, fundado por Antonio Nemesio en 1992 y con participación de otros miembros de la familia.

En cuanto a las licencias que se encuentran en trámite, en el caso de tener que desprenderse de algunas para no superar el límite permitido, manifiesta su preferencia por aquellas en las que es el único oferente o las que ha solicitado una adjudicación directa, y en las cuales el trámite se encuentra más avanzado, para poder participar de otras licitaciones. Declara ser el único oferente para 4 licencias de AM en General Acha (La Pampa), Godoy Cruz (Mendoza), El Calafate (Santa Cruz) y General Villegas (Buenos Aires). Tiene solicitudes de adjudicación directa para las licencias de FM en las localidades de El Calafate (Santa Cruz), Ushuaia (Tierra del Fuego), Eldorado, Jardín América (Misiones), Bahía Blanca, Monte Hermoso, General Villegas, Villa Iris (Buenos Aires) y General Acha (La Pampa). Su intención es transferir las licencias de AM para Jardín América (Misiones), Ushuaia (Tierra del Fuego) y Villa Gesell (Buenos Aires), en cuyas presentaciones no es el único oferente.

En la presentación propone desprenderse de 12 licencias de FM, 6 en favor de otro Nemesio, Rodolfo Oscar, y las restantes en favor de Alejandro Koch, quien ya

---

<sup>53</sup> “Los primeros tres planes aprobados”, *Página 12*, 25 de enero de 2013. Versión web: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-212585-2013-01-25.html>

formaba parte del mercado mediático por ser el titular de la licencia de la FM 104.3 de la localidad de Cariló, provincia de Buenos Aires. Rodolfo Oscar Nemesio se queda con las FM de Carlos Casares, Bragado, Juan José Paso, Carlos Pellegrini, Suipacha y San Bernardo, todas de la provincia de Buenos Aires; mientras que Koch pasa a controlar las FM de las localidades de Chivilcoy, Pehuajo, Trenque Lauquen y 9 de Julio, de la provincia de Buenos Aires, y las de General Pico y Santa Rosa, de La Pampa.

Hasta la presentación del plan de adecuación, Nemesio contaba con 14 licencias, ya que figura como titular de 12 señales de FM, además tener participación accionaria en una empresa controlante de una AM y en otra que tiene un cable. Aunque sólo debía desinvertir para no superar el límite de 10 licencias de servicios de comunicación audiovisual, decide quedarse sólo con una radio, además de sus acciones en las empresas mencionadas. La estrategia de Nemesio evita que incurra en una incompatibilidad por multiplicidad de licencias en el orden nacional, pero manteniendo indirectamente el control de 6 de las licencias, ya que son transferidas a un familiar. Las otras 6 licencias de las que propone desprenderse, tuvieron como destino un licenciatario que ya formaba parte del mercado mediático, por lo que las licencias en las que Jorge Ricardo Nemesio desinvertió, no quedaron disponibles para la entrada de nuevas voces al espectro radioeléctrico.

## 6.11 Prisa impone condiciones

El Grupo Prisa presentó su plan de adecuación el 7 de diciembre de 2012<sup>54</sup> para responder a las observaciones en relación con la situación de extranjería de la propiedad de sus empresas, de la superación del límite del 35 por ciento de cobertura sobre el total de habitantes del territorio nacional y, al mismo tiempo, solicitar la aprobación de la compra de otra FM a cambio de desprenderse de otras que considera de menor importancia, para mantenerse dentro de los límites de la LSCA. La AFSCA declaró admisible el plan de adecuación el 30 de diciembre de 2014<sup>55</sup>.

El grupo está conformado por tres empresas que según la AFSCA pertenecen indirectamente a la española Prisa S.A. Se trata, en primer lugar, de LS4 Radio Continental S.A., licenciataria de la AM LS4 Radio Continental y de la FM 105.5 conocida comercialmente como “Los 40 principales”, ambas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En segundo lugar, de Radio Estéreo S.A., titular de las licencias de las FM 101.1 de Gran Rosario, Santa Fe; de la 101.1 de San Miguel de Tucumán, de la provincia de Tucumán; de la 98.7 de la ciudad de Santa Fe, provincia homónima; y de la 94.1 de la ciudad de General Pueyrredón, provincia de Buenos Aires. Por último, la empresa Corporación Argentina de Radiodifusión S.A. (Carsa), es licenciataria de las FM 92.5 de Río Cuarto, Córdoba; de la 102.5 de Cipolletti, Río Negro; de la 97.3 de la ciudad de Corrientes, provincia homónima; y de la 103.5 de la ciudad de Salta, provincia homónima.

Las tres empresas licenciatarias son propiedad de la empresa estadounidense GLR Services Inc. Ésta controla el 98.74 por ciento de Carsa, de la cual la Editorial Santillana S.A. posee el 1,26 restante. Al mismo tiempo, GLR controla el 70 por ciento de las acciones de las empresas LS4 Radio Continental y de Radio Estéreo, mientras el 30 por ciento restante de ambas es de Carsa, que también le pertenece. La AFSCA afirma en su resolución que Prisa S.A. controla GLR Services a través de empresas subsidiarias.

En cuanto a las objeciones sobre la extranjería, la AFSCA considera apropiado el argumento del Grupo Prisa, que sostiene que no estarían violando la ley porque está amparado en el Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (TPPRI) firmado con los Estados Unidos, para las adquisiciones llevadas a cabo por GLR Services, y con el Reino de España, por el cual las autoridades en materia de comunicación de este último garantizan que una empresa argentina puede invertir en el mercado de comunicación español en el mismo porcentaje en el que lo hace Prisa en la Argentina. La AFSCA determinó que Prisa “se encuentra exceptuada del

---

<sup>54</sup> Actuación 28079/AFSCA/2012

<sup>55</sup> Resolución 1592

cumplimiento de los porcentajes previstos por la ley para la participación de capitales extranjeros”.

Con relación a la multiplicidad de licencias, el organismo de control considera que el grupo no supera el límite legal, ya que cuenta con 8 licencias de FM y una de AM que opera con una FM subsidiaria. Pero reafirman que las sociedades licenciatarias del Grupo Prisa superan el 35 por ciento de cobertura sobre el total de habitantes del territorio nacional. De esta manera, no admiten el criterio del grupo que pretendía que la AFSCA modificara el modo para computar el límite del 35 por ciento en base al potencial de alcance, que le daría a Prisa una cobertura del 42,94 por ciento del total de la población. Mediante la presentación de una comparación entre el Market Share y la población total, pretendía que se computara la porción de mercado que efectivamente consume sus medios. El grupo argumentó que mientras la industria del cable se rige por el efectivo “consumo”, ya que se tienen en cuenta los abonados efectivos en relación con el total de abonados, el mercado de las radios ha sido calculado en base al “potencial de alcance”, por lo que denunció una actitud discriminatoria para el resto de la TV y las radios y amenazó con acudir a la Justicia en el caso de que esta situación no se modificase. Sin embargo, con la propuesta aprobada por la AFSCA de desprenderse de una o varias licencias, con la condición de que se le permitiera adquirir la FM Nostalgie, lograron negociar una salida a la violación del 35 por ciento aunque no se aprobara su argumento, sin recurrir a la vía legal.

De esta manera, el grupo logra el permiso para adquirir la FM 104.3, a cambio de desprenderse de tres licencias, las FM de Río Cuarto, Salta y Santa Fé, para las que manifiesta tener menor interés entre cinco presentadas como opciones de desinversión para mantenerse dentro del 35 por ciento. Conservan las FM de San Miguel de Tucumán y General Pueyrredón porque la resolución considera que es suficiente con la desinversión en las otras tres. Mantiene una de las licencias que presentó como prioritaria, la de Gran Rosario, además de Radio Continental y Los 40 principales, para las cuales logran la aprobación explícita del ingreso de GLR y Carsa. Al mismo tiempo, se aprueban las solicitudes de transferencias explicitadas en el plan de dos licencias que se encontraban en trámite con anterioridad. Carsa se desprende de la FM 102.5 de Cipolletti, Río Negro, a favor de la empresaria ganadera<sup>56</sup> de la provincia de Neuquen, Victoria Isabel Capossio, y de la FM 97.3 de la ciudad de Corrientes, adquirida por la empresa 9 Trébol S.A.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Especializada en el engorde de animales en corrales o fed lot. Ver <https://www.dateas.com/es/persona/victoria-isabel-capossio-27120653585>

<sup>57</sup> Inscripta en AFIP a fines de 2010, poco antes de la solicitud de transferencia, como una empresa cuya actividad es la emisión y transmisión de radio, pero de la que no se conoce su actividad hasta el momento de la elaboración de este trabajo. Ver <http://trade.nosis.com/es/9-TREBOL-SA/30711663165/1/p#.V4k48hfkvfiU>

Con la aprobación del plan, el grupo Prisa logra que se desestimen los cuestionamientos en relación con la extranjería de la propiedad y se adecua al límite del 35 por ciento de cobertura en relación a la población nacional mediante la desinversión en 5 licencias de FM, dos de ellas con trámite de transferencia anterior, que no eran consideradas prioritarias, pero logró imponer la condición de que a cambio se aprobara la adquisición de otra FM que sí es considerada importante para su estrategia comercial. La AFSCA declaró admisible un plan de adecuación que, bajo la advertencia de tomar la vía legal si no se cumplía con su propuesta, exigió y obtuvo el permiso para invertir, como condición para desinvertir, al mismo tiempo que contradiciendo la ley habilita a una empresa extranjera el control de una licenciataria.

## 6.12 Telefónica mantiene el control de Telefe

Televisión Federal S.A. (Telefe) presentó su plan de adecuación el 6 de diciembre de 2012<sup>58</sup> para regularizar su situación en relación con tres aspectos. En primer lugar, con la extranjería de la propiedad; en segundo lugar, con la incompatibilidad entre ser licenciataria y participar en un 10 por ciento o más en una prestadora de servicio público; por último, porque en cuanto a la multiplicidad de licencias supera el 35 por ciento de cobertura del total nacional de habitantes. La propuesta de Telefe fue declarada admisible por la AFSCA el 30 de diciembre de 2014<sup>59</sup>.

El organismo regulador avala un mismo argumento que sirve para desestimar los dos primeros cuestionamientos mencionados. En el texto de la resolución, la AFSCA aclara que “la controlante última de Televisión Federal Sociedad Anónima es Telefónica Sociedad Anónima, sociedad constituida bajo las leyes del Reino de España, que a su vez es controlante indirecta a través de Telefónica Internacional Sociedad Anónima de Telefónica de Argentina Sociedad Anónima, sociedad prestadora del servicio de telefonía”. Se reconoce que la española Telefónica es controlante indirecta de Telefe y de Telefónica de Argentina<sup>60</sup>, pero interpreta que la ley no pone en un pie de igualdad a las sociedades controlantes con las empresas licenciatarias.

Por lo tanto, la AFSCA considera que en el caso de Telefe no hay una violación al límite del 30 por ciento de participación extranjera en empresas licenciatarias y considera que, a pesar de la nacionalidad de su controlante Telefónica de España, se encuentra habilitada para prestar servicios de comunicación audiovisual<sup>61</sup>.

Al mismo tiempo, esta diferenciación aplica también para desestimar el cuestionamiento sobre la participación en prestadoras de servicios públicos. Según la AFSCA, ni Telefe ni sus socios son prestadores o socios de una empresa prestadora de servicios públicos, porque se considera que la licenciataria es Telefónica de Argentina, y no su controlante de origen español. Esto habilita que Telefónica, una empresa de servicios públicos, controle una licenciataria como Telefe, contradiciendo la ley 26.522.

---

<sup>58</sup> Actuación 28.050

<sup>59</sup> Resolución 1593

<sup>60</sup> La AFSCA considera válidos los contratos de cesión de la empresa licenciataria a favor de Telefónica de España por ser anteriores a la sanción de la LSCA y la ley 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales, y por tener aprobación de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

<sup>61</sup> A pesar de haber sido aprobada la cesión de Telefe a Telefónica de España, esta transferencia no está declarada en la carpeta de acceso público que exige el artículo 72 inciso e) de la ley: en la página Web de Telefe aun figuran como propietarios de las licencias Atlántida Comunicaciones en un 79,02% y Enfisur S.A. en un 20,98%. Ver <http://telefe.com/legales/carpeta-publica/>

En cuanto al tercer cuestionamiento, AFSCA afirma que no violan el límite de multiplicidad de licencias a nivel nacional y/o local, pero que la cobertura estimada de las mismas es del 45,3 por ciento del total de la población. Telefe difiere con el modo de calcular el alcance potencial y sostiene que sólo superarían el límite permitido en un 1,04 por ciento, aunque manifiesta su disposición a adecuarse proponiendo desinvertir en dos de sus licencias, o en más si fuera necesario.

Telefe cuenta con 9 licencias de televisión: LS84TV Canal 11 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, LT82 TV Canal 13 de la ciudad de Santa Fe, LT84 TV Canal 5 de Rosario, LV85 TV Canal 8 de Córdoba, LRK 458 TV Canal 8 de Tucumán, LRI 486 TV Canal 8 de Mar del Plata, LW83 TV Canal 11 de Salta, LU84 TV Canal 7 de Neuquén y LU80 TV Canal 9 de Bahía Blanca. Para adecuarse a la Ley, propone desinvertir en las dos últimas y solicita extender 10 años la vigencia de las mismas, que vencen en 2017, porque argumentan que la inversión realizada por el "apagón analógico", no sería amortizada en lo que se pagaría por ellas en el plazo que resta de licencia. Además, pide 18 meses de plazo para llevar a cabo las transferencias. La AFSCA consideró admisibles las transferencias, pero intimó a que completen el plan de desinversión en los plazos establecidos por la ley y no postergó el vencimiento de las licencias.

Mediante su estrategia de adecuación, Telefe reafirma a través de la resolución de la AFSA la legalidad de la cesión a Telefónica de España sin que sea considerada una violación al 30 por ciento de límite de la participación accionaria y al derecho a voto extranjero; elude el impedimento legal que tiene Telefónica como empresa de servicios públicos para ser licenciataria de servicios de comunicación audiovisual; y logra con la desinversión en dos licencias de TV no superar el 35 por ciento de cobertura.

## 6.13 Grupo Uno: Vila-Manzano reordenan para que nada cambie

### 1. Estructura del grupo

El Grupo Uno, liderado por Daniel Eduardo Vila, su hermano Alfredo Luis Vila Santander y José Luis Manzano, conformado en total por 85 empresas y personas físicas titulares de licencias<sup>62</sup>, presentó su plan de adecuación el 20 de noviembre de 2012 para evitar una serie de irregularidades: la superación del 35 por ciento de cobertura; exceso en el límite de multiplicidad de licencias a nivel nacional y local; incompatibilidades cruzadas entre servicio de cable y TV digital; y para que ninguno de los titulares tuviera una participación en exceso en empresas prestadoras de servicios públicos.

A través de su participación en numerosas empresas, principalmente Supercanal S.A., y de familiares y personas de su confianza, los hermanos Vila controlan de manera directa o indirecta las 86 licencias de cable, radio, TV digital y abierta del grupo. Los Vila tienen una participación mayoritaria entre los accionistas pre-concursales de la empresa, ya que se llevó a cabo un concurso de acreedores que fue homologado judicialmente. Por medio de la empresa G Uno S.A., de la cual cada uno cuenta con un 50 por ciento, controlan el 67,21 por ciento, además de contar a título personal con un 0,0303 en forma conjunta. Completan la lista de accionistas la empresa Tribul S.A.<sup>63</sup>, con un 28,52, Integra Financial Services LLC<sup>64</sup> con un 2,96, el Grupo Clarín (a nombre de Ernestina Herrera de Noble, Héctor Horacio Magnetto, José Antonio Aranda y Lucio Rafael Pagliaro) con un 0,82 y otro grupo de accionistas que no llegan a alcanzar el 1 por ciento de las acciones: Multicanal S.A., Supercanal Capital NV, DMRT S.A., Eduardo Marcelo Vila, Warrants, Gustavo Olarte, Dante Américo Montes y Francisco Baltasar Montes.

Supercanal S.A. tiene una licencia para un sistema de servicios de comunicación audiovisual por suscripción en varias ciudades de Mendoza. Además, es titular por fusión por absorción de las licencias y/o pliegos de varios titulares. Se trata de Telecable S.A., Horizonte S.R.L., Trinidad Televisión S.A. y Sucanal S.R.L. con licencias en varias ciudades de la provincia de Mendoza; Televisora del Oeste S.A., con una licencia en Mendoza y una en San Juan; Rawson Cable S.A. en varias localidades de la provincia de San Juan; TV Cable Catamarca S.A. con una licencia en San Fernando del

---

<sup>62</sup> Ver en Anexos el cuadro "Titulares de licencias del Grupo Uno", de elaboración propia.

<sup>63</sup> Tribul S.A. es una empresa conformada en 2006 que cuenta en su directorio desde 2007 con María Inés Anchelerguez, titular minoritaria de Señal Mendoza S.A., otra de las empresas del grupo, y con Leandro Ezequiel Nóbile, "a la vez socio y hombre clave en las operaciones de Vila-Manzano en compañías como Recoil y Cía. SRL, América TV, Integra Investment y Sodem SA." Ver <http://eldiariodemadryn.com/2015/09/el-estado-nacional-contra-aidar-bestene-por-presunto-lavado-de-dinero/>

<sup>64</sup> Empresa off shore de José Luis Manzano, según el periodista José Luis Balaguer. <http://www.luisbalaguer.com.ar/informe-evolucion-grupo-vila-manzano.html>

Valle de Catamarca; Transcable S.A., titular de dos licencias en ciudades de Río Negro y de tres en ciudades de Chubut; Atelco S.A., titular de una licencia en dos ciudades de Chubut; TV Cable La Rioja S.A. y Facundo S.A., con licencias en ciudades de La Rioja; Cable Televisora Color Mercedes S.R.L., con una licencia en una ciudad de San Luis; AT SAT S.R.L., Aconquija Televisora Satelital S.R.L., Cable Telesur S.A., Nueva Visión Satelital S.R.L. y Monteros Televisora Color S.R.L., titulares cada una de una licencia en distintas ciudades de Tucumán; ARTV S.A., con una licencia en la provincia de Santa Fe; San Martín de los Andes Televisora Color S.A., con una licencia en una ciudad de Neuquén; Cablemax S.A., con una licencia en una ciudad de Santa Cruz; y Televisora Austral S.A., con dos licencias en Tierra del Fuego.

El resto de las empresas licenciatarias del grupo también está controlado por Eduardo Vila y su hermano y por José Luis Manzano a título personal o por medio de Supercanal, otras empresas subsidiarias y/o familiares o personas con distintos grados de cercanía. En los anexos de este trabajo<sup>65</sup> se presenta un cuadro de elaboración propia con la conformación societaria del Grupo Uno; la titularidad y los porcentajes de participación en Supercanal; las empresas absorbidas por ésta; el resto de las empresas licenciatarias; el tipo de licencia en cada caso, divididas en dos grandes grupos para el análisis y en concordancia con la presentación del grupo: Radiodifusión por suscripción<sup>66</sup> y Radiodifusión Sonora y Televisiva; la propuesta de adecuación; el destinatario de las desinversiones; y, por último, se indica cuáles son las empresas que forman parte del Acuerdo Concursal.

## 2. De Supercanal a Supercablecanal: otro nombre, mismos dueños

Supercanal S.A., DTH S.A. y otras 15 empresas absorbidas, subsidiarias y/o relacionadas se encuentran en un concurso preventivo de acreedores. La Propuesta de Adecuación Voluntaria se encuentra condicionada y afectada por el cumplimiento de los términos del Acuerdo Concursal. Como consecuencia de este, se aprobó una propuesta que consiste en la entrega de acciones de Supercanal S.A., Tele Imagen Codificada S.A. y BTC S.A. en su gran mayoría a los acreedores. Por lo tanto, cualquier

---

<sup>65</sup> Anexo "Grupo Uno. Conformación societaria"

<sup>66</sup> La Norma Técnica vigente, según la resolución Nº 3228 CNC/99, define los tres sistemas de televisión por cable posibles, a saber:

- **Circuito Cerrado Comunitario de Televisión (CCCTV):** Es todo sistema que posea estudios propios, de donde se efectúe la difusión de programas de televisión, transportando y distribuyendo las señales por vínculo físico a sus abonados. Como mínimo, uno de los canales de transmisión debe destinarse a la difusión de la programación generada por el centro de producción propio.
- **Antena Comunitaria de Televisión (ACTV):** Es todo sistema que reciba señales directas de estaciones de radiodifusión de televisión terrestres, sus repetidoras y/o vía satélite, las convierta (si es necesario), las amplifique y distribuya a sus abonados por vínculo físico. Además, podrá recibir señales directas de estaciones de radiodifusión sonora terrestres y/o vía satélite, convertirlas (si es necesario), amplificarlas y distribuir las a sus abonados por vínculo físico.
- **Sistema Mixto de Televisión (SMTV):** Cuando uno de los sistemas definidos anteriormente fuera autorizado adicionalmente a operar también con la modalidad del otro, debe cumplir con las características y exigencias detalladas para ambos.

desviación de la estructura corporativa del grupo a partir de la adecuación debe ser implementada con posterioridad al cumplimiento del Acuerdo, previa aprobación de los acreedores, para no incurrir en una modificación de los términos homologados judicialmente.

El acuerdo concursal prevé la capitalización del pasivo mediante la creación de la empresa Supercablecanal S.A., una sociedad integrada por los acreedores quirografarios<sup>67</sup> en un 85 por ciento, José Luis Manzano en un 7,5 y Neil Arthur Bleasdale, en un 7,5. Con la creación de esta empresa, los socios controlantes originarios, Daniel Eduardo Vila y Alfredo Luis Vila Santander, ceden el control de Supercanal S.A., y por lo tanto de Tele Imagen Codificada S.A., BTC S.A. y el resto de las subsidiarias. Sin embargo, se incluye una opción de compra, por 5 años a partir de que quede firme la homologación, por parte de Uno Medios S.A. para la compra del total de las acciones de Supercanal S.A., Tele Imagen Codificada S.A. y BTC S.A. a ser recibidas por Supercablecanal S.A. Piden que esta opción de compra no esté alcanzada por el artículo 41 de la ley, que afirma que las licencias son intransferibles salvo, excepcionalmente, luego de 5 años de transcurrido el plazo de la licencia y siempre y cuando los accionistas originales conserven el 50 por ciento de la titularidad y más del 50 por ciento de la decisión. Como consecuencia, durante todo el plazo de la opción de compra quedaría autorizada la transferencia de todas o algunas de las acciones de Supercanal (99,8%), Tele Imagen Codificada (68,65%) y BTC (79,09%) a favor de nuevos accionistas.

Solicitan que los acreedores quirografarios sean admitidos más allá de la situación en la que incurrirían en relación con la LSCA, para poder cumplir con el acuerdo concursal homologado judicialmente. Vencido el plazo de la opción de compra sin que fuera sido ejercida en forma total o parcial, el grupo solicita que se le otorgue un “plazo razonable” a los acreedores quirografarios para que se adecuen a la LSCA, si correspondiera. Además, se aclara que los acreedores quirografarios están constituidos principalmente por capitales extranjeros, pero como en “forma mayoritaria o casi unánime” son de los EE.UU., reciben “trato nacional”<sup>68</sup> a los efectos de inversiones en radiodifusión por suscripción.

Supercanal S.A. queda conformada luego de la puesta en práctica del acuerdo concursal por Supercablecanal S.A. en un 99,8 por ciento y por los acreedores preconcursales en un 0,2, porcentaje que el grupo afirma que debe ser considerada una participación insignificante<sup>69</sup>. Por lo tanto, la participación original de los

---

<sup>67</sup> Que no poseen condiciones especiales.

<sup>68</sup> Invocan la ley 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios culturales y el TPPIR para considerar a los inversores de EEUU con “trato nacional”.

<sup>69</sup> Pretenden establecer que “toda participación menor al 1% en el capital social de los Titulares constituye una *participación insignificante*, por lo que ninguna incidencia puede ejercer en las decisiones societarias un socio con tan escaso porcentaje”. Actuación 27.319/12.

accionistas Daniel Eduardo Vila y de Alfredo Luis Vila Santander se reduce a 0,0672 por ciento cada uno. Asumen el compromiso de no interferir en las decisiones de Supercanal S.A. y solicitan a la AFSCA que impidan la participación de los accionistas del grupo Clarín, que reducen su participación a menos del 1 por ciento, en todos los actos societarios de Supercanal S.A. y de Supercablecanal S.A. hasta que transfieran dichas tenencias.

Por lo tanto, a partir del cumplimiento del acuerdo concursal, los Vila capitalizan su deuda en la creación de una nueva empresa que reemplaza a Supercanal que queda en manos de los acreedores y de dos de sus socios, pero sobre la que tienen una opción de compra privilegiada para poder recuperarla, junto con el control de todas las empresas titulares de licencias ligadas a ella.

### **3. “Nuevos vehículos” para los viejos dueños**

El plan de adecuación tiene el mismo objetivo que el acuerdo concursal: que los hermanos Vila y José Luis Manzano continúen controlando las licencias del grupo. Para ello, la estrategia del grupo implica la creación de otras cuatro nuevas empresas, además de Supercablecanal, para repartirse las empresas licenciatarias en las que supuestamente desinvierten. Nuevo Vehículo Cable, conformada por Alfredo Luis Vila Santander en un 95 por ciento y el resto por un tercero no definido; Nuevo Vehículo Radio, con la misma composición societaria; Nuevo Vehículo Aire 1, por Daniel Eduardo Vila y José Luis Manzano, con un 50 por ciento cada uno; y Nuevo Vehículo Aire 2, por Alfredo Luis Vila Santander y Daniel Eduardo Vila, con un 50 por ciento cada uno. La desinversión prevé dos tipos de destinatarios de las licencias: personas determinadas que se ajustan a los requisitos de la LSCA y terceros no definidos<sup>70</sup>.

Dentro de la primera clasificación, todos los destinatarios de licencias determinados en el plan son, o bien las empresas conformadas por los Vila y Manzano, o los hijos de Daniel Vila, Barbarita y Agustín, u otras personas que ya eran socios del grupo antes de la presentación.

NV Cable sería destinataria de la desinversión de:

- siete de las empresas licenciatarias absorbidas por Supercanal: Televisora del Oeste, Facundo, AT SAT, Cable Sur, ACV Cable Visión, Nueva Visión Satelital y Monteros Televisora Color;

---

<sup>70</sup> “La Propuesta de Adecuación Voluntaria incluye (i) la desinversión a favor de personas determinadas que se ajustan a los requerimientos de la LSCA y cumplen con los requisitos de admisibilidad previstos en la misma y (ii) la desinversión a favor de terceros dentro de un plazo de un (1) año desde el inicio de la implementación de la presente.” Actuación 27.319/12, inciso III.B.4.2.1

- las participaciones de Supercanal en Concacrán Video Cable, Grupo Posadas y Tilisarao Circuito Cerrado, de la cual obtiene la totalidad de las acciones ya que los Matzkin desinvierten a favor de Supercanal y luego ésta a favor de NV Cable;
- las participaciones accionarias de San Luis Cable, perteneciente en un 100 por ciento a Supercanal, Tajamar Sistemas Electrónicos y en Justo Daract, de la cual pasa a tener la totalidad de las acciones ya que Huinca Cablevisión (familia Matzkin) desinvierte a favor de San Luis Cable y luego este a favor de NV Cable.
- el 99,62 por ciento que Cablecorp (cuyo accionista mayoritario es Supercanal con más del 75 por ciento) tiene en Fibra Imagen Río Cuarto;
- y el 99,76 por ciento que Televisión Plus (60% de Cablecorp y 40 de Supercanal) posee de Córdoba Cable.

NV Radio se quedaría con seis empresas licenciatarias: Santa Cruz, Radio Puerto, Radio País, Difusora Entrerriana, Melit y Wadigi.

NV Aire 1 pasa a controlar:

- las licenciatarias Nihuil, El Solaz y Antena Uno;
- las participaciones de Manzano y Daniel Vila en Zarova, accionista mayoritaria en América Medios, empresa de la que también obtiene las acciones de Supercanal. Además, el plan prevé la transferencia de América Medios, controla casi los dos tercios de América TV, y de América Inversora, que tiene otro 20 por ciento de la misma, hacia terceros no definidos.
- Obtiene una importante participación en dos de las licencias más importantes del grupo, la AM 910 La Red y la FM 105.5 Pop, ambas de la Ciudad de Buenos Aires, por el cambio en la composición societaria, ya que pertenecen a la empresa Red Celeste y Blanca, que está conformada por América Medios y América Inversora, que cambian de titularidad a favor de NV Aire 1

NV Aire 2 se queda con el 70 por ciento de Uno Multimedios y el 18,4 de Garey en Jorge Estornell S.A.

Agustín Vila, hijo de Daniel, tiene a su nombre más del 90 por ciento de la empresa A.D.V.S.P.S., de la cual el resto pertenece a Eduardo Marcelo Vila, otro miembro de la familia y apoderado del grupo, que desinvierte a favor de terceros. También pasan a estar a nombre del hijo de Daniel Vila:

- San Francisco Cable Color, en la que figura como dueño del 75 por ciento de las acciones y obtiene el resto por la desinversión de Huinca Televisión (de la familia Matzkin) a su favor;

- Voces, ya que la empresa Cortinker de su 99 por ciento transfiere el 94 a A.D.V.S.P.S. y 5 a título personal de Agustín Vila, como así también el 1 por ciento restante de Dermarchellier Images Corp.

Barbarita Vila, hija de Daniel Vila, tiene a su nombre el 50 por ciento de la empresa C Ex, mientras que la otra mitad pertenece a Ricardo Michelli. Esta empresa es beneficiaria de la desinversión del 50 por ciento que Cablecorp tiene en RTC, empresa en la que otros miembros de la familia Michelli también son accionistas.

En el caso de Cable Televisora Color, Graciela Gattas de Álvarez y su esposo Omar pasan a controlar la totalidad de las acciones, ya que al 85 por ciento le suman el resto, que Supercanal transfiere a favor de Omar Álvarez, quien sería testaferro del grupo<sup>71</sup>, o a quien éste designe.

En los casos de las empresas Vicuña y Red Horse, la familia Matzkin se queda con la totalidad de las acciones, ya que Supercanal y San Luis Cable (100% de Supercanal), respectivamente, ceden sus participaciones a favor de alguno o todos los restantes accionistas.

En el caso de la licenciataria FM Aeropuerto, uno de sus titulares, Rodrigo Octavio Videla, se queda con la totalidad de las acciones, ya que Rafael Carlos Caronna y Daniel Valls desinvierten en su favor.

En el caso de DTH, Supercanal desinvierte a favor de Neil Arthur Bleasdale<sup>72</sup>, Carlos Esteban Cvitanich, Germán Federico Ranftl y Eduardo Marcelo Vila. Bleasdale, a su vez, desinvierte a favor de los demás y renuncia a los directorios de empresas concesionarias de servicios públicos para que no incurra en una incompatibilidad por su participación en la empresa Supercablecanal. Al mismo tiempo, Cvitanich y Eduardo Marcelo Vila ceden su crédito como acreedor de Supercanal.

Entre las propuestas de desinversión hacia terceros no definidos, se encuentran: en primer lugar, Trinidad Televisión, Sucanal y ARTV, licenciatarias de servicios de cable que forman parte del grupo de empresas absorbidas por Supercanal; en segundo lugar, dos licencias a nombre de Alfredo Luis Vila Santander de las FM de Mina Clavero y Villa Dolores; en tercer lugar, otras ocho empresas licenciatarias de cable, radio y TV abierta.

En este tercer grupo, en TCC Tucumán Cable Color se propone que Supercanal transfiera su participación de menos del uno por ciento a terceros, mientras que el resto de las acciones siguen a nombre de Cablecorp, donde Supercanal tiene más del

---

<sup>71</sup> Informe sobre la evolución del grupo Vila-Manzano (*Una historia plagada de estafas y negociados*), de Luis Balaguer. Disponible en <http://www.luisbalaguer.com.ar/informe-evolucion-grupo-vila-manzano.html>

<sup>72</sup> El británico Bleasdale es presidente y gerente general de la Empresa Distribuidora de Electricidad de Mendoza (EDEMESA) del Grupo Vila-Manzano.

75 por ciento de las acciones, por lo que mantiene el control. En Televisión Regional Centro transfiere su participación del 99,9 por ciento a terceros, mentas que G Uno conserva su mínima participación en las acciones.

En América TV, licenciataria del Canal 2 de La Plata, de América 24 y de América Interior, el plan prevé la transferencia a terceros de las acciones de América Medios y de América Inversora, cuyos cambios de composición ya fueron descriptos con anterioridad; Martín Eurnekian mantiene su porción minoritaria. En Junín TV, que cuenta con los mismos accionistas, todos ellos ceden a terceros sus participaciones. En TV Río Diamante, Radio Los Cerros, Señal Mendoza y Rosario Difusión también el plan prevé la transferencia a favor de terceros.

La AFSCA declaró formalmente admisible la propuesta el 18 de febrero de 2014, con la aclaración de que Alfredo Luis Vila Santander deberá optar por la participación en Supercanal o en NV Cable. Además, dice que es prematuro analizar la opción de compra de Uno Medios propuesta por un plazo de 5 años a partir de la confirmación del acuerdo concursal y será revisada oportunamente. La resolución considera que “Supercanal y los señores Daniel Eduardo Vila, Alfredo Luis Vila Santander y José Luis Manzano se encontrarían alcanzados por diversas incompatibilidades; las que se verían resueltas como consecuencia de la propuesta de adecuación formulada, en las condiciones señaladas”.

El plan de adecuación presentado por el grupo y aprobado la AFSCA es una estrategia para mantener el control de todas las licencias con las que contaban, a través de la transferencia de licencias, como reconoció el propio Daniel Vila, a “los actuales socios y nuestros familiares, mis hijos Barbarita y Agustín, y mis hermanos”<sup>73</sup>. En ninguno de los 86 casos en los que se propone una desinversión, esta se realiza hacia alguna empresa o persona que no sea alguno de los socios existentes, sus familiares, o nuevas empresas creadas que no incluyan a alguno de los mismos. En los casos en los que ninguno de estos figura, se dejan sin definir las nuevas titularidades y se propone su traspaso a terceros que, si se tiene en cuenta la estrategia, no se puede descartar que finalmente también sea hacia los mismos los destinatarios. Por lo tanto, a partir de esta propuesta aprobada por la AFSCA no se abren espacios para la entrada de nuevas voces.

---

<sup>73</sup> “Para Vila, “fideicomisos off shore” permitirán eludir la ley de medios”, La Nación, 20 de febrero de 2014. <http://www.lanacion.com.ar/1665662-para-vila-fideicomisos-off-shore-permitiran-eludir-la-ley-de-medios>

## 6.14 Olarte y Rolandi: Satélites del Grupo Uno

Gustavo Aníbal Gabriel Olarte y Miriam Edith Rolandi presentaron su plan de adecuación el 7 de diciembre de 2012<sup>74</sup> para resolver su situación en relación con 51 licencias de servicios de comunicación audiovisual. La AFSCA lo declaró formalmente admisible el 13 de mayo de 2014. La estrategia de adecuación de estos licenciarios está ligada a la del Grupo Uno liderado por Vila y Manzano, ya que tienen relaciones societarias según la AFSCA y, según periodistas como Alfredo Alfie<sup>75</sup> o Luis Balaguer<sup>76</sup>, mediante participación directa o por compartir la titularidad en algunas empresas, actuarían como sus testaferros. En algunos casos, desinvierten a favor de María Claudina Varsi, quien forma parte de empresas vinculadas al Grupo Uno<sup>77</sup>.

La empresa Aire de Provincia S.A. es destinataria de varias licencias del matrimonio Olarte-Rolandi; tiene como vicepresidenta a una de sus hijas, Paula Olarte. Además, junto a su hermana Belén comparten la titularidad de varias sociedades conformadas por la familia vinculadas con servicios de comunicación audiovisual, como Concepción Comunicaciones S.A.<sup>78</sup>, Tartagal Comunicaciones S.A.<sup>79</sup>, Ruta 16 S.A.<sup>80</sup>, y Ruta 89 S.A.<sup>81</sup>.

Olarte y Rolandi tienen a su nombre licencias otorgadas formalmente, Permisos Precarios y Provisorios (PPP), y un gran número de solicitudes de adjudicación tramitadas desde 2006, además de participaciones en distintas empresas licenciarias de servicios de comunicación audiovisual. Por ser un matrimonio, la AFSCA contabiliza en conjunto las licencias que comparten y las que posee cada uno de ellos de manera individual.

Entre las licencias otorgadas formalmente al matrimonio, continuarían a nombre de Gustavo Aníbal Gabriel Olarte dos sistemas mixtos de televisión, en la ciudad de Tartagal y en la de Salta (Salta); y la de una FM en San Fernando del Valle de Catamarca. La licencia de una FM en Tolhuin (Tierra del Fuego) quedaría a cargo de María Claudina Varsi. La FM Tafí del Valle pasaría a estar a cargo de Aire de Provincia

---

<sup>74</sup> Actuaciones 28.077 y 28.078

<sup>75</sup> "Cablevisión: otorgan licencias a Supercanal pese a superar el límite", Clarín, 27 de diciembre de 2011. Disponible en: [http://www.clarin.com/politica/Cablevision-otorgan-licencias-Supercanal-superar\\_0\\_616738363.html](http://www.clarin.com/politica/Cablevision-otorgan-licencias-Supercanal-superar_0_616738363.html)

<sup>76</sup> <http://www.luisbalaguer.com.ar/informe-evolucion-grupo-vila-manzano.html>

<sup>77</sup> Es miembro de la empresa ITC Funes S.A. que estaría vinculada societariamente a Daniel Vila y su hermano Alfredo Luis Vila Santander. <http://pasaenfunes.blogspot.com.ar/2012/01/clarin-denuncia-que-el-nuevo-cable-de.html>

<sup>78</sup> <https://www.dateas.com/es/bora/2011/09/29/concepcion-comunicaciones-sa-166512>

<sup>79</sup> <https://m.dateas.com/es/bora/2015/04/08/tartagal-comunicaciones-sa-853831>

<sup>80</sup> <https://www.dateas.com/es/bora/2015/05/22/ruta-16-sa-864161>

<sup>81</sup> <https://www.dateas.com/es/bora/2015/05/22/ruta-89-sa-864162>

S.A. La licencia de FM para la localidad de El Mollar (Tucumán) sería cedida por Miriam Esther Rolandi a un tercero no definido en el plan.

Los PPP declarados no son objeto de adecuación, según la resolución de la AFSCA. En el plan proponían que Gustavo Olarte mantuviera la titularidad de la FM Urbana 101.5 MHz de San Miguel de Tucumán y que Miriam Rolandi cediera a un tercero no definido el permiso de la FM América 97.1 para la ciudad de San Miguel de Tucumán.

Continúan en manos de Gustavo Olarte cuatro licencias de FM que están en trámite de solicitud: para las localidades de Termas de Río Hondo (Buenos Aires), de Santiago del Estero (provincia homónima), de La Rioja (provincia homónima) y de Villa Carlos Paz (Córdoba), por la cual piden dejar sin efecto la cesión pedida con anterioridad a nombre de Ricardo Américo Giaccio. También se mantienen a nombre de Olarte las licencias solicitadas por concurso público de dos AM, para las localidades de Ushuaia (Tierra del Fuego) y de Río Gallegos (Santa Cruz). Siguen perteneciendo a Rolandi las licencias de FM con solicitud en trámite para las localidades de San Salvador de Jujuy (Jujuy) y Cafayate (Salta).

La empresa Aire de Provincia S.A., dirigida Paula Olarte, hija de Olarte y Rolandi, pasaría a controlar siete licencias que están en trámite de solicitud desde 2006: las FM para las localidades de Olavarría, Azul, Bragado y Pinamar (Buenos Aires) y para las localidades de Trancas y Concepción (Tucumán), todas ellas a nombre de Gustavo Olarte; y la FM para la localidad de Alberdi (Tucumán), a nombre de Miriam Rolandi.

Cederían a nombre de terceros no definidos en el plan de adecuación doce licencias de FM con solicitud en trámite desde 2006. A nombre de Olarte proponen transferir las licencias para las localidades de Saladillo (Buenos Aires), Nueva Esperanza, Frías, Quimili (Santiago del Estero) y El Calafate (Santa Cruz). Bajo la titularidad de Rolandi, cederían las FM para las localidades de Bragado (Buenos Aires), Gobernador Gregores (Santa Cruz), Rosario de la Frontera, Metán, Güemes, Pichanal y San Ramón de la Nueva Orán (Salta).

En el plan se reitera el pedido de cesión formulado en 2011 para la licencia de una FM para la localidad de Santa Anita (Entre Ríos) a favor de María Claudina Varsi. Cuatro licencias con solicitud en trámite desde 2006 son cedidas a nombre de José Luis Díez, un tercero que no estaría ligado hasta ahora al mercado mediático, dejando sin efecto una solicitud de transferencia anterior a nombre de Ricardo Américo Giaccio; Olarte cede las licencias de FM para las localidades de La Falda y Mina Clavero (Córdoba); mientras Rolandi haría lo mismo con las de las localidades cordobesas de La Cumbre y Villa Cura Brochero (Córdoba).

A partir el plan, Olarte y Rolandi continúan integrando varias sociedades que explotan licencias de TV. A nombre de ambos, figuran: Tafí Cable Color S.R.L., de Tafí

del Valle (Tucumán); Frías Cable Color S.R.L., de Frías (Santiago del Estero); Termas Video Cable S.R.L., en Río Hondo (Santiago del Estero); Nueva Imagen Color S.R.L., en Monteros (Tucumán); TV CA S.A., en San Fernando del Valle de Catamarca (Catamarca); y Villa María Cable Color IP S.A., en Villa María (Córdoba). A nombre sólo de Olarte, aparecen: Fibra Hogar S.A., en Rosario (Santa Fe); y Valle Punilla Comunicaciones S.A., en La Falda (Córdoba).

Se desprenderían de su participación en tres empresas que explotan licencias de TV. En uno de los casos, reafirman el pedido de transferencia que se encuentra en trámite desde 2009 de un servicio complementario de TV en Salta en favor de la empresa Salta Cable Color S.A. En los otros dos casos, la relación con el Grupo Uno aparece de forma directa. Por un lado, Olarte y Rolando transfieren su participación en Nueva Visión Satelital S.A. a los hermanos Daniel y Alfredo Luis Vila. Por otro lado, Olarte propone desinvertir de su participación accionaria en Supercanal S.A.

En resumen, cambiarían de titularidad 28 de las 51 licencias que declaran Olarte y Rolandi, el matrimonio vinculado con el grupo Uno, en el plan de adecuación aprobado por el organismo regulador. Sin embargo, esto no quiere decir que pierdan el control de más de la mitad de sus licencias, ya que sólo 5 irían para licenciarios donde la vinculación con ellos no está comprobada.

En la propuesta, ninguna de las tres licencias que cuentan con titularidad formalmente otorgada tiene un destinatario definido que no tenga relación con los titulares actuales o con sus socios de Grupo Uno. Una de ellas quedaría en manos de María Claudina Varsi, socia del Grupo Uno en otras empresas. Otra iría para Aire de Provincia S.A., empresa de la hija del matrimonio. Y la tercera sería cedida a un tercero que no definen en la presentación.

De los 25 casos restantes, todos en trámite de adjudicación, sólo 5 irían para licenciarios con los que no puede demostrarse una relación con Olarte y Rolandi o con el Grupo Uno; cuatro casos a nombre de José Luis Diez y el restante para Salta Cable Color S.A., transferencia solicitada desde 2009. Aire de Provincia S.A. se quedaría con 7 de las licencias, una iría para María Claudina Varsi y para las 12 restantes se propone ceder a terceros no definidos.

Por lo tanto, la estrategia definida en el plan de adecuación asegura que Olarte, Rolandi y/o el Grupo Uno, a través de sus principales accionistas o de personalidades asociadas en otras empresas, continúen controlando 46 de 51 licencias, dejando sólo las 5 restantes para que otras voces puedan ingresar al mercado mediático.

## 6.15 Grupo Inverfive: Todo queda en familia

Group Inverfive S.A. e Inversora Corporativa S.A. presentaron su plan de adecuación el 28 de noviembre de 2012<sup>82</sup> para regularizar su situación en relación con los Permisos Percarios y Provisorios (PPP) de dos FM que se encuentran en la misma área primaria de servicio, en la localidad de Godoy Cruz, provincia de Mendoza. La familia Magnaghi controla la totalidad de las acciones de ambas empresas, que figuran tanto a título personal de cada integrante, como a través de la Cooperativa Eléctrica de Godoy Cruz LTD. (CEGD), de la cual también son controlantes. La AFSCA aclaró en la Resolución 498 del 23 de abril de 2013 que los PPP no están sujetos a la adecuación establecida en el artículo 161. Aunque los permisos invocados en el plan de adecuación no sean objeto de adecuación, es interesante analizar cuál hubiera sido la estrategia empresarial en este caso, ya que es coherente con las estrategias de otros grupos que sí requirieron de adecuación.

Todos los miembros de la familia Magnaghi que figuran como accionistas en ambas empresas tienen también participación en la CEGD. Gloria Magnaghi es directiva de la empresa y la representa desde 2014 en la Asociación de Empresarios del Carril Rodríguez Peña (Aderpe)<sup>83</sup>. Claudia Magnaghi fue Ejecutiva Junior de Marketing Institucional entre 1999 y 2000, Coordinadora de Gerentes de 2009 a 2012 y actualmente es Gerente Comercial<sup>84</sup>. Jorge Magnaghi se presenta como consejero de la cooperativa<sup>85</sup>. Emilio Luis Magnaghi es el presidente de la cooperativa y presidente del consejo de administración<sup>86</sup>. Es el titular del grupo y tiene vínculos con el multimédios de Vila-Manzano; el caso más llamativo es el del diario El Ciudadano, que es uno de los medios de la CEGC, pero que funciona en la redacción de Multimédios Uno<sup>87</sup>. En su historia empresarial también estuvo implicado junto con el banquero y empresario multimediático Raúl Monteta en presuntos delitos económicos que aún se investigan<sup>88</sup>.

---

<sup>82</sup> Actuación 27.477

<sup>83</sup> "Aderpe tiene nuevas autoridades", en Sitioandino.com, 28 de noviembre de 2014. Ver <http://www.sitioandino.com/nota/140523/>; "Se inauguró obra eléctrica que evitará problemas en verano", en Diario Uno, 4 de junio de 2012. Ver <http://ecocuyo.com/post/8455/renuevan-autoridades-en-aderpe-gloria-magnaghi-nueva-presidente.html>

<sup>84</sup> <https://ar.linkedin.com/pub/claudia-magnaghi/9/716/3a1>

<sup>85</sup> <https://ar.linkedin.com/pub/jorge-magnaghi/27/298/137>

<sup>86</sup> <http://www.diariouno.com.ar/economia/Se-inauguro-obra-electrica-que-evitara-problemas-en-verano-20110604-0004.html>

<sup>87</sup> <http://www.mdzol.com/nota/266653-jaqueamenaza-con-quitarle-la-concesion-a-la-cooperativa-electrica-de-godoy-cruz/>

<sup>88</sup> El ex presidente del Banco de Mendoza, Raúl Moneta, y otros 9 directivos, entre ellos Emilio Magnaghi, fueron acusados de maniobras fraudulentas que terminaron con la quiebra de la entidad en la década de 1990.

La CEGD aparece como propietaria del 49 por ciento de cada empresa licenciataria. En Group Inverfive S.A., controlante del PPP de FM Amapola, el resto de las acciones se reparte en un 21 por ciento para Claudia Alba Magnaghi, mientras que Claudia Verónica Magnaghi, Luis Emilio Magnaghi y Jorge Nicolás Magnaghi tienen un 10 por ciento cada uno. En el caso de Inversora Corporativa S.A., titular del PPP de la FM Cooperativa, Emilio Luis, con un 36 por ciento, y Jorge Nicolás, con un 15, ambos también con apellido Magnaghi, se reparten las restantes acciones.

La estrategia de los accionistas es mantener sin modificación la conformación de Inversora Corporativa S.A. y, para evitar incurrir en una incompatibilidad por exceso de licencias en el orden local, proponen la desinversión en Inverfive de los miembros que tienen acciones en ambas empresas. Por lo tanto, la CEGD se desprende del 49 por ciento de las acciones que tiene en Group Inverfive, a favor de Gloria, que se queda con un 29, por lo que llega a controlar el 50 por ciento de la empresa, y de Claudia, que obtiene el 20 restante, además del 10 por ciento de Jorge Nicolás Magnaghi, lo que le permite manejar en total el 40 por ciento de las acciones. Luis Emilio Magnaghi mantiene el 10 por ciento.

De esta manera, a través de su estrategia de desinversión, la familia Magnaghi mantiene el control de ambas empresas mediante un reparto de las acciones entre los mismos familiares que ya formaban parte de las mismas, impidiendo que entren nuevos actores y nuevas voces a partir del plan de adecuación.

## 6.16 Grupo Clarín: Divide pero no divide, vende pero no vende

El Grupo Clarín (GC) presentó por medio de la actuación 22.253 del 4 de noviembre de 2013 su plan de adecuación, en el que se incluye a Arte Radiotelevisivo Argentino S.A. (Artear), Radio Mitre S.A. (Radio Mitre) y Cablevisión S.A. (Cablevisión). La presentación fue casi un año después del límite impuesto por la AFSCA el 7 de diciembre de 2012 para que todas las empresas licenciatarias expongan sus propuestas de adecuación a la LSCA. Complementa la actuación 27.760 del 5 de diciembre de 2012, en la cual Fintech Advisory Inc., en su calidad de accionista directo e indirecto del 40% del capital social y votos de Cablevisión, presentó su plan de adecuación, aprobado por AFSCA el 7 de diciembre de 2012 a través del acta 32. En esta respuesta del organismo se manifiesta que la adecuación debe ser cumplida también por el accionista mayoritario y éste, el GC, solicita que se acumulen las actuaciones, por lo que la nueva presentación engloba a la anterior.

La AFSCA precisó que el GC era propietario directo o indirecto de 5 señales de televisión abierta, 9 señales de cable, 261 licencias de televisión por suscripción, 7 licencias de FM, 2 licencias de AM, una de ellas con extensión a una FM, y 5 licencias de TVA. El grupo incurre en diversas violaciones a la LSCA: por exceso nominal de licencias a nivel nacional (uso de espectro y vínculo físico); incompatibilidades por superar el 35% de cobertura en TV abierta y cable; por exceso nominal de licencias a nivel local en licencias de cable; por incompatibilidades cruzadas a nivel local entre cable y TV abierta, y cable y señales; y por exceso nominal de licencias a nivel local de AM, FM y por la suma total de licencias.

En el texto del plan de adecuación se explicita lo que sería la estrategia llevada a cabo con una ofensiva en el ámbito judicial en contra de la LSCA<sup>89</sup>, sobre todo mediante presentaciones para impugnarla en su totalidad o artículos en particular, que derivaron en numerosas medidas cautelares que limitaron su implementación. También se transcriben los antecedentes societarios y regulatorios de los servicios y/o registros de comunicación audiovisual de titularidad directa o indirecta de los

---

<sup>89</sup> Se formulan reservas, entre otras: “de iniciar las acciones judiciales correspondientes por el reclamo de los daños y perjuicios económicos que la presente adecuación causa”; de cuestionar los artículos 41, 45, 48 y 161 de la Ley ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la Corte Interamericana de Derechos Humanos y otros tribunales internacionales; “del derecho de impugnar judicialmente la actual composición de la AFSCA, por no ajustarse a las disposiciones de la ley 26.522 y por no constituir un órgano técnico e independiente protegido contra indebidas interferencias del Poder Ejecutivo, tal como lo exigiera el fallo de la Corte del 29 de octubre de 2013”; “de reclamar los derechos adquiridos sobre las licencias de las que resultan titulares con fundamento en lo dispuesto en el decreto 527/05”; “de cuestionar la legalidad y constitucionalidad del procedimiento de oficio y transferencia forzosa, del decreto reglamentario 1225/10 y las res. 297/10, 2005/12 y 2006/12; y de cuestionar la legalidad y constitucionalidad de la resolución 2005/AFSCA/2012 en cuanto al rechazo a la transferencia de oficio en el caso de no ser aprobado el plan.

licenciatarios y las sucesivas reestructuraciones societarias con la conclusión en cada caso de la declaración de la titularidad actual al momento de la presentación. No es relevante para nuestro trabajo la realización de una historización de las distintas conformaciones societarias de cada una de las empresas del GC, por lo que sólo se mencionarán aquellas más destacadas o que resulten pertinentes para el análisis.

## **1 Estructura del Grupo**

Según declara en la propuesta<sup>90</sup>, el GC tiene una posición accionaria y decisoria mayoritaria en las empresas más importantes del grupo económico como Artear, Radio Mitre y Cablevisión, entre otras, que tienen a su vez participaciones en numerosas licenciatarias, por lo cual la participación del GC en las licencias del grupo económico es ejercida de manera directa, o indirecta a través de estas empresas. Para mayor claridad, a continuación se detallan las licencias del Grupo divididas en tres categorías: 1.I. Televisión abierta y señales de cable, 1.II. Radios, y 1.III. Televisión por suscripción, donde Artear, Radio Mitre y Cablevisión, respectivamente, son los subgrupos económicos que controlan de manera directa o indirecta cada uno de los tipos de licencias de servicios de comunicación audiovisual del GC, aunque existen casos en los que tienen participación en más de una categoría.

### **1.I Televisión abierta y señales de cable**

El GC controla el 97% de Artear, que tiene participaciones en 4 de las 5 señales de televisión abierta y en 7 de las 9 señales de cable del grupo. Artear cuenta con una posición mayoritaria (85,19%) en Telcor S.A.C.I., licenciataria de LV 81 TV Canal 12 de Córdoba, donde Francisco Quiñonero tiene el 14,81% restante; en Teledifusora Bahiense S.A. (99,9994%), licenciataria de LU 81 TV Canal 7 de la Ciudad de Bahía Blanca; y en Bariloche TV S.A. (99,9%), con la licencia de LU 93 TV Canal 6 de la Ciudad de Bariloche (también es titular de la licencia de la LRG346 FM 103.1 Mhz. de la misma ciudad). En estas dos últimas empresas, la titularidad minoritaria está a nombre de GC Minor, empresa controlada por el GC con un 95,63% de las acciones. Artear también tiene una posición minoritaria (2,25%) en la licencia de televisión abierta LS 85 TV Canal 13 de Buenos Aires, donde Clarín tiene el 96,95 y Alberto Gollán el 0,8; en las señales de cable TN, Magazine, Quiero música en mi idioma, El Trece Satelital, Volver y Metro, en todos los casos con un 2,25%, el GC el 96,95 y Alberto Gollán el 0,8; y en Canal Rural, con un 25%, mientras que Manuel Werder tiene el 40 y Raúl Jacinto Naya el 35.

El GC controla las dos señales de cable restantes a través de la empresa Inversora de Eventos S.A. (IESA), de la que tiene una tenencia directa de acciones del

---

<sup>90</sup> "Organigrama societario del grupo económico que conforman entre otras sociedades: GRUPO CLARÍN, ARTEAR, RADIO MITRE y CABLEVISIÓN". Anexo II de la propuesta de Clarín, p.166.

96,9 e indirecta del 3,1. Esta empresa tiene el 50% de las acciones de Televisión Satelital Codificada S.A. (TSC), titular de TyC Max, y de Tele Red Imagen S.A. (TRISA), licenciataria de TyC Sports. La mitad restante de TSC y TRISA es de Torneos y Competencias S.A.

En el caso de la licencia de LV 83 TV Canal 9 de Mendoza, el GC participa con el 9% de las acciones que están en poder de Diario Los Andes Hermanos Calle S.A., controlada por Compañía Inversora en Medios de Comunicación (CIMECO) S.A., propiedad a su vez del GC, de manera directa (20,74%) y por medio de otras empresas.

## **1.II Radios**

Las 9 licencias de radio son controladas por el GC a través de Radio Mitre, en la que cuenta con el 96,53% de las acciones y el 3,47 a través de GC Minor; Bariloche TV S.A., donde el control es a través de Artear y GC Minor, como se indicó con anterioridad; y Cablevisión, en la que tiene el 85,63% (más adelante se detalla la composición accionaria).

Radio Mitre tiene a su nombre las licencias de la AM LR6 790Khz. de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), con una extensión a la FM 99.9Mhz. de la misma ciudad; de la AM 810 Khz. de la Ciudad de Córdoba; y las FM 102.9Mhz. de la Ciudad de Córdoba, LRJ369 100.3 Mhz. de la Ciudad de Mendoza, LRK381 103.7 Mhz. de la Ciudad de San Miguel de Tucumán, LRG435 92.1 Mhz. de la Ciudad de San Carlos de Bariloche, LRI712 99.3 Mhz. de la Ciudad de Santa Fe y LRI4365 96.5 Mhz. de la Ciudad de Bahía Blanca. Bariloche TV posee la licencia de la FM LRG346 103.1 Mhz. de la Ciudad de San Carlos de Bariloche. Cablevisión tiene el PPP de la FM 99.1 Mhz. Ciudad de Santa Fe, que no es contabilizado como licencia.

## **1.III Televisión por suscripción**

Cablevisión S.A. es el mayor operador de cable de la Argentina con el control de más del 60% del mercado, luego de un proceso que comenzó en 1992 con la creación de Multicanal y que combinó la creación de empresas, transferencias accionarias, estrategias de negociación económica y de presión y lobby con el Estado, que “se completaría recién en 2006, a partir de la fusión entre Multicanal y Cablevisión, operación en la que se potenció el vínculo con el fondo de inversión estadounidense, Fintech”<sup>91</sup>. Como consecuencia de este proceso, el GC se quedó con el 60% del paquete accionario y Fintech con el 40% restante. En la propuesta de adecuación del Grupo se detalla la composición de Cablevisión, en la que Southtel Holdings S.A. tiene el 28,7%, Vistone S.A. el 1,7, CV B Holding S.A. el 4, Fintech Media LLC el 14,3 y VLG

---

<sup>91</sup> Marino, Santiago, “Historia de la relación entre Fintech y el Grupo Clarín”, artículo publicado en Chequeado.com el 6 de diciembre de 2012.

Argentina LLC, que tiene el 51,2. El 0,1% restante son otros accionistas que no se detallan en el plan. Todas estas empresas son controladas por el GC y/o por Fintech<sup>92</sup>.

En el caso de Cablevisión se llevó adelante la mayor parte de los procesos de fusión y absorción de distintas empresas licenciatarias del GC. Cabe destacar el proceso de reorganización societaria que en 2008<sup>93</sup> estableció la fusión por absorción de Multicanal S.A., además de Teledigital Cable S.A., Delta Cable S.A., Pampa TV S.A. y Televisora La Plata S.A., entre otras, las cuales “son continuadoras de distintas sociedades licenciatarias de servicios complementarios de radiodifusión (hoy televisión por suscripción), en virtud de los distintos procesos de adquisición y posterior fusión por absorción que cada una de estas sociedades emprendiera”<sup>94</sup>; Cablevisión, a su vez, se constituyó en continuadora de todas estas empresas y de las que habían sido absorbidas por estas con anterioridad. Previamente, el 1 de julio de 1998, se había llevado a cabo una escisión-fusión entre Video Cable Comunicación S.A., Multicanal S.A. y Cablevisión. También es importante destacar que el 1° de abril de 2003 Cablevisión absorbió Fibertel S.A., titular de una licencia única para la prestación de servicios de telecomunicaciones.

Como consecuencia de las sucesivas reorganizaciones societarias instrumentadas, en las que un gran número de empresas licenciatarias fueron absorbidas, y por medio de participaciones directas e indirectas, Cablevisión debe adecuarse porque según la AFSCA es propietaria de 261 licencias de televisión por suscripción, con vínculo físico y/o uso de espacio radioeléctrico. En la propuesta del GC se detallan las 158 licencias de televisión por suscripción por vínculo físico<sup>95</sup> que pertenecen de manera directa a Cablevisión, que denunció ante el COMFER la absorción de lo que entonces eran servicios complementarios de radiodifusión a través de las sucesivas reorganizaciones societarias; 39 Licencias de servicios de televisión por suscripción con uso de espacio radioeléctrico<sup>96</sup>; 19 licencias de TV por cable que son propiedad de 15 empresas en las que Cablevisión tiene una participación directa o indirecta, pero que no fueron absorbidas en procesos de reorganización societaria;

---

<sup>92</sup> El GC controla Southtel Holdings, Vistone y CV B Holding; Fintech controla Fintech Media LLC y, junto al GC, la empresa VLG Argentina LLC. El 0,1% restante son “otros” accionistas que no se detallan en el plan. En la propuesta presentada no se declara el control que ejercen el GC y/o Fintech en cada una de las empresas, aunque sí aparece en la página 46 del Balance de Cablevisión al 31/03/2015 disponible en <http://institucional.cablevisionfibertel.com.ar/gallery/15488.pdf#page=46>. En MaPEA (Mapa del Poder Económico en la Argentina), que se basa en ésta y otras fuentes oficiales públicas de información, se publica el detalle de los accionistas y sus controlantes. Véase: <http://mapaeconomico.wikidot.com/cablevision-s-a>

<sup>93</sup> Mediante Actuación 21.788/COMFER/08.

<sup>94</sup> Actuación 22.253/AFSCA/2013, p. 16.

<sup>95</sup> Actuación 22.253/AFSCA/2013, Anexo III.

<sup>96</sup> En la propuesta se aclara que estos casos fueron otorgados como ampliaciones de servicios con vínculo físico, por lo que las licencias más sus extensiones serían consideradas como una sola licencia. Listado disponible en el Anexo IX de la Actuación 22.253/AFSCA/2013.

además de 45<sup>97</sup> licencias originales por las que Cablevisión solicitó un desistimiento de las mismas que no es considerado admisible por la AFSCA, basada en la resolución 577/09 del COMFER, entonces órgano de aplicación<sup>98</sup>. Tanto los desistimientos tramitados con anterioridad como aquellos formulados en la propuesta son considerados sólo nominales, por lo cual según la AFSCA “se encuentran subsumidos en el presente proceso de adecuación”<sup>99</sup> y son consideradas licencias del grupo pasibles de desinversión como prevé el artículo 161 de la LSCA.

## **2 Propuesta de adecuación: La nueva estructura o 6 miniclarines**

La propuesta de adecuación del GC consiste en la conformación de 6 Unidades de Servicios de Comunicación Audiovisual (USCA), compuestas por distintos servicios y/o registros. Se comprometen a que los accionistas directos o indirectos de cada una de ellas no tendrán vinculación societaria entre sí y a que, por su parte, el GC sólo continuará titularizando de manera directa o indirecta una sola de las unidades<sup>100</sup>.

A continuación se puntualiza la propuesta de conformación de cada una de las USCA y su titularidad, en la cual la participación del GC, sería en la primera o la segunda, donde estaría compartida con Fintech, mientras que el resto de las unidades estaría a nombre de terceros, ya sean personas físicas o jurídicas, que no mantengan vinculación con los socios existentes, sus controlantes, subsidiarias y/o controladas.

### **2.1 USCA I**

2.1.1 Artear, titular de Canal 13 de Buenos Aires y de la señal TN. Mantiene su participación en Telcor, titular de la licencia del Canal 12 de Córdoba y en Bariloche TV S.A., titular de la licencia de Canal 6 de Bariloche.

2.1.2 Radio Mitre. Mantiene las frecuencias de AM 790 y FM 100 en Buenos Aires, AM 810 y FM 102.9 en Córdoba, y FM 100.3 en Mendoza

---

<sup>97</sup> En la presentación hay un listado de 47, pero dos de ellas figuran entre las 158 licencias antes contabilizadas, por lo que no se las tiene en cuenta para la contabilización de las licencias desistidas. Actuación 22.253/AFSCA/2013, Anexo X.

<sup>98</sup> Sobre los desistimientos formulados, la AFSCA considera que “tales cuestiones están resueltas” en la Resolución Nº 577/09 del COMFER, que consideró que “el desistimiento de licencias a los fines de evitar la infracción a lo dispuesto por la Ley de Radiodifusión en relación a la multiplicidad de licencias efectuado por los apoderados de Cablevisión resulta en desistimiento “nominal” de la licencia, atento que retienen en poder de la empresa absorbente la infraestructura, las redes, los cabezales y otros elementos, su reparación y mantenimiento, así como de las tareas asociadas a la gestión de captación, información, cobranza y atención del abonado” (pp. 33-34), por lo que “en sus efectos fácticos sólo se desiste de la Licencia en relación con su nombre, manteniendo los elementos inherentes que hacen a la sustancia de estas licencias” (p. 36). Por eso, resuelve que la operación comunicada por Cablevisión es “legalmente inviable” y alerta contra “cualquiera de las formas de simulación o fraude con que se desvirtúa la titularidad de la licencia” (pp. 37-38), además de ordenar que “el desistimiento debe efectivizarse mediante la desinversión por parte de la empresa absorbente Cablevisión”... “A tales efectos corresponde ordenar a la licenciataria Cablevisión que presente un plan de adecuación” (p. 40).

<sup>99</sup> Resolución 193/AFSCA/2014

<sup>100</sup> Actuación 22.253/AFSCA/2013, p.38

2.I.3 Cablevisión escindida 1: incluye 24 licencias locales de televisión por suscripción por vínculo físico correspondientes a localidades donde no se configura una situación de incompatibilidad con televisión abierta.

## **2.II USCA II**

2.II.1 Cablevisión Continuada: comprende 24 licencias de televisión por suscripción por vínculo físico.

## **2.III USCA III**

2.III.1 Cablevisión Escindida 2: incluye 18 licencias de televisión por suscripción por vínculo físico y una licencia de televisión por suscripción por vínculo radioeléctrico.

## **2.IV USCA IV**

2.IV.1 Inversora de Eventos S.A., titular de las señales TyC Sports y TyC Max

2.IV.2 Las señales de El 13 Satelital, Magazine, Volver, Quiero Música en mi Idioma, una participación accionaria en Canal Rural S.A., titular de la señal Canal Rural y Metro (ésta última involucra sólo el registro para su comercialización)

## **2.V USCA V**

2.V.1 FM 99.5 de la Ciudad de San Miguel de Tucumán

2.V.2 FM 92.1 de la Ciudad de San Carlos de Bariloche (en trámite de transferencia a favor de Radio Mitre)

2.V.3 FM 99.3 de la Ciudad de Santa Fe

2.V.4 FM 96.5 de la Ciudad de Bahía Blanca

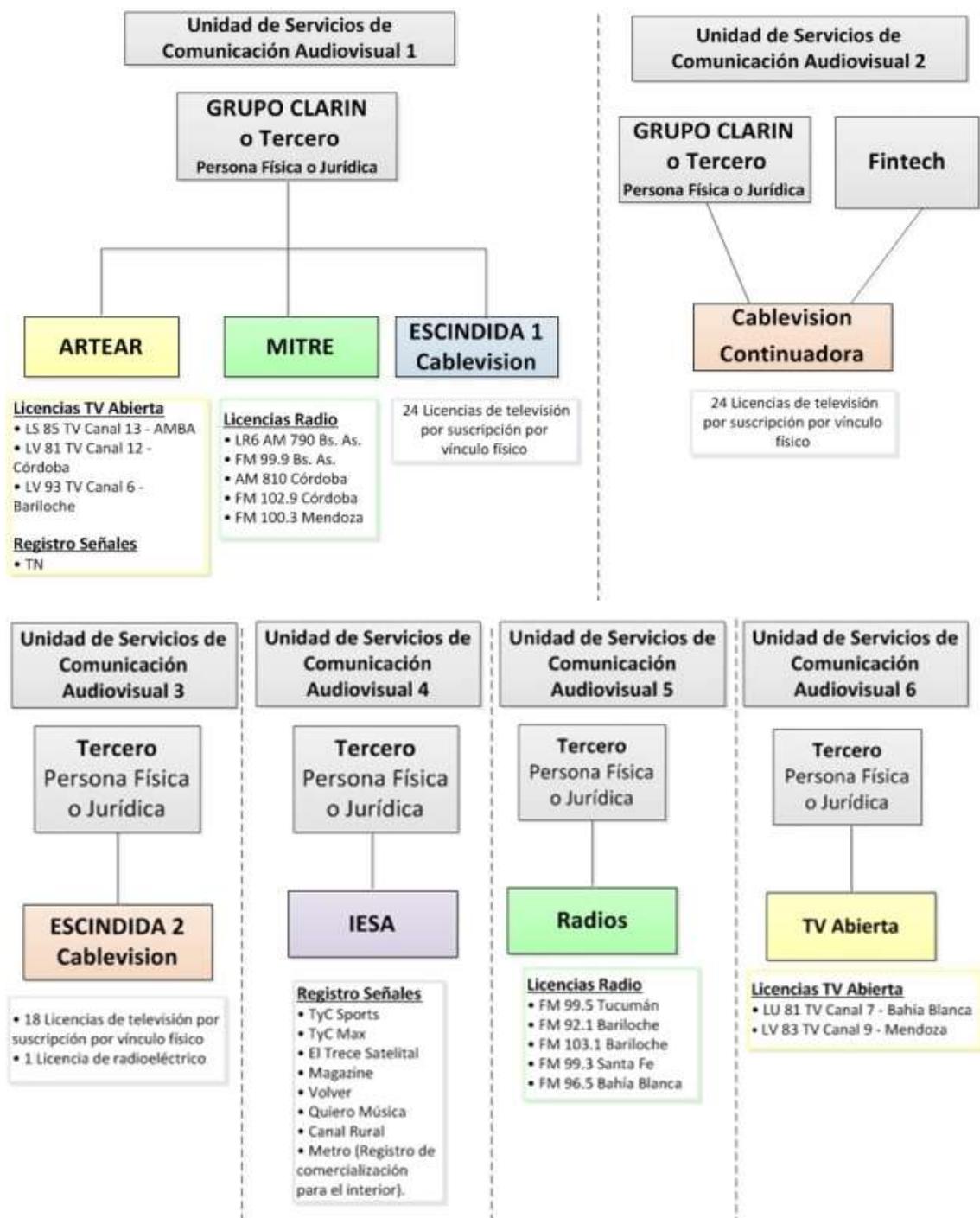
2.V.5 FM 103.1 de la Ciudad de San Carlos de Bariloche

## **2.VI USCA VI**

2.VI.1 Una licencia de televisión abierta, LU81 TV Canal 7, de la Ciudad de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires.

2.VI.2 Una participación accionaria de una sociedad titular de una licencia de televisión abierta en la localidad de Mendoza, LV83 TV Canal 9.

El siguiente cuadro permite apreciar con mayor claridad el detalle de cada una de las unidades que se conformarían:



Cuadro 1: Organigrama post adecuación. Fuente: Actuación 22.253/AFSCA/2009

### 3 Desinversión en favor de “terceros”

En la propuesta se especifican las licencias en las que el GC dejaría de ser titular y/o de tener participaciones directas o indirectas para ser transferidas a “terceros” que no tendrían vinculación con los accionistas originales ni sus controladas. De acuerdo al mismo criterio expositivo manifestado en el parágrafo 1, se dividen las licencias en las

que operaría una desinversión en tres categorías: Televisión abierta y señales de cable; Radios; y Televisión por suscripción.

### **3.I Televisión abierta y señales de cable**

El GC transfiere el control de dos licencias de televisión abierta: del Canal 7 de Bahía Blanca, por la desinversión en Teledifusora Bahiense de las empresas que controla, y del Canal 9 de Mendoza, porque cede el 9% que tiene en Cuyo Televisión a través de la empresa Diario Los Andes Hermanos Calle S.A., controlada por Compañía Inversora en Medios de Comunicación (CIMECO) S.A., del GC.

También transfiere a “terceros” las señales de cable Magazine, Quiero Música en mi Idioma, El Trece Satelital, Volver, Metro (el registro de la señal para su comercialización en el interior del país, ya que es un canal de generación propia que corresponde a la licencia que Cablevisión explota en la Ciudad de Buenos Aires) y la participación minoritaria en Canal Rural S.A., dueña de la señal Canal Rural.

GC cede la totalidad del 100% de las acciones (96,87 directas, 3.13 indirectas a través de GC Minor) que tiene en Inversora de Eventos S.A. por lo que desinvierte indirectamente en TyC Sports y TyC Max, de las que IESA tiene el 50 por ciento de cada una.

### **3.II Radios**

Radio Mitre cede a terceros las FM 103.7 de San Miguel de Tucumán, 92.1 de San Carlos de Bariloche, 99.3 de la Ciudad de Santa Fe y 96.5 de Bahía Blanca. Por su parte, Artear y GC Minor transfieren sus acciones en Bariloche TV, por lo que ceden el control de la FM 103.1 de San Carlos de Bariloche. La cesión propuesta del PPP que Cablevisión tiene para la FM 99.1 de la Ciudad de Santa Fe no se contabiliza para el cálculo de multiplicidad de licencias. Mantiene la titularidad de la AM 790 y la FM 99.9 de la C.A.B.A., la AM 810 y la FM 102.9 de la Ciudad de Córdoba, y la FM 100.3 para la Ciudad de Mendoza

### **3.III Televisión por suscripción**

Cablevisión propone una reestructuración de sus licencias sobre las que posee una participación directa y/o indirecta en tres unidades de negocios que estarían “en todos los casos bajo la titularidad de sociedades que no mantendrán entre sí ningún vínculo societario”<sup>101</sup>. También desinvierte en licencias mediante la transferencia de los activos y desiste de otras, por lo cual hay un reducido grupo de licencias que no formarían parte de ninguna unidad de negocios. Además, manifiestan la voluntad de adecuar a la ley su participación minoritaria del capital social de Supercanal S.A., que al momento de la presentación se encontraba en trámite judicial.

---

<sup>101</sup> Actuación 22.253, p.46.

Queda escindida en tres unidades de negocios: Cablevisión Continuada, con 24 licencias, incluida en la USCA II; Cablevisión Patrimonio Escindido 1, con 24, en la USCA I; y Cablevisión Patrimonio Escindido 2, con 18 más una con vínculo radioeléctrico, en la USCA III<sup>102</sup>. Pero estas licencias agrupan a muchas otras porque aplican el mecanismo de extensión de zonas previsto en el artículo 45 del decreto reglamentario 1225/2010<sup>103</sup>, que establece que la licencia y sus extensiones son consideradas una sola licencia. En consecuencia, aunque las tres unidades de negocios suman en conjunto 67 licencias, por el agrupamiento Cablevisión mantiene el control de 173 de las 177 licencias que declara como propias<sup>104</sup> (no contabiliza las que utilizan espacio radioeléctrico por ser ampliaciones y las desestimadas), pero divididas en unidades de negocios que en realidad, como se explica más adelante, no serían independientes entre sí.

De las 158 licencias de televisión por suscripción que le pertenecen de manera directa absorbidas en procesos de reorganización societaria que se detallan en el Anexo III de la presentación, sólo proponen desprenderse de 5: Chos Malal Video Cable S.A. (licencia en esa ciudad de Neuquén), José Edgardo Tejerina (Circuito Cerrado Orán S.A., licencia en Orán, Salta), Revico S.A. (licencia en Parera, La Pampa) y Tele Cable Color S.A. (licencia en San Miguel, provincia de Buenos Aires) serían las 4 licenciatarias en las que se propone desinvertir, sumadas a Tevemundo S.A. (licencia en Tres Arroyos, provincia de Buenos Aires), por la que habría un desistimiento nominal. De las 19 licencias de TV por cable que son propiedad de 15 empresas en las que tiene una participación directa o indirecta, pero que no fueron absorbidas en aquellos procesos, Cablevisión sólo propuso un desistimiento nominal de tres: Dorrego Televisión S.A. (licencia en Coronel Dorrego), Televisora Regional Unimar S.A. (licencia en Marcos Juárez) y Wolves Televisión S.A. (licencia en Garín), todas de la provincia de Buenos Aires<sup>105</sup>. En resumen, de las 177 licencias, tanto las que fueron absorbidas con anterioridad como las que no lo fueron, sólo proponen transferir 4 que son las que la AFSCA reconoce como desinversión en la resolución 193/14.

---

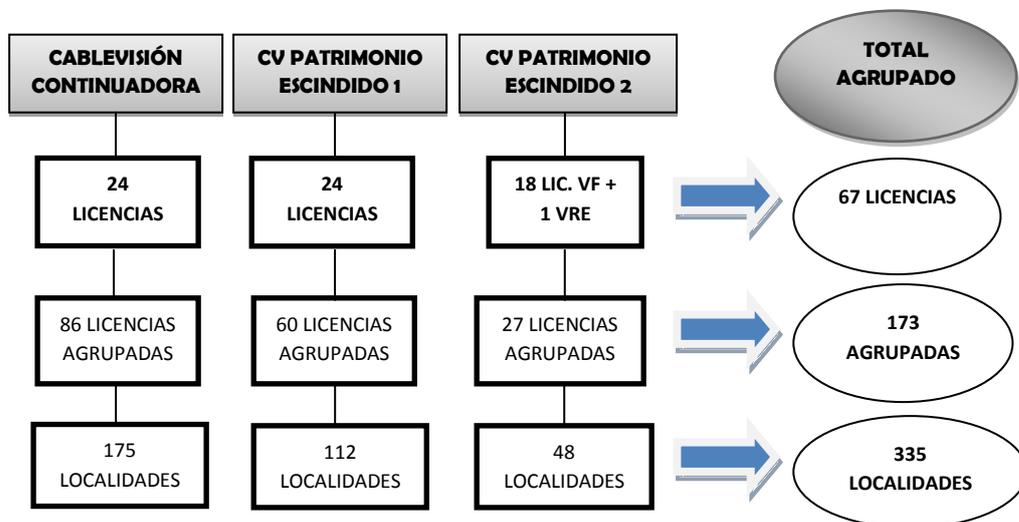
<sup>102</sup> Los listados de las licencias que conforman cada una de las unidades está disponible en los Anexos V, VI y VII de la actuación 22.253.

<sup>103</sup> “Se podrán contemplar unidades productivas mayores a la del Departamento o Municipio mediante la figura de la extensión de la licencia en caso de zonas colindantes con menor densidad demográfica que la del área de procedencia, previa solicitud explícita en tal sentido y con la obligación de contar con un canal propio por localidad o la posibilidad de operar una señal regional si se dieran las condiciones de población previstas por el artículo 65, inciso 3. c) de la Ley N° 26.522. A los efectos del cálculo de las VEINTICUATRO (24) licencias de servicios por suscripción y del máximo de mercado del TREINTA Y CINCO POR CIENTO (35%) previstos en el artículo 45 de la Ley N° 26.522, se mantendrá la asignación territorial adjudicada a las licencias y sus extensiones, autorizadas, si las hubiere. Las licencias más sus extensiones autorizadas serán consideradas como una unidad territorial servida por una licencia”.

<sup>104</sup> El listado por unidad se agregan en los Anexos de este trabajo y son de elaboración propia en base a los presentados en la actuación.

<sup>105</sup> Actuación 22.253, Anexo VIII.

Por lo tanto, las tres unidades de negocios en que se dividiría Cablevisión suman en total 67 licencias, pero por el agrupamiento por zonas llegarían a 173 y, si se tienen en cuenta las ampliaciones y extensiones de licencias, tendría una cobertura de 335 localidades con distintos servicios de televisión por suscripción. Cablevisión Continuatora tendría registradas a su nombre 24 licencias que gracias al mecanismo de extensión de zonas agrupa 86 y, contabilizando ampliaciones y extensiones de licencias, abarca un total de 175 localidades. Cablevisión Patrimonio Escindido 1 se conforma con 24 licencias que agrupan 60 y llega con ampliaciones y extensiones a 112 localidades. Cablevisión Patrimonio Escindido 2 cuenta con 18 licencias de televisión por suscripción por vínculo físico y una licencia de servicio radioeléctrico<sup>106</sup>, que agrupan un total de 27 y llega a una cobertura de 48 localidades.



Cuadro 2: Cablevisión post adecuación. Fuente: elaboración propia

#### 4 “Haciendo trampa para burlar la ley”

La AFSCA declaró formalmente admisible la propuesta el Grupo Clarín el 18 de febrero de 2014 por considerar que “adecuaría la cuestiones de multiplicidad”<sup>107</sup> mediante la conformación de las 6 USCA donde cada una respetaría los límites de concentración establecidos por la ley 26.522.

Sin embargo, en octubre del mismo año denunció en el *Informe sobre plan de adecuación del Grupo Clarín y sus vinculaciones societarias*<sup>108</sup> la intención del GC de

<sup>106</sup> El caso de AVC Continente Audiovisual S.A. es presentada por el GC como “una situación particular” porque, según la propuesta, se mantendría la licencia de servicio radioeléctrico, que es conferida a título “autónomo” para la ciudad de Córdoba. Actuación 22.253, p.50

<sup>107</sup> Resolución 193/AFSCA/2014

<sup>108</sup> “Información sobre plan de adecuación del Grupo Clarín y sus vinculaciones societarias”, noticia publicada en la página web de la AFSCA el 12 de octubre de 2014.

“seguir haciendo trampa para burlar la ley” en la conformación de las USCA I y II<sup>109</sup> y de establecer “condicionamientos a los supuestos compradores” que “encubre una “Venta” condicionada para conservar el control”<sup>110</sup> de las unidades que no titularizaría el grupo.

En primer lugar, en la investigación sobre prácticas de concentración indebida<sup>111</sup> del informe publicado por la AFSCA en el *Cuadro de Vinculaciones societarias al 11-10*, se concluye que:

- 1.- El entrecruzamiento entre Socios y Directores de las Unidades 1 y 2 en todas estas empresas es evidente.
- 2.- El propio Clarín reconoció en su nota este entrecruzamiento y dio "supuestas justificaciones" que no conmueven en absoluto la flagrante violación a la Ley de Medios.
- 3.- No se trata solo de abogados cruzados entre las Unidades, lo cual de por sí ya es violatorio de la Ley de Medios, sino que los propios accionistas están cruzados entre ellos (por sí y a través de sus fideicomisos constituídos en el extranjero).

En segundo lugar, en el cuadro *Condicionamientos a los supuestos compradores. Encubre una “Venta” condicionada para conservar el control*, del mismo informe, la AFSCA publica que los condicionamientos son:

1. El cesionario/comprador no podrá vender, ni transferir acciones o activos durante 6, 7 u 8 años (según las unidades).
2. El Grupo Clarín será el único que en ese plazo podrá readquirir los servicios vendidos
3. Vencido ese plazo, el Grupo Clarín tendrá derecho preferencial para comprar cuando el cesionario decida vender.
4. El cesionario estará obligado a constituir una prenda a favor del Grupo Clarín sobre las acciones compradas.
5. Exclusividad del Grupo Clarín del suministro de contenido a señales televisivas vendidas.
6. El Grupo Clarín recibirá una comisión de más del 80% de la venta bruta de las señales vendidas, con un piso millonario establecido por mes.

Por lo tanto, más allá de la propuesta formal en la que el GC abriría espacios para la entrada de nuevas voces al mercado mediático mediante la venta a “terceros” de 5 de las 6 USCA, en realidad se trata de una estrategia que combina, por un lado, un entramado entre los actuales accionistas, directivos y/o personas físicas o jurídicas

---

<sup>109</sup> “Cuadro Vinculaciones Societarias al 11-10”, publicado por AFSCA el 12 de octubre de 2014. Disponible en <http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2014/10/Cuadro-vinculaciones-societarias-al-11.10-1.pdf>. Ver en Anexos del presente trabajo.

<sup>110</sup> “Cuadro Condicionamientos al 11-10”, disponible en <http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2014/10/Cuadro-condicionamientos-al-11.10.pdf>. Ver en Anexos del presente trabajo.

<sup>111</sup> El artículo 48 de la ley 26.522 dice: “Previo a la adjudicación de licencias o a la autorización para la cesión de acciones o cuotas partes, se deberá verificar la existencia de vínculos societarios que exhiban procesos de integración vertical u horizontal de actividades ligadas, o no, a la comunicación social.”

ligados entre sí por distintas vinculaciones societarias y/o familiares, y por otro, una serie de condicionamiento para la desinversión en favor de “terceros”, que aseguraría el mantenimiento del control de la totalidad de la estructura del grupo por parte de los mismos actores que presentaron la propuesta de adecuación. Es por eso que la AFSCA denunció que “cuando el Grupo Clarín dice que se divide, en verdad no se divide, y cuando dicen que venden, en realidad no venden”<sup>112</sup>.

---

<sup>112</sup> “Información sobre plan de adecuación del Grupo Clarín y sus vinculaciones societarias”, noticia publicada en la página web de la AFSCA el 12 de octubre de 2014

## 6.17 El Hombre Mil S.A: Satélite de Clarín

El Hombre Mil S.A. (EHMSA) presentó su plan de adecuación<sup>113</sup> el 4 de diciembre de 2012 como empresa controladora de dos licenciatarias de televisión por cable que operan bajo el nombre de Telered, para regularizar su situación de incompatibilidad según el artículo 45 de la LSCA, que establece el límite en el orden local de “hasta una (1) licencia de radiodifusión televisiva por suscripción, siempre que el solicitante no fuera titular de una licencia de televisión abierta”. Sus titulares son Ángel Antonio Padula, con el 95,71 por ciento, sus hijos Laura Padula, con el 1,647 y Ángel Luis Padula, con el 1,643, y Ernesto Rodríguez, con el 1 por ciento. EHMSA se presenta como controladora de Telered, a través de dos sociedades licenciatarias de servicios de comunicación audiovisual por vínculo físico; una es Ver TV S.A., en los partidos de San Miguel, José C. Paz y Malvinas Argentinas, extendido a Moreno, 3 de febrero, Gral. Rodríguez y Hurlingham; la otra es Teledifusora San Miguel Arcángel S.A., con licencia de cable en San Miguel, Pilar, Escobar, José C. Paz, Malvinas Argentinas y Luján.

El 16 de mayo de 2013 la AFSCA declaró la admisibilidad del plan de adecuación<sup>114</sup>. Mediante esta resolución, por un lado, EHMSA regularizó la composición societaria real de las licenciatarias que figuraban bajo su control al momento de la presentación del plan, ya que difería de la titularidad aprobada originalmente por el COMFER, y por el otro, permitió la modificación de esa titularidad hasta ese momento irregular para ajustarse la ley y evitar así el exceso en la propiedad de licencias.

En el caso de Ver TV S.A., la titularidad aprobada estaba compuesta por Ángel Antonio Padula, Ernesto Rodríguez y Laura Rosa Padula. La composición real denunciada por la empresa incluye a EHMSA, con un 51 por ciento, y Cablevisión, con un 49 por ciento. Por su parte, quedó aclarado que Teledifusora San Miguel Arcángel S.A., ya no era controlada por Ángel Antonio Padula y Dante Giallorenzi, sus titulares aprobados por el COMFER, y que era propiedad de EHMSA en un 49,90 por ciento, de Cablevisión S.A. en un 49,10 por ciento y de Inter Radios en un 1 por ciento.

La propuesta de adecuación incluye la reorganización societaria de EHMSA, cuyas acciones se reparten equitativamente entre Ángel Antonio Padula y de Laura Rosa Padula, por lo que cada uno se queda con el 50 por ciento. Además, EHMSA mantiene su porcentaje accionario en Ver TV S.A. y transfiere su participación del 49,90 por ciento de las acciones de Teledifusora San Miguel Arcángel S.A. a Ángel Luis Padula, que se queda con un 90 por ciento, y Ernesto Rodríguez, con un 10.

---

<sup>113</sup> Actuación 27.759

<sup>114</sup> Resolución 635

Por lo tanto, la AFSCA aprueba que se blanquee la participación del Grupo Clarín en la titularidad de las dos licencias de televisión por cable en cuestión. Cablevisión tiene poco menos de la mitad de la participación accionaria de ambas licenciatarias, además de contar con abogados del grupo Clarín<sup>115</sup> en sendos órganos de administración. En Teledifusora San Miguel Arcángel S.A., los abogados José María Sáenz Valiente (h) y Damián Cassino, Presidente y Director Titular respectivamente, son directivos junto a Ángel Antonio y Ángel Luis Padula<sup>116</sup>. José María Sáenz Valiente (h) también es integrante de Inter Radios S.A., que tiene el 1 por ciento de esta licenciataria<sup>117</sup>. En Ver TV S.A., José María Sáenz Valiente (h) figura como vicepresidente, mientras que Ángel Antonio Padula es el presidente y Ángel Luis Padula el director titular<sup>118</sup>.

Al mismo tiempo, el plan aprobado permite que la adecuación a la multiplicidad de licencias se realice mediante un reparto de porcentajes societarios entre los mismos dueños que existían hasta el momento de la presentación. Dos de los cuatro propietarios de EHMSA se quedan con el control de la empresa, que mantiene su porcentaje accionario en la licenciataria Ver TV S.A.; mientras que los otros dos, Ángel Luis Padula y Ernesto Rodríguez, ya no figuran como titulares de EHMSA pero pasan a controlar las acciones que ésta tenía de la otra licenciataria del grupo, Teledifusora San Miguel Arcángel S.A. La participación accionaria de Cablevisión y de Inter Radios S.A., no se modifica en ninguna de las dos licenciatarias. Por lo tanto, en el caso de Telered, la estrategia de EHMSA y del Grupo Clarín para adecuarse al límite a la multiplicidad de licencias no abre espacios para la difusión de nuevas voces, ya que las licencias quedan en manos de los mismos controlantes.

---

<sup>115</sup> “José María Sáenz Valiente (h) está vinculado con el Grupo Clarín, por lo menos, desde 1979 cuando ingresó en Papel Prensa” afirma el Cuadro de vinculaciones societarias del Grupo Clarín publicado por la AFSCA, y agrega que “el estudio jurídico Sáenz Valiente Y Asociados es el que maneja los asuntos del Grupo Clarín”. Disponible en <http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2014/10/Cuadro-vinculaciones-societarias-al-11.10-1.pdf>.

La desmentida de Clarín de los lazos de Sáenz Valiente con el grupo se encuentra en: [http://www.clarin.com/politica/Mentiras-trampas-embrollos-presidente-AFSCA\\_0\\_1227477308.html](http://www.clarin.com/politica/Mentiras-trampas-embrollos-presidente-AFSCA_0_1227477308.html)

<sup>116</sup> Resolución N° 173, expediente 761 de la AFSCA, Planilla Carpeta de Acceso Público, Anexo I, disponible en <http://www.telered.com.ar/images/tsma.pdf>

<sup>117</sup> Boletín Oficial de la República Argentina N° 30.381 del 16 de abril de 2004

<sup>118</sup> Resolución N° 173, expediente 761 de la AFSCA, Planilla Carpeta de Acceso Público, Anexo I, disponible en [http://www.telered.com.ar/vertvplanillasregistropublicodeprestadores\\_modif.pdf](http://www.telered.com.ar/vertvplanillasregistropublicodeprestadores_modif.pdf)

## **7. La respuesta del mercado ante la intervención estatal en el área. De los lobbies a las gambetas a la ley: la judicialización y la elusión de la desinversión**

### **a. Del lobby a las sombras al enfrentamiento público**

Cualquier política de intervención del Estado en el mercado de medios está acompañada de distintas estrategias por parte de los empresarios del sector para lograr regulaciones que mantengan y extiendan sus beneficios y eviten límites a la expansión horizontal, vertical o conglomeral<sup>119</sup>. En el proceso que llevó a la promulgación de la denominada Ley de Medios, con las discusiones y enfrentamientos previos y las consecuencias de la sanción, las respuestas de los actores empresarios del mercado de medios pueden clasificarse en tres etapas que se suceden pero que al mismo tiempo se superponen, y que podemos denominar: el lobby o presión-negociación, la judicialización y la elusión de la desinversión. Cada una de estas etapas se caracteriza por la predominancia de alguna de estas tres estrategias, que en ningún caso excluye a las demás; por el contrario, estas estrategias conviven, se superponen y se complementan, aunque por períodos una se destaque sobre las otras.

En este apartado se desarrolla el proceso que derivó en el fin de la política de lobby como herramienta central en la relación entre el Estado y los empresarios de medios de comunicación, para poner en primer plano<sup>120</sup> un enfrentamiento abierto cuyo punto de quiebre es la sanción de la LSCA, que derivó en la judicialización de la misma y las estrategias de los grupos concentrados a través de los planes de adecuación que buscaban para mantener el control de sus licencias. Es importante aclarar que el lobby empresario en el caso de los medios de comunicación en la Argentina se caracterizó habitualmente por la existencia de negociaciones privadas, secretas, a la sombra de la difusión pública, entre los representantes de las empresas y funcionarios de la administración pública<sup>121</sup>.

Desde su llegada a la presidencia, Néstor Kirchner buscó mantener estrechas relaciones con los principales grupos de medios de comunicación para evitar que estos

---

<sup>119</sup> No sólo en la Argentina, ya que como afirma Becerra (2014) sobre América Latina “los grupos concentrados de medios han construido una sobresaliente articulación con el poder político, uno de cuyos indicadores ha sido la escasa regulación del sector, dispuesta al servicio de la propiedad de los medios”.

<sup>120</sup> Aunque, como dijimos, las prácticas de presión y negociación de los grupos de medios siguieron existiendo.

<sup>121</sup> A diferencia de casos, como por ejemplo, el de la Unión Europea donde están regulados a través de un registro público, que mencionamos sin entrar en consideraciones sobre su real funcionamiento para garantizar la transparencia.

desgastaran la imagen de un gobierno que había nacido débil<sup>122</sup> luego del estallido de los partidos políticos y el “que se vayan todos” en 2001. Esta estrategia no era nueva, ya que anteriores gobiernos ya había ensayado la concesión de políticas favorables a ese sector empresario a cambio de un tratamiento mediático benévolo, ya que se daba como un hecho en las “charlas de pasillo” de la política que ningún gobierno podía resistir una serie de tapas negativas de Clarín, el diario de mayor tirada, generador de la agenda de los numerosos medios gráficos, radiales y televisivos del propio grupo y del resto de los medios.

La lógica del lobby empresario por parte de los grandes grupos económicos mediáticos, con el Grupo Clarín (GC) a la cabeza, para obtener y mantener privilegios y evitar cualquier intervención reguladora que pudiera limitar la situación oligopólica del mercado, a cambio de un tratamiento más benévolo hacia el gobierno en sus medios de comunicación, se mantuvo durante la presidencia de Néstor Kirchner e incluso en parte de la de su sucesora, Cristina Fernández de Kirchner. Pero varios hechos políticos y económicos derivaron en un enfrentamiento abierto entre el gobierno kirchnerista y los principales medios de comunicación, sobre todo el Grupo Clarín, sin precedentes en la historia política de la Argentina que derivarían en la sanción de la LSCA, el proceso de judicialización y las estrategias de los medios para adecuarse en la letra sin desconcentrarse en la práctica.

Los principales grupos de medios mantuvieron políticas editoriales que evitaban posiciones críticas a la marcha del nuevo gobierno que, además de facilitar una llegada directa a distintos funcionarios e incluso al mismo Kirchner, otorgó una serie de medidas que beneficiaron al sector. De manera tácita o explícita, el actor estatal y los actores privados buscaron mantener la lógica del lobby. Las principales medidas en favor de los oligopolios mediáticos en general fueron, en primer lugar, la extensión de las licencias por un período de 10 años mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia 527/05, que suspendió el cómputo del plazo de licencias de empresas de radiodifusión y por el cual “el gobierno cedió a las presiones de las corporaciones de medios sin siquiera obtener nada a cambio”<sup>123</sup>; y, en segundo lugar, el manejo de la pauta publicitaria oficial, mediante la cual “hubo quienes se salvaron gracias a ella, llegando a destacarse como sorprendentes empresarios del rubro. Otros pagaron cara su negativa a conversar los contenidos periodísticos que producían, quedándose fuera del reparto”<sup>124</sup>. Los datos demuestran que “no existió política equitativa en la distribución de la publicidad oficial, o que si la hay no sigue ni los niveles de audiencia” (Mastrini y Marino, 2008:190). Estas dos políticas tomadas en los primeros dos años y medio de

---

<sup>122</sup> Obtuvo el segundo lugar con el 22,24% de los votos en las elecciones de 2003 y accedió a la presidencia luego de que la fórmula Menem-Romero, que había obtenido el primer lugar, se retirara del ballotage.

<sup>123</sup> Mastrini y Marino (2008:186)

<sup>124</sup> Zunino (2009:14)

gestión podrían hacer suponer por sí mismas un alineamiento editorial con cualquier gobierno.

Pero además de las medidas generales que beneficiaron a la mayoría del sector concentrado de medios, nos detendremos en tres ejemplos que protagonizan, por un lado, el Gobierno, y por el otro, tres de los principales actores empresarios, el Grupo Clarín, el Grupo Uno y el Grupo Hadad, que caracterizan el trato preferencial, además de la extensión de licencias y de la pauta oficial mencionados, tanto en la llegada directa a los despachos donde se tomaban las decisiones como en medidas que otorgaron beneficios particulares.

Si tenemos en cuenta la pauta oficial para servicios de radiodifusión, estos tres actores estuvieron entre los más beneficiados en los tres primeros años del gobierno de Néstor Kirchner, según Poder Ciudadano, sobre la base de las planillas entregadas por la Secretaría de Medios de la Nación del período 2003-2005<sup>125</sup>. Para el Grupo Clarín, en televisión abierta Canal 13 fue el que más recibió, con una variación que casi duplica lo obtenido entre el primer año del período y el último, y Radio Mitre triplicó el monto, ocupando el tercer lugar en la pauta por radios AM/FM. En la pauta televisiva, detrás de Canal 13 y Telefé (que tuvo también un tratamiento favorable por parte del Gobierno. Ver *Telefónica mantiene el control de Telefé* en este trabajo) se encuentra muy cerca Canal 9 en el monto total, pero quintuplicando lo obtenido durante el período. Radio 10 y la Mega, del mismo grupo de medios controlado por Hadad, también quintuplicaron la pauta oficial. En el caso del Grupo Uno de Vila-Manzano, América TV, si bien no experimentó una variación entre el primero y el último año del período y en el acumulado del mismo ocupó el cuarto lugar, tuvo un salto en la pauta que lo ubicó ampliamente en el primer lugar en 2004, triplicando lo recibido en 2003 y en 2005. Del mismo grupo, La AM 990 La Red cuadruplicó la pauta. Además de la publicidad oficial, que en mayor o menor medida benefició a estos tres actores, cada uno de ellos mantuvo relaciones con el poder con características particulares.

En el caso del grupo encabezado por Daniel Hadad, en los primeros días del gobierno de Kirchner mantuvo una postura crítica, porque las primeras medidas y gestos políticos, tanto en lo nacional como hacia otros países de la región, eran intolerables para un periodista-empresario que siempre había tenido una línea editorial hacia la derecha más conservadora. Tres meses después de la asunción de Kirchner, el empresario que controlaba Canal 9, Radio 10 e Infobae, mantuvo una reunión en la Casa Rosada con el presidente y con el jefe de Gabinete Alberto Fernández y pocos días después comenzó el viraje.

Hadad dejó *El primero de la mañana*, programa que conducía en Canal 9; dejó de editarse *El Guardian*, revista que, junto al Canal 9, habría tenido como accionista en

---

<sup>125</sup> Poder Ciudadano, *Distribución de la publicidad oficial. La gran pauta (recargada)*. Informe publicado por el proyecto *Infocívica* de esa ONG, el 27 de junio de 2006.

las sombras a Raúl Moneta<sup>126</sup> y que publicaba investigaciones que incomodaban al gobierno; y los periodistas de los medios controlados por Hadad comenzaron a adaptarse a una línea editorial que se apartó de la crítica al kirchnerismo. Con la firma del decreto 527/05 esta tendencia se consolidó y el gobierno “obtuvo el realineamiento editorial de algunos canales de televisión, especialmente el 9, cuya convocatoria de acreedores no podía ser aprobada con los pocos años de licencia que detentaba su por entonces principal accionista, Daniel Hadad”<sup>127</sup>. Éste un año después vende la mayoría de Canal 9 al empresario mejicano Ángel González González, se queda con la minoría y con el control de los contenidos informativos del canal, que pocos meses después dejó de lado para lanzar el canal de noticias C5N, que rápidamente pasó a ser conocido en el ambiente periodístico como “Cristina5Néstor”.

América TV, de Vila, Manzano y De Narváez, además de ser uno de los principales beneficiarios de la pauta publicitaria oficial en los primeros años del kirchnerismo como vimos anteriormente, tenía un “vínculo con el ministro de Planificación Julio De Vido y el secretario de Transporte, Ricardo Jaime, “llaves de acceso a los negocios que habilitaba Néstor Kirchner. En 2007 el propio De Vido operó en la Corte Suprema de la provincia de Buenos Aires para que habilitara la candidatura a Gobernador de Francisco de Narváez, nacido en Colombia”, según el periodista Maximiliano Montenegro (2011:55).

Montenegro afirma que “en marzo de 2008, cuando estalló el conflicto con el campo, casi todos los canales de aire y de cable funcionaban en la órbita del Gobierno. El Grupo Clarín, con Canal 13 y TN, había jugado fuerte en 2007 a favor de Cristina. Tres meses antes había sido beneficiado con la aprobación de la fusión Cablevisión-Multicanal y todavía el idilio con los K no estaba roto: negociaba en secreto quedarse con Telecom” y agrega que “por aquel entonces Néstor operaba sin intermediarios en Clarín. Tenía una excelente relación con Marcelo Bonelli, el principal periodista económico del diario, y dialogaba a diario con Gustavo Sylvestre, entonces columnista político de TN y Canal 13” (2011:52). Según otro periodista, Edi Zunino<sup>128</sup>, la relación era tan estrecha que “Eduardo Van der Kooy era invitado a jugar al fútbol con Kirchner los sábados a la mañana, en la Quinta de Olivos, para, después del cásico corderito asado, reunir información de primera mano destinada a su panorama”<sup>129</sup>.

En esa época, la estrategia del lobby seguía siendo la más fuerte. Mientras el GC negociaba para que le permitieran quedarse con Telecom<sup>130</sup>, en otro gesto hacia el grupo Néstor Kirchner presionó para que la Comisión Nacional de Defensa de la

---

<sup>126</sup> Zunino (2009:218)

<sup>127</sup> Mastrini y Marino (2008:186)

<sup>128</sup> Zunino (2009:255)

<sup>129</sup> Eduardo Van der Kooy era, y continúa siendo, uno de los columnistas principales del diario Clarín.

<sup>130</sup> Como Telefónica de España, dueña de Telefónica de Argentina, había comprado Telecom Italia, controladora de Telecom Argentina, las dos operadoras telefónicas del país pasaban a constituir un monopolio, por ser propiedad de la misma empresa.

Competencia (CNDC) emitiera un fallo que aprobara la fusión de Cablevisión con Multicanal para mantener las relaciones estrechas con Clarín y dejarle a su esposa, mediante una medida cuestionable dictada al final de su mandato, un acuerdo consolidado con el grupo de medios más fuerte. El 7 de diciembre de 2007<sup>131</sup> se aprobó la fusión, aunque con un dictamen en disidencia del presidente de la CNDC José Sbatella que reclamaba ciertas operaciones de desconcentración y la cesión de los derechos del fútbol<sup>132</sup> para favorecer la competencia, frente a dos vocales de la comisión, Humberto Guardia Mendonça y Diego Póvolo, que redactaron el dictamen de acuerdo a los intereses del GC. El interés de Kirchner por mantener las relaciones con Clarín se comprueba una vez más en la resolución que pocos días después recortó las atribuciones a Sbatella y se las otorgó a los vocales que habían redactado el dictamen. Pocos meses después, ya durante la gestión de Cristina Fernández, Sbatella presentó su renuncia.

La Resolución 125 del Ministerio de Economía, que elevó la retenciones a las exportaciones agrarias y desató un lock out patronal y protestas en las rutas y en varios centros urbanos durante varios días<sup>133</sup>, marcó un quiebre en la relación con el GC aunque no una ruptura definitiva. Clarín seguía respetando en un principio el “pacto de no agresión” con el gobierno, como lo demuestra el poco espacio dedicado a la noticia presentada como un “cambio” para “contener los precios y recaudar más” en la tapa del diario del día siguiente al anunció de las retenciones<sup>134</sup>.

Incluso tiempo después del conflicto con las patronales agrarias, ni siquiera los carteles “Clarín Miente” y “Todo Negativo” en las movilizaciones a favor del gobierno habían logrado descartar la posibilidad de que Clarín se quedara con un porcentaje de Telecom. El grupo había decidido darle una amplia difusión al conflicto, sobre todo en el canal de noticias TN, y “los Kirchner vieron en las coberturas de TV de los piquetes rurales un apriete al Gobierno para apurar los negocios en danza” (Montenegro, 2011:107). Para responder a las presiones, el Gobierno había dejado circular en los

---

<sup>131</sup> Curiosamente la fusión que constituye una de las operaciones de concentración más fuertes del Grupo Clarín fue en la misma fecha que el 7D que no fue tal gracias a él.

<sup>132</sup> Clarín manejaba la televisación del fútbol, gracias a que el titular de la AFA, Humberto Grondona, cedió los derechos en exclusividad desde 1991. Esto le permitió a Multicanal presionar a las pequeñas empresas de cable que habían proliferado en todo el país durante la década de 1990 para que pagaran los derechos del fútbol o vendieran ante la imposibilidad de competir, ya que para los casos en los que alguna empresa se resistía, Multicanal “competía” bajando sus precios, además de ofrecer las transmisiones de fútbol, por lo que las numerosas cableras que eran pequeñas PyMes vendían o quebraban. Esto le permitió al GC concentrar la mayoría del negocio del cable.

<sup>133</sup> Luego del anuncio se unieron en la llamada Mesa de Enlace las entidades que representaban a los distintos sectores empresarios del agro y comenzaron un lock out patronal que se extendió durante varios días, con prolongados cortes de rutas, acompañados por las clases medias de la Ciudad de Buenos Aires y otros centros urbanos del país que salieron a la calle en cacerolazos más o menos espontáneos.

<sup>134</sup> Clarín, 12 de marzo de 2008.

medios la información de que otros empresarios podían quedarse con la operadora telefónica<sup>135</sup>.

El corte definitivo en la relación se dio luego de la derrota electoral en las elecciones legislativas de 2009, cuando terminó de confirmarse que ya no era viable la política de negociación de Néstor Kirchner con el GC y el resto de los medios que habían debilitado el comienzo de la gestión de su sucesora y esposa, y habían impulsado la candidatura a diputado de otro de los que habían sido beneficiados por su gobierno, Francisco de Narváez, que terminó vencéndolo.

El GC estuvo en la mira de una serie de medidas del gobierno kirchnerista en el mercado audiovisual a partir de 2009 que ya no estaban en sintonía con las concesiones que favorecieron la concentración en el sector. Licitó nuevas licencias de TV por cable, congeladas desde 2000<sup>136</sup>. Le quitó al GC los derechos del fútbol y creó “Fútbol para todos”<sup>137</sup>. El interventor del Comfer, Gabriel Mariotto, eligió el plenario de comisiones legislativas de la Cámara de Diputados que inició el tratamiento de lo que sería la nueva LSCA<sup>138</sup>, el 3 de septiembre de 2009, para anunciar el dictamen<sup>139</sup> del organismo regulador que presidía, por violación al límite de multiplicidad de licencias de la Ley de Radiodifusión 22.285 en contra de la fusión Cablevisión-Multicanal, que la CNDC, que la había aprobado, ordenó deshacer<sup>140</sup>, argumento en el que se fundamentó el Ministerio de Economía para dejar sin efecto la fusión en marzo de 2010 y ordenar deshacer la operación en un plazo de seis meses<sup>141</sup>. La Secretaría de Comunicaciones, en la órbita del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, a cargo de Julio De Vido, declaró en 2010 la caducidad de la licencia de Fibertel<sup>142</sup>. Todo ello sumado a la intervención del entonces secretario de Comercio Guillermo Moreno en Papel Prensa<sup>143</sup>, empresa con la que el GC y La Nación, en la que el estado tiene un porcentaje minoritario, controlan la distribución del papel de diario, ya que es la única que lo produce. En resumen, según Carlos Mangone<sup>144</sup>, se instaló un “enfrentamiento entre el Gobierno y el Grupo Clarín, la ‘madre de todas las batallas’,

---

<sup>135</sup> “Son más de cuatro los interesados en Telecom”, La Nación, 28 de noviembre de 2008.

“Otro round en la pelea de accionistas en Telecom”, Clarín, 27 de octubre de 2008.

<sup>136</sup> “El Gobierno licitará nuevas licencias de TV por cable”, La Nación, 21 de febrero de 2009.

<sup>137</sup> El 11 de agosto de 2009 la AFA anunció la rescisión del contrato con Televisión Satelital Codificada S.A., en partes iguales del Grupo Clarín y Torneos y Competencias, y el 20 de ese mismo mes la entonces presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció el comienzo de las transmisiones gratuitas del fútbol.

<sup>138</sup> “Un fallo que jaquea al cable” y “El primer round pasó por las comisiones”, Página 12, 4 de septiembre de 2009.

<sup>139</sup> Resolución 577 del 3 de septiembre de 2009

<sup>140</sup> Dictamen 788 de la CNDC del 2 de marzo de 2010.

<sup>141</sup> Resolución 113 del 3 de marzo de 2010.

<sup>142</sup> Resolución 100/2010 de la Secretaria de Comunicaciones del 19 de agosto de 2010

<sup>143</sup> Dentro de la disputa del kirchnerismo con el GC, se reabrió el debate por las denuncias de presiones durante la última Dictadura Militar a los dueños originales de la única empresa productora de papel de diario del país para venderla y desde 2010 hay una causa judicial que investiga los supuestos crímenes de lesa humanidad cometidos durante la adquisición de las acciones por parte de Clarín y La Nación.

<sup>144</sup> Prólogo de Henkel y Morcillo, 2014:15.

pasando a un segundo plano la ‘pluralidad de voces’, la democratización comunicacional o la libertad de expresión”.

La sanción de la LSCA el 10 de octubre de 2009 marcó el hito fundamental del proceso descrito en este apartado que, entre otras consecuencias, acompañó el giro de las relaciones entre el Estado Nacional y los grupos empresarios de medios de comunicación, que desplazó la centralidad del intercambio del tratamiento mediático favorable a cambio de políticas a medida para las empresas, hacia una situación de negociación y presión expuesto en un enfrentamiento abierto, que podemos sintetizar en la judicialización de la ley y las estrategias de elusión de la desinversión que se desarrollarán en los apartados siguientes de este trabajo.

### **b. La batalla judicial y el 7D: la estrategia de la cautelar permanente**

La aprobación de la ley 26.522 el 10 de octubre de 2009 desató un proceso de judicialización con el Grupo Clarín como actor central, principalmente en torno a los artículos que regulan la multiplicidad de licencias y la desinversión, que obtuvo una recepción favorable en algunos juzgados que dictaron medidas cautelares con el objetivo de congelar la aplicación de la norma. La judicialización es uno de los elementos que explica la aplicación sesgada (Marino, 2014) de la ley desde su aprobación en 2009 y su reglamentación mediante el decreto 1225/10.

Luego de sancionada la ley el GC acude a la Justicia y logra que el 15 de diciembre de 2009 el juez Edmundo Carbone dicte una medida cautelar contra la aplicación de los artículos 41 y 161 de la ley, que es apelada por el Estado Nacional ante la Cámara en lo Civil y Comercial 1 de la C.A.B.A., que confirma la medida sólo con respecto al artículo 161. Un año más tarde, por medidas cautelares de dos Salas provinciales se frena la aplicación de la ley en todo el país.

La Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN) suspendió en julio de 2010 las medidas cautelares de las salas provinciales e indicó a la Cámara de Apelaciones la necesidad de establecer un plazo de duración para la cautelar. El 9 de noviembre 2010 el Juez de primera instancia desestima la fijación de un plazo para la vigencia de la cautelar, pero en un fallo del 12 de mayo de 2011, la Cámara de Apelaciones estableció que sería de 36 meses a partir de la notificación de la demanda, lo que lo extendía hasta diciembre de 2013. La CSJN consideró que estaba mal calculado y estableció el 7 de diciembre de 2012<sup>145</sup>, por lo que a partir de allí comenzó la campaña mediática del “7D”, fecha límite para la presentación de los planes de adecuación de las empresas de medios.

---

<sup>145</sup> “La Corte estableció un plazo para que Clarín cumpla con el artículo 161 de la Ley de Medios”, Agencia Telam, 22 de mayo de 2012. El fallo completo está disponible en <http://es.scribd.com/doc/94445359/Fallo-CSJ-sobre-Ley-de-Servicios-de-Comunicacion-Audiovisual>

Pero un día antes del 7D, la Sala 1 de la Cámara Civil y Comercial Federal prorrogó la cautelar del GC que mantenía suspendido el artículo 161 de la Ley de Medios "hasta que se dicte una sentencia definitiva en la causa"<sup>146</sup>. Esto provocó otra demora judicial que le permitió nuevamente dilatar los plazos al GC, que fue el único grupo de medios que no presentó su propuesta antes del 7 de diciembre 2012 y provocó de este modo el fracaso del 7D, ya que el principal actor lograba eludir los límites para adecuarse.

A partir de ese momento, la estrategia mediática, judicial y política del Gobierno para lograr la aplicación de la ley se centra casi exclusivamente en el GC, ya que además de ser el principal grupo oligopólico del mercado de medios, de concentrar el mayor número de licencias y de protagonizar un enfrentamiento abierto con el Gobierno, es el único que se mantiene en la "ilegalidad" frente a los otros grupos que "colaborarían" con el respeto a la ley, más allá de que, como veremos más adelante, las estrategias de los grupos tienen rasgos comunes para eludir la desconcentración, aunque la batalla judicial sea un punto distintivo en el caso de Clarín.

El 14 de diciembre 2012<sup>147</sup>, el juez federal del Juzgado 1 en lo Civil y Comercial, Horacio Alfonso, declaró constitucionales los artículos de la Ley que habían sido cuestionados por el GC y resuelve de este modo sobre la llamada "cuestión de fondo", lo que suspende todas las medidas cautelares. Tres días después el titular de la AFSCA, Martín Sabbatella, anunció la notificación al GC del inicio de la transferencia de oficio, porque "es el único grupo que no presentó plan de adecuación voluntaria"<sup>148</sup>.

La Cámara en lo Civil y Comercial declara el 17 de abril de 2013<sup>149</sup> la inconstitucionalidad parcial de algunos de los aspectos de los artículos 45 y 48 de la ley que ponen límites a la concentración, ya que el 45 impone los límites a la multiplicidad de licencias y el 48 establece que las mismas no constituyen un derecho adquirido. En el mismo fallo, confirma la constitucionalidad de los artículos 41 y el 161. La Corte solicita opinión sobre la inconstitucionalidad parcial a la procuradora general de la Nación, Alejandra Gils Garbó, que se pronuncia el 12 de julio de 2013 en favor de la constitucionalidad de la ley<sup>150</sup>.

---

<sup>146</sup> "La Cámara Civil y Comercial prorrogó la cautelar del Grupo Clarín", Página 12, 6 de diciembre de 2012, versión Web. Fallo disponible en <http://www.pagina12.com.ar/fotos/20121206/notas/fallosalaj.pdf>

<sup>147</sup> "No se ve afectada la libertad de expresión", Página 12, 15 de diciembre de 2012.

<sup>148</sup> <http://www.martinsabbatella.com.ar/blog/sabbatella-notific%C3%B3-al-grupo-clar%C3%ADn-del-inicio-de-la-transferencia-de-oficio/486/>

<sup>149</sup> "Una decisión cantada que termina en la Corte", Página 12, 18 de abril de 2013

<sup>150</sup> "Llegó la hora", Página 12, 13 de julio de 2013

La Corte realizó una Audiencia Pública el 28 y 29 de agosto 2013<sup>151</sup> para escuchar los argumentos del GC y del Estado Nacional, las partes involucradas en el expediente en el que se cuestiona la validez de la ley 26.522, y de “amicus curiae” presentados por cada una de ellas. Finalmente, el 29 de octubre 2013<sup>152</sup> la CSJN declara la constitucionalidad de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. El 4 de noviembre de 2013, menos de una semana después del fallo de la Corte, el GC presentó su propuesta de adecuación, por lo que se cerró la batalla judicial para dilatar de manera indefinida los plazos para la presentación, pero comenzó otro capítulo del enfrentamiento entre el Estado Nacional y el Grupo Clarín, centrada en la estrategia, compartida por el resto de los grupos mediáticos, para respetar la letra de la ley pero al mismo tiempo mantener su posición oligopólica.

### **c. Elusión de la desinversión. El reparto de los medios como estrategia para eludir los límites a la multiplicidad de licencias**

Las estrategias de los grupos de medios para mantener su posición oligopólica, como ya dijimos, se caracterizan por tener etapas en las que alguna de ellas es predominante sobre las demás, aunque no se excluyen sino que se superponen. Luego de la etapa de mayor predominio de la política de lobby empresario durante el gobierno de Néstor Kirchner y que declinó promediando el primer mandato de su sucesora, Cristina Fernández de Kirchner, pasaron a estar en primera línea las discusiones por los alcances de la nueva LSCA y su judicialización, protagonizada sobre todo por el Grupo Clarín. En este apartado nos ocuparemos de la estrategia prevaleciente luego del cierre que la CSJN le dio a la judicialización con el dictado de la constitucionalidad de la ley: la de elusión de la desinversión para ajustarse a los límites a la multiplicidad de licencias.

En base a los casos que fueron analizados sistemáticamente de manera particular en el capítulo 6 de este trabajo, si se tienen en cuenta las licencias de todos los grupos en conjunto y el destino de las desinversiones cuando fueron planteadas, los números muestran una tendencia marcada hacia el mantenimiento de la estructura previa a la ley. Incluso, entre las licencias que son transferidas a “terceros”, son pocos los casos donde se proponen destinatarios en los que no se puede probar algún tipo de vinculación con los licenciarios o accionistas originales, y en la mayoría simplemente no se aclara el destinatario. Para una mayor claridad, analizaremos las situaciones del Grupo Uno (GU) y el GC de manera destacada, debido a que ambos concentran una cantidad de licencias que sumadas superan ampliamente a las todas las del resto de los grupos. El caso del grupo Indalo es particular, ya que aprovechó las posibilidades de

---

<sup>151</sup> “Ley de Medios. Audiencia Pública ante la Corte”, Centro de Información Judicial. <http://www.cij.gov.ar/ley-de-medios.html>

<sup>152</sup> “La Corte declaró constitucional la Ley de Medios”, Clarín, 29 de octubre de 2013

transferencia de licencias que le daba la ley para darle paso a una inversión fuerte de Cristóbal López en el mercado.

En el caso del Grupo Clarín, propone la división en 6 Unidades de Servicios de Comunicación Audiovisual (USCA) independientes que se reparten las licencias, donde el GC sólo sería titular de una de ellas y el resto se transferiría a terceros. Según el plan de adecuación, transfiere 10 de las 6 licencias de radio, 2 de las 5 señales de TV abierta y 5 de las 9 señales de cable, todas ellas hacia terceros que no son definidos. Entre las licencias de TV por suscripción, presenta 67 licencias, divididas en tres empresas que serían independientes entre sí y formarían parte de alguna de las USCA, que por el mecanismo de extensión de zonas agrupa a 173 de las 177 con las que contaba, sólo planteando una desinversión en las 4 restantes. La AFSCA demostró las vinculaciones societarias entre los destinatarios de las USCA y las maniobras para establecer una venta condicionada hacia “terceros”.

En el caso del Grupo Uno, de las 86 licencias con las que cuenta, en 59 de ellas propone transferencias de licencias o de distintas participaciones en empresas licenciatarias. Pero dentro de estas 59 licencias en las que habría desinversión, si se tienen en cuenta cada una de las distintas participaciones accionarias en las que proponen una transferencia, suman 84 casos de los cuales 62 tienen como destinatarios algunos de los accionistas y/o empresas existentes previamente en el grupo o en alguna de las cuatro empresas a crearse a partir del plan de adecuación, conformadas con los hermanos Vila y José Luis Manzano como accionistas para repartir las licencias y evitar superar los límites a la concentración. Los 22 casos restantes tienen a “terceros” como destinatarios que no son definidos en el plan.

El resto de los grupos de medios tomados en conjunto suman 223 licencias, de las cuales 44 son PPP o están en trámite o con solicitud de adjudicación, por lo que no son computadas por la AFSCA en el análisis de la multiplicidad de licencias. Sin embargo, son tenidas en cuenta para nuestro trabajo porque los destinos que se proponen para las mismas en cada uno de los planes de adecuación son coherentes con los de las licencias formalmente asignadas y son útiles para ver la tendencia general de las estrategias de los grupos concentrados. Dentro de los PPP o licencias en trámite, en 35 casos quedarían en manos de los mismos dueños: 12 no cambian de titularidad, 6 a través de familiares, 16 son del caso Nemesio, que plantea transferir las licencias que fueran necesarias y tuvieran trámite con más de un oferente, aunque no define cuántas ni cómo, y una para una socia en otra empresa de uno de los accionistas originales. De las 9 en la que se plantea una transferencia a terceros, sólo en tres casos se define un destinatario con el que no pueden demostrarse lazos previos y el resto queda sin definir.

El resto de los licenciatarios, excluyendo los casos del GC y el GU ya mencionados, mantienen bajo su órbita 180 de las 223 licencias que tenían al

momento de la presentación de las adecuaciones (80% del total) a través de diversas estrategias para eludir la desinversión. 120 se mantienen bajo la misma titularidad. 37 son repartidas entre familiares, de las cuales en 24 ya eran socios del mismo grupo. En El Hombre Mil S.A. (EHMSA) también hay 2 traspasos entre los mismos socios: denuncian la transferencia no declarada hasta el momento de una parte de sus dos empresas licenciatarias en favor Cablevisión, del GC; y se reestructura con el traspaso de la titularidad de EHMSA a dos de sus cuatro accionistas, que se quedan con una de las empresas, y la transferencia a los otros dos de la participación en la otra. 4 desinversiones se realizan en favor de personas que son socias en otras empresas de los accionistas que venden. Se realizan 4 transferencias a empleados o subordinados: de Aldrey al subdirector de un diario de su grupo, del Grupo Ick hacia el miembro de una fundación que preside Néstor Ick y dos licencias del matrimonio Casgiglione-Ahumada al director de una radio de la que poseen el PPP. Un caso particular es el de Cadena 3, que propone fusionar en una todas las empresas del grupo y vender una o más de sus licencias de FM para no superar el 35% de cobertura, pero sin definir de qué manera. En conjunto, todos los grupos sólo se desprenderían de 43 licencias. Un caso es una renuncia a una de ellas y 42 están destinadas a “terceros”, 25 indefinidos y 17 de los que no se puede comprobar vinculaciones con los accionistas originales.

Todos los grupos empresarios del mercado de medios de comunicación respondieron con maniobras similares para garantizar el mantenimiento del control de sus licencias. Elaboraron planes de adecuación que pretendieron ajustarse a los límites a la multiplicidad de licencias, pero las mantuvieron a través de familiares, socios, empleados y otro tipo vinculaciones. La venta hacia “terceros” fue en la gran mayoría de los casos sólo un anuncio: por las ventas condicionadas y las vinculaciones societarias entre los destinatarios de las USCA del GC; por la confesión de la cabeza del GU, Daniel Vila, de que buscaba desinvertir en favor de “los actuales socios y nuestros familiares, mis hijos Barbarita y Agustín, y mis hermanos”<sup>153</sup>; y porque de las 570 licencias analizadas en este trabajo<sup>154</sup>, 25 irían a “terceros” que no están definidos en los planes y sólo 17 hacia futuros licenciatarios sin vinculaciones comprobadas con los anteriores.

Además del Grupo Indalo de Daniel Hadad, que aprovechó la habilitación de la transferencia de licencias para la desinversión que plantea la LSCA para deshacerse de su grupo en favor, entre otros, del empresario Cristóbal López, especial mención merecen los casos del GC y el GU, que por ser los de mayor concentración en cuanto a cantidad y expansión territorial de licencias, necesitaron del armado de

---

<sup>153</sup> “Para Vila, “fideicomisos off shore” permitirán eludir la ley de medios”, La Nación, 20 de febrero de 2014. <http://www.lanacion.com.ar/1665662-para-vila-fideicomisos-off-shore-permitiran-eludir-la-ley-de-medios>

<sup>154</sup> 261 licencias del GC, si a las mencionadas en este apartado se agregan aquellas por las que existe un desistimiento formal que fue rechazado por la AFSCA apoyada en una resolución del COMFER como se indicó en el apartado 6.16, 86 del GU y las 223 del resto de los licenciatarios.

subestructuras, como las USCA del GC o las empresas creadas por el GU, que se adecuaron a los límites legales mediante la distribución de las licencias pero sin desinvertir, al igual que la lógica de los demás grupos empresarios, lo que en la práctica mantuvo la estructura concentrada del sector, permitió que todos los grupos de medios conservaran el control de la gran mayoría sus licencias e impidió la entrada de nuevas voces al mercado.

## **8. Conclusiones: los límites de la desconcentración y la desinversión como herramientas centrales para la democratización de la palabra**

En este trabajo realizamos un análisis crítico y exhaustivo de los planes de adecuación a la LSCA que nos permite identificar elementos comunes en la respuesta de los actores empresariales del mercado ante la intervención estatal en el sector. Ante una ley que propone de manera explícita la desconcentración con fines de democratización, todos los licenciatarios, con distintas maniobras descritas de forma sistemática en el capítulo 6, eludieron la desinversión, lo que les permite mantener en su poder la gran mayoría de las licencias cuestionadas por exceder los límites a la multiplicidad.

El viraje de la relación entre los principales actores del mercado mediático y el Estado durante el gobierno kirchnerista desarrollado en el capítulo 7 de este trabajo nos permite ubicar la elusión a la desinversión dentro de un proceso que permite contextualizarla. Para garantizar la continuidad de la matriz oligopólica del mercado, los principales grupos concentrados pasaron de una etapa signada por la centralidad del lobby empresario para obtener privilegios a cambio de un tratamiento favorable en sus medios de comunicación hacia el Gobierno, a otra de enfrentamiento abierto; por un lado, a través de la judicialización de la ley encabezada por el Grupo Clarín y, por otro, de la elusión de la desinversión, estrategia que fue compartida por todos los empresarios del sector.

La implementación de la ley 26.522 mediante los planes de adecuación de los grupos empresarios y su aprobación por parte de la AFSCA, si bien generó cierto reordenamiento y el conocimiento del estado de situación del mercado, no pudo modificar la estructura oligopólica del mismo, ya que los grupos mediáticos eludieron la desconcentración, aunque con reacomodamientos en sus estructuras, y la mayoría de las licencias continúan bajo el control de los mismos dueños. De las casi 600 licencias analizadas en este trabajo, gracias a las diversas maniobras de sus dueños sólo 42, poco más de un 7 por ciento, serían destinadas a terceros, de los cuales 25 no están declarados en los planes y en sólo 17 casos no hay vinculaciones comprobadas hasta el momento con los anteriores licenciatarios.

La intervención de la AFSCA le dio su aprobación formal a todos los planes de adecuación a los límites a la multiplicidad de licencias, por lo que le otorgó un carácter de legalidad a las maniobras contrarias a la desconcentración. El organismo de aplicación le dio vía libre a la estrategia generalizada de elusión de la desinversión, pero osciló, por un lado, entre una mirada más rigurosa de estas maniobras, como en el caso del Grupo Clarín, el más concentrado y el que tuvo el enfrentamiento más

abierto con el gobierno kirchnerista, y, por otro, con la autorización de claras violaciones a la ley, como por ejemplo en el caso Telefe-Telefónica.

El éxito de las estrategias que logran eludir la desconcentración del mercado no tiene que ver sólo con la actuación de los organismos de control como la AFSCA o de algún funcionario, ya que más allá de la mayor o menor decisión política en cada caso particular o para modificar la estructura del mercado en su totalidad para posibilitar la entrada de nuevas voces, el problema también son los vacíos o intersticios de la ley por los que se movieron los grupos multimediáticos sin violar la letra de la misma. La titularidad de las licencias, las porciones accionarias y las conformaciones societarias fueron reacomodadas con los repartos entre familiares, socios, empleados u otras personas vinculadas, para que el negocio no se vea modificado, para que nada cambie, pero todo con entramados que en la gran mayoría de los casos no salen de los límites que impone la ley. Basta el caso del Grupo Clarín para ver cómo la combinación de la elusión con la judicialización y las presiones logró que hasta el momento de la publicación de esta tesina, no haya sido desarticulado ninguno de los grupos concentrados para permitir la entrada de nuevas voces al espectro.

La democratización de la palabra es un objetivo que no puede ser alcanzado por medio de la desconcentración y la desinversión, que fueron presentadas como sus herramientas centrales para lograrla, ya que fueron limitadas por la situación descrita en este trabajo. El desarrollo del proceso abierto con la sanción de la ley definirá si esa democratización se da a partir incorporar a la discusión a los trabajadores de los medios de comunicación, excluidos hasta el momento; del fomento del acceso y la participación a través de los medios estatales; de un impulso para que se desarrolle el 33 por ciento del espectro reservado para prestadores sin fines de lucro; de la apertura de nuevas licencias y señales; o mediante otras herramientas, todas cuestiones que exceden el objeto de nuestro trabajo y que deberían ser indagadas en otras investigaciones.

## 9. Bibliografía

- Albornoz, Luis y Mastrini, Guillermo 1998 “La expansión del cable en la Argentina: un análisis desde la economía política”, en Voces y Cultura (Barcelona), N°14
- Althusser, Louis 2003 (1970) Ideología y aparatos ideológicos de estado / Freud y Lacan (Buenos Aires: Nueva Visión)
- Amado Suárez, Adriana (comp.) 2010 La palabra empeñada: investigaciones sobre medios y comunicación pública en la Argentina (Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert)
- Baranchuk, Mariana 2010 “Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones), en Ley 25.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos (Buenos Aires: AFSCA)
- Barthes, Roland 2014 (1957) Mitologías (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores)
- Becerra, Martín 2014 “Medios de comunicación: América Latina a contramano”, en Nueva Sociedad (Buenos Aires), N°249
- Bourdieu, Pierre 2003 (1981) “Algunas propiedades de los campos”, conferencia dictada en noviembre de 1976, en Campo de poder, campo intelectual (Buenos Aires: Quadrata Editorial)
- Braman, Sandra 2004 “The emergent global information policy regime”, en Braman, Sandra (ed.) The emergent global information policy regime (Houndsmills, UK: Palgrave Macmillan)
- Brunet, Marcelo 2013 Propaladoras. Su contribución a la consolidación de la estructura mediática en Jujuy (1937-1986), tesis Doctoral en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata
- Bustamante, Enrique 1999 La televisión económica: Financiación, estrategias y mercados (Barcelona: Gedisa)
- Foucault, Michel 2014 (1994) El poder, una bestia magnífica: sobre el poder, la prisión y la vida (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores)
- Gándara, Santiago 2010 “Una reflexión sobre el estado del campo de la comunicación y la cultura”, en Cuadernos Críticos de la Comunicación y la Cultura (Buenos Aires), N° 5

Graziano, Margarita 1988 "Política o ley: debate sobre el debate", en Revista Espacios (Buenos Aires)

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo 2008 Sistemas mediáticos comparados (Barcelona: Hacer editorial)

Henkel, Cristian y Morcillo, Julián 2014 La palabra liberada. Una crítica marxista a la Ley de Medios (Buenos Aires: Eudeba)

Lebate, Cecilia, Lozano, Luis, Marino, Santiago, Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín 2013 "Abordajes sobre el concepto de concentración", en Mastrini, G., Brizberge, A. y de Charras, D. (editores), Las políticas de comunicación en el siglo XXI (Buenos Aires: La Crujía Ediciones)

Marino, Santiago 2014 "Vaivén: desgranar moralejas en la Argentina de la ley audiovisual", en Medios y gobiernos latinoamericanos en el Siglo XXI: Las tensiones de una compleja relación (Buenos Aires), dossier n°14 del Observatorio Latinoamericano del Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC) de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA

Mastrini, Guillermo (editor) 2006 Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004) (Buenos Aires: La Crujía ediciones)

Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín 2001 "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala", en Quirós Fernández, F. y Sierra Caballero, F. (eds.) Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura (Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones)

Mastrini, G., Brizberge, A. y de Charras, D. (editores) 2013 Las políticas de comunicación en el siglo XXI (Buenos Aires: La Crujía Ediciones)

Mastrini G., de Charras, D. y Fariña, C. 2013 "Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano", en Mastrini, G., Brizberge, A. y de Charras, D. (editores), Las políticas de comunicación en el siglo XXI (Buenos Aires: La Crujía Ediciones)

Mastrini, Guillermo y Marino, Santiago 2008 "Políticas de comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner. Al final del período. Los límites del progresismo", en Revista Oficios Terrestres (Buenos Aires), N° 21

Mastrini, Guillermo y Mestman, Mariano 1996 "¿Desregulación o rerregulación?: De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota", material de cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, 1996

Mattelart, Armand 2011 “Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas”, en Luis A. Albornoz (comp) Poder, medios, cultura: Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación (Buenos Aires: Paidós)

McQuail, Denis 2010 “Media regulation”, Department of Media & Communication Attenborough Building University of Leicester University Road (Leicester), traducción de Carla Rodríguez y Ana Bizberge

Montenegro, Maximiliano 2011 Es la economía, estúpido (Buenos Aires: Planeta)

Mosco, Vincent 2011 “La economía política de la comunicación: una tradición viva”, en Luis A. Albornoz (comp) Poder, medios, cultura: Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación (Buenos Aires: Paidós)

Picco, Ernesto 2012 Medios, política y poder en Santiago del Estero 1859-2012 (Santiago del Estero: Ediciones INDES)

Picco, Ernesto 2014 “Televisión y dictadura en Santiago del Estero: continuidades y rupturas político-mediáticas en un contexto provincial”, en Varela Mirta (Ed.) Dossier 06 – Televisión, Dictadura y Transición en Argentina (Buenos Aires: Red de Historia de los Medios)

Poder Ciudadano “Distribución de la publicidad oficial. La gran pauta (recargada)”, informe publicado por el proyecto Infocívica de esa ONG, el 27 de junio de 2006

Polany, Karl 2007 La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica)

Quintana, Diego 2004 “El ejercicio profesional en México y los enfoques epistemológicos de las ciencias naturales y sociales”, en Llanos, Luis et al. (coord.) Enfoques metodológicos críticos e investigación en ciencias sociales (México D.F: Ed. UACH-Plaza y Valdés)

Sierra, Francisco 2011 “Consumo cultural y poder mediático”, en Luis A. Albornoz (comp) Poder, medios, cultura: Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación (Buenos Aires: Paidós)

Smerling, Tamara 2013 “Los grandes grupos de comunicación del Interior de la Argentina: Clarín, Uno y Cadena 3. 1990-2010”, en VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Buenos Aires)

Tremblay, Gaëtan 2011 “Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información”, en Luis A. Albornoz (comp) Poder, medios, cultura: Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación (Buenos Aires: Paidós)

Van Cuilenburg, Jan y McQuail, Denis 2003 “Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación”, en *European Journal of Communication*, Vol. 18, N°2. Traducción a cargo del equipo conformado por Mariela Baladrón, Ana Bizberge, Marianela Del Giúdice, Cecilia Fariña, Jorgelina Rojo, Magdalena Restovich, Bernadette Califano y Guillermo Mastrini.

Vinelli, Natalia 2013 “De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamiento aceptadas. Las dificultades del encuadramiento de la alternatividad dentro de la categoría sin fines de lucro”, en *Avatares de la comunicación y la cultura* (Buenos Aires), N°6

Williams, Raymond 2011 (1974) *Televisión: Tecnología y forma cultural* (Buenos Aires: Paidós)

Zallo, Ramón 1988 *Economía de la comunicación y la cultura* (Madrid: Ediciones Akal)

Zallo, Ramón 2007 “La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio”, en *Zer* (Servicio Editorial del País Vasco), N° 22

Zallo, Ramón 2011 “Retos Actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura”, en Luis A. Albornoz (comp) *Poder, medios, cultura: Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (Buenos Aires: Paidós)

Zunino, Edi 2009 *Patria o medios* (Buenos Aires: Sudamericana)

## **Tesinas consultadas**

2476. 2010. Soledad Lago Rodríguez y Thelma Patricia Pussetto. Debate sobre el debate. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual nº 26522. Tutor: Diego de Charras

2719. 2011. Cristian Henkel y Julián Morcillo. Una crítica marxista a la ley de servicios de comunicación audiovisual. Tutores: Santiago Gándara y Carlos Mangone

2748. 2012. Geraldine Pourciel y Juan Agustín Tessio. Medio Poder. Clarín y el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Tutor: Claudio Centocchi

2938. 2012. Diego Ierace y Federico Marazzita. La argumentación del Frente Para la Victoria: el retorno a la política y el ethos en el debate parlamentario de la ley de medios. Tutor: Hernán Borosnik

3002. 2013. Sofía Inés Perea. Emisoras populares y la ley de servicios de comunicación audiovisual: viejos debates y nuevos desafíos. Tutor: Gustavo Bulla

3085. 2013. Verónica del Carmen Ferrari. Medios comunitarios y democracia. Un análisis de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Tutor: Santiago Marino

3101. 2013. Eliana Maffullo y Santiago Stura. Acceso y Participación en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Alcances y limitaciones del nuevo paradigma. Tutor: Guillermo Mastrini

3205. 2013. Valeria Britos y Julia Vilanova. Acceso y participación: El mapa audiovisual a partir del fomento a la producción de contenidos y la implementación de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Tutor: Santiago Marino

# ANEXOS

**Anexo: Titulares de licencias del Grupo Uno.** Fuente: elaboración propia

<b>TITULARES LICENCIAS GRUPO UNO</b>	
Daniel Eduardo Vila	Uno S.A.
Alfredo Luis Vila Santander	Nihuil S.A.
José Luis Manzano	TV Río Diamante S.A.
Agustín Vila	Radio Los Cerros S.A.
Barbarita Vila	Sergio Mario Ceroi
Supercanal S.A.	Daniel Valls
Tele Imagen Codificacda S.A.	Rafael Carlos Caronna
BTC S.A.	Icex SRL
Cable Televisora Color S.A.	Santa Cruz SRL
San Luis CTV S.A.	El Solaz SRL
Concarán Video Cable S.A.	Interior Cablexpress SRL
Tilisarao Circuito Cerrado S.A.	Rodrigo Octagio Videla
Surcor TV S.A.	FM Aeropuerto SRL
Vicuña TV S.A.	Sandra Gladys Rocha
Grupo Posadas S.A.	María Inés Ancheleguez
Justo Daract Imagen S.A.	Integra Consultores y Servicios S.A.
Red Horse S.A.	Señal Mendoza S.A.
Tajamar Sistemas Electrónicos S.A.	Dalvian S.A.
Tucumán Cable Color S.A.	Antena Uno S.A.
Tevecorp S.A.	Radio Puerto S.A.
Fibra Imagen Río Cuarto S.A.	Radio País S.A.
RTC S.A.	La Capital Multimedios S.A.
Cablecorp S.A.	Editorial Diario La Capital S.A.
Córdoba Cable S.A.	Rosario Difusión S.A.
Mundo TV SRL	Demarchellier Images Corp.
TV Regional Centro S.A.	Difusora Entrerriana S.A.
DTH S.A.	Alejandro Miguel Cartasso
A.D.V.S.P.S. S.A.	Melit S.A.
San Francisco Cable Color S.A.	Alejandro Palacios
Huinca Cablevisión S.A.	Diego Mazzagatti
Jorge Rubén Matzkin	Cortinker S.A.
Miguel Guillermo Matzkin	Voces S.A.
Jorge Davi Matzkin	TV Uno S.A.
Valeria Beatriz Matzkin	Wadigi S.A.
Gervasia Sica	Zarova S.A.
C EX S.A.	América TV S.A.
Ricardo Michelli	América Medios S.A.
Pedro Raul Zanel	América Inversora S.A.
DMRT S.A.	Junín TV S.A.
Uno Multimedios S.A.	Red Celeste y Blanca S.A.
G Uno S.A.	Carlos Esteban Cvitanich
Garey S.A.	Neil Arthur Bleasdale
Jorge Estornell S.A.	

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCURSADAS
SUPERACANAL S.A.	G Uno S.A.	67,21	x	Transfiere a Supercablecanal S.A. Opción de compra de Uno Medios S.A. luego del concurso	Supercablecanal 99,8%. Accionistas pre concursales 0,2	RD x suscr.	Sistema mixto (ACTV-CCTV) en ciudad de Mendoza, Godoy Cruz, Guaymallén, Las Heras y Maipú (Mendoza)	x
	Daniel Eduardo Vila	0,0303						
	Alfredo Luis Vila Santander							
	Tribul S.A.	28,52						
	Integra Financial Services LLC	2,96						
	Ernestina Laura Herrera de Noble	0,82						
	Héctor Horacio Magonetto							
	José Antonio Aranda							
	Lucio Rafael Pagliaro							
	Multicanal S.A.	0,029						
	Supercanal Capital NV	0,14						
	DMRT S.A.	0,075						
	Eduardo Marcelo Vila (fiduciario)	0,042	x	Cede su crédito como acreedor				
	Warrants	0,032						
	Gustavo Olarte	0,007						
	Dante Américo Montes	0,062						
	Francisco Baltasar Montes	0,062						
G Uno S.A.	Daniel Eduardo Vila	50						
	Alfredo Luis Vila Santander	50						
Absorvidas por Supercanal	Telecable S.A.			Compra pliego para extender a Gral. Lavalle, p. de Mendoza		RD x suscr.	Sistema mixto (SMTV) en San Martín, Ciudad de Mendoza, Godoy Cruz, Guaymallén, Las Heras, Maipú, Rivadavia, Luján de Cuyo y Junín, provincia de Mendoza	
	Trinidad Televisión S.A.		x	Pide extensión a UHF	III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	RD x suscr.	CCTV codificado UHF en Lulunta, Medoza	
	Horizonte S.R.L.					RD x suscr.	Sistema CCTV en Palmira (dpto. de San Martín), Mendoza	x
	Sucanal S.R.L.		x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	RD x suscr.	Sistema CCTV en Luján de Cuyo, Mendoza	x

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

<b>GRUPO UNO</b>	<b>TITULARES</b>	<b>%</b>	<b>DESINV.</b>	<b>PROPUESTA</b>	<b>DESTINATARIO DE LA DESINVERCIÓN</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>LICENCIAS</b>	<b>CONCUR SADAS</b>
Absorbidas por Supercanal	TV Cable Catamarca S.A.					RD x suscr.	Sistema mixto (SMTV) en San Fernando del Valle de Catamarca	
	Televisora del Oeste S.A.		x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema mixto SMTV en Ciudad de Mza y sistema mixto SMTV en ciudad de San Juan, Santa Lucía, Rawson, Rivadavia y Caucete, provincia de San Juan	x
	Rawson Cable S.A.			Pliego para extender a Caucete, San Juan		RD x suscr.	Sistema mixto CCTV MMDS <sup>R</sup> en Rawson, Chimbass, Santa Lucía, Pocito, Rivadavia, Ciudad de San Juan, 9 de julio y Calingasta, provincia de San Juan	
	TV Cable La Rioja S.A.					RD x suscr.	Sistema CCTV-ACTV en ciudad de La Rioja y extensión a Chamental	
	Facundo S.A.		x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema mixto SMTV EN Chilecito, provincia de La Rioja	
	Cable Televisora Color Mercedes SRL					RD x suscr.	Sistema mixto SMTV en Villa Mercedes, provincia de San Luis	x
	AT SAT SRL		x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema mixto SMTV en Lules, provincia de Tucumán	
	Aconquija Televisora Satelital SRL			Pliegos para extender a varias ciudades de Tucumán		RD x suscr.	Sistema mixto SMTV en San Miguel de Tucumán	x
	Cable Telesur S.A.		x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema mixto SMTV en Concepción, provincia de Tucumán	
	ACV Cable Visión SRL		x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema mixto SMT en Aguilares, prov. De Tucumán	
	Nueva Visión Satelital SRL		x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema mixto SMTV en Famallá, prov. De Tucumán	x
	Monteros Televisora Color SRL		x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema CCTV en Monteros, prov. De Tucumán	x
	ARTV S.A.		x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	RD x suscr.	Sistema mixto SMTV en Avellaneda, provincia de Santa Fe y pliego para un sistema CCTV en Reconquista, Santa Fe	x

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCUR SADAS
Absorvidas por Supercanal	San Martín de los Andes Televisora Color S.A.					RD x suscr.	Sistema CCTV en San Martín de los Andes, Neuquén	x
	Cablemax S.A.					RD x suscr.	Sistema CCTV en Río Gallegos, Santa Cruz	x
	Televisora Austral S.A.					RD x suscr.	Sistema CCTV.COD.MMDS y SMTV en Ushuaia y Río Grande, provincia de Tierra del Fuego	x
	Transcable S.A.					RD x suscr.	Sistema CCTV en Viedma, Río negro, sistema CCTV en Viedma y Carmen de Patagones, Río Negro, sistema CCTV-ACTV en Trele, Puerto Madryn y Rawson, Chubut, sistema SMTV en Puerto Madryn, Chubut, sistema CCTV-ACTV en Comodoro Rivadavia, Chubut	x
	Antena Televisora Comunitaria S.A.			Extensión de la licencia en lugar del pliego de Transcable S.A.		RD x suscr.	Sistema CCTV-ACTV en Trelew y Rawson, Chubut	x
	Atelco S.A.					RD x suscr.	Sistema CCTV-ACTV en Comodoro Rivadavia y Rada Tilly, Chubut	x
Tele Imagen Codificada S.A.	Supercanal S.A.	70	x	Supercanal transfiere a Supercablecanal S.A. el 68.56% y mantiene el 1,44 restante. Opción de compra de Uno Medios S.A. luego del concurso. Solicitan que se tenga en cuenta la a declaración de admisibilidad de la propuesta de Néstor Carlos Ick, Gustavo Ick y Biagioli	Supercablecanal (68,56%)	RD x suscr.	Sistema CCTV-ACTV, CCTV.COD en Ciudad de Santiago del Estero, Beltrán, Clodomira, Fernández, Forres, La Banda, Provincia de S. del Estero	
	Néstor Carlos Ick	11,4						
	Gustavo E. Ick	1,5						
	Juan Carlos Biagioli	2,1						
	Benjamín E. Álvarez Valdez	1						
	Eugenia María Castiglione	2,1						
	Blanca Inés Castiglione de Bonacina	2						
	Juan Carlos Castiglione	2,1						
	José Luis Castiglione	0,6						
	Gustavo Luis Tarchini	0,6						
	Raquel Josefina Catiglione de Méndez	0,6						
	Mercedes Graciela Cazaux de Castiglione	5						
	Eduardo Sebastián Castiglione	1						
						Sistema SMTV en Ciudad de S. del Estero, Beltrán, Clodomira, Fernández, Forres, La Banda, Loreto, Vilmer y Villa Atamasqui, provincia de S. del Estero (Video Cable Lotero SRL, absorbida)		

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCURSADAS
BTC S.A.	Supercanal S.A.	80	x	Supercanal transfiere a Supercablecanal S.A. 79,09% y mantiene el 0,91. Opción de compra de Uno Medios S.A. luego del concurso	Supercablecanal (79,09%)	RD x suscr.	Sistema CCTV-ACTV (caducidad impugnada), Sistema CCTV UHF (caducidad impugnada) y un pliego para un sistema SMTV en S. Carlos de Bariloche	
	Carlos Fernández	20						
Cable Televisora Color S.A.	Supercanal S.A.	15	x	A favor de Omar Álvarez o a quien designe		RD x suscr.	Sistema CCTV-ACTV, CCTV.COD UHF en San Rafael, p. de Mendoza	
	Graciela Gattas de Álvarez	70						
	Omar Álvarez	15						
San Luis CTV S.A. <sup>a</sup>	Supercanal S.A.	33,34				RD x suscr.	Sistema SMTV en ciudad de S. Luis	
	Guillermo Gabriel Bordallo <sup>b</sup>	33,33						
	Carlos Ángel Aguinaco <sup>c</sup>	33,33						
Concarán Video Cable S.A.	Supercanal S.A.	75	x	Los Matzkin desinvierten a favor de Supercanal y luego esta a favor de NV Cable	A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema SMTV en Concarán, p. de San Luis	
	Valeria Beatriz Matzkin	24	x					
	Jorge David Matzkin	1	x					
Tilisarao Circuito Cerrado S.A.	Supercanal S.A.	75	x	Los Matzkin desinvierten a favor de Supercanal y luego esta a favor de NV Cable	A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema SMTVA en Tilisarao, Naschel y Concarán, p. de San Luis	
	Jorge David Matzkin	4	x					
	Valeria Beatriz Matzkin	9	x					
	Miguel Guillermo Matzkin	4	x					
	Jorge Rubén Matzkin	4	x					
	Gervasia Sica	4	x					
Surcor TV S.A.	Supercanal S.A.	99		Extensión de la cobertura a la licencia que tenía Córdoba Cable		RD x suscr.	Sistema SMTV en Ciudad de Córdoba	
	G Uno S.A.	1						

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCURSADAS
Vicuña TV S.A.	Supercanal S.A.	50	x		A favor de alguno a todos de los otros accionistas	RD x suscr.	Sistema SMTV CCTV.COD UHF en Vicuña Mackenna, p. de Córdoba	
	Jorge David Matzkin	13,9						
	Miguel Guillermo Matzkin	13,9						
	Gervasia Sica	22,2						
Grupo Posadas S.A.	Supercanal S.A.	95	x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	sistema SMTV en Laboulaye, p. de Córdoba	
	G Uno S.A.	5						
Justo Daract S.A.	San Luis Cable S.A. (100% de Supercanal)	50	x	Huinca Cablevisión desinvierte a favor de San Luis Cable y luego este a favor de NV Cable	A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema CCTV en Justo Daract, p. de Córdoba	
	Huinca Cablevisión S.A.	50	x		A favor de San Luis Cable S.A.			
Huinca Cablevisión S.A.	Jorge Rubén Matzkin	4,5						
	Miguel Guillermo Matzkin	28						
	Jorge David Matzkin	28						
	Valeria Beatriz Matzkin	26						
	Gervasia Sica	13,5						
Red Horse S.A.	San Luis Cable S.A. (100% de Supercanal)	50	x		A favor de alguno a todos de los otros accionistas	RD x suscr.	Sistema SMTV en Gral. Lavalle, p. de Córdoba	
	Jorge David Matzkin	13,9						
	Miguel Guillermo Matzkin	13,9						
	Gervasia Sica	22,2						
Tajamar Sistemas Electrónicos S.A.	San Luis Cable S.A. (100% de Supercanal)	54,75	x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema SMTV en Alta Gracia, p. de Córdoba	
	Norberto Roma	12,5				RD x suscr.	Pliego para sistema SMTV en varias ciudades Cba.	
	Rodríguez Rudellat	11,7						
	José Tissera	14,2						
	E. Aeschilmann	6,85						
San Luis Cable S.A.	Supercanal S.A.	100						
TCC Tucumán Cable Color S.A.	Supercanal S.A.	0,87	x	Transferencia pendiente de aprobación de Imagen Cable Color SRL	III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	RD x suscr.	Sistema SMTV en San Miguel de Tucumán	
	Cablecorp S.A.	99,13						

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERCIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCUR SADAS
Cablecorp S.A.	Supercanal S.A.	75,7						
	Fabiana Madcur de Estornell	3,3						
	Raúl Estornell	21						
Tevecorp S.A.	Supercanal S.A.	10				RD x suscr.	Sistema CCTV.COD MMDS en El Challoo, Dpto. de Las Heras, p. de Mendoza	
	Cablecorp S.A.	90						
Fibra Imagen Río Cuarto S.A.	Cablecorp S.A.	99,62	x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema SMTV en Río Cuarto, p. de Córdoba	
	Norberto Gaspar Forlin	0,19						
	Hugo Cosentino	0,19						
RTC S.A.	Cablecorp S.A.	50	x		A favor de C EX S.A.	RD x suscr.	Sistema CCTV en Reconquista y Avellaneda, p. de Santa Fe	
	Carlos Castro	20						
	Verónica Michelli	8						
	Carina Michelli	8						
	Mariela Michelli	8						
	Guillermo Nardelli	6						
Córdoba Cable S.A.	Televisión Plus S.A.	99,76	x		A favor de NV Cable	RD x suscr.	Sistema SMTV en Ciudad de Córdoba	
	Víctor H. Vittore	0,24						
Televisión Plus S.A.	Supercanal S.A.	40						
	Cablecorp S.A.	60						
Mundo TV S.R.L.	Tajamar Sistemas Electrónicos S.A.	100			Cesar Ricardo Etchepare y Norberto Raúl Roma en comisión de TSESA	RD x suscr.	Sistema ACTV en La Serranita, Villa Los Aromos y Villa La Bolsa, p. de Córdoba	
Televisión Regional Centro S.A.	Supercanal S.A.	99,9	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	RD x suscr.	Sistema SMTV en Ciudad de La Rioja	
	G Uno S.A.	0,1						

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERCIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCURSADAS
DTH S.A.	Supercanal S.A.	99,97	x	Desinvierte a favor de Neil Arthur Bleasdale, Carlos Esteban Cvitanich, Germán Federico Ranftl y Eduardo Marcelo Vila. Bleasdale desinvierte a favor de los demás	Bleasdale desinvierte a favor de los demás y renuncia a los directorios de empresas concesinarias de servicios públicos	RD x suscr.	TDH	x
	Latin American Satellite Entertainment	0,02						
	G3 S.A.	0,01						
A.D.V.S.P.S. S.A.	Agustín Vila	90,5				RD x suscr.	7 pliegos para SMTV en Rosario y Ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe; Paraná, provincia de Entre Ríos; C.A.B.A.; Tigre y Lomas de Zamora, provincia de Buenos Aires; y San Rafael, provincia de Mendoza.	
	Eduardo Marcelo Vila	9,5	x	Desinvierte	III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	RD x suscr.		
San Francisco Cable Color S.A.	Agustín Vila	75				RD x suscr.	1 pliego para sistema SMTV en San Francisco del Monte de Oro, p. San Luis	
	Huinca Cablevisión S.A.	25	x		A favor de A.D.V.S.P.S. S.A.			
C Ex S.A.	Barbarita Vila	50				RD x suscr.	Sistema MMDS en Reconquista, p. de Santa Fe	
	Ricardo Michelli	50						
Jorge Estornell S.A.	Uno Multimedios S.A.	70	x		A favor de NV Aire 2	Radio y TV	TV abierta LV 89 TV Canal 7 de la ciudad de Mendoza	
	Garey S.A.	18,4	x		A favor de NV Aire 2	Radio y TV	TV abierta LV 82 TV Canal 8 de la Ciudad de San Juan	
	Fabiana Madcur de Estornell	6,6				Radio y TV	FM LRN 999 (FM Nuestra) de Barreal, p. de San Juan	
	María Milagros Estornell	5				Radio y TV	AM 1280 (LRI 201 Radio Calingasta, en la localidad de Barreal, p. de San Juan	
Uno Multimedios S.A.	Daniel Eduardo Vila	46						
	Alfredo Luis Vila Santander	46						
	DMRT S.A.	7						
	G Uno S.A.	1						

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCURSADAS
Garey S.A.	Supercanal	95						
	G Uno S.A.	5						
Nihuil S.A.	Uno Multimedia S.A.	99	x		A favor de NV Aire 1	Radio y TV	FM 93.7 (FM Montecristo) en ciudad de Mendoza	
	Uno S.A.	1	x		A favor de NV Aire 1	Radio y TV	AM 680 (Radio Nihuil)	
Uno S.A.	Daniel Eduardo Vila	46						
	Alfredo Luis Vila Santander	46						
	DMRT S.A.	7						
	G Uno S.A.	1						
TV Río Diamante S.A.	Supercanal S.A.	45	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	LV 84 TV Canal 6 de San Rafael, Mendoza	
	Uno Multimedia S.A.	54,834	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros			
	Uno S.A.	0,166	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros			
Radio Los Cerros S.A.	Uno Multimedia S.A.	49	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	PPP FM 94.9 (FM Brava) de ciudad de Mendoza	
	Daniel Eduardo Vila	51	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros			
Santa Cruz SRL	Rafael Carlos Caronna <sup>f</sup>	87,5	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	PPP FM 94.1 (FM La Red) de ciudad de Mendoza	
	Daniel Valls <sup>f</sup>	12,5	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	FM 92.1 (FM Brava San Rafael) de la ciudad de San Rafael, p. de Mendoza	
El Solaz SRL	Rafael Carlos Caronna	50	x		A favor de NV Aire 1	Radio y TV	FM 95.7 de San Rafael	
	Santa Cruz SRL	50	x		A favor de NV Aire 1			
FM Aeropuerto SRL <sup>d</sup>	Rafael Carlos Caronna	49	x		A favor de Rodrigo Octavio Videla	Radio y TV	PPP FM 88.3 (FM Latinos) en Godoy Cruz, Mendoza	
	Daniel Valls	2	x		A favor de Rodrigo Octavio Videla o Juan Carlos Videla			
	Rodrigo Octavio Videla	49						
Señal Mendoza S.A.	Sandra Gladys Rocha	97	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	FM 98.1 (FM Ayer) de ciudad de Mendoza	
	María Inés Anchelerguez	3	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	FM Tupungato, p. de Mendoza	

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

<b>GRUPO UNO</b>	<b>TITULARES</b>	<b>%</b>	<b>DESINV.</b>	<b>PROPUESTA</b>	<b>DESTINATARIO DE LA DESINVERCIÓN</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>LICENCIAS</b>	<b>CONCUR SADAS</b>	
Antena Uno S.A.	Uno Multimedios S.A.	25	x		A favor de NV Aire 1	Radio y TV	FM 99.9 en ciudad de Mendoza		
	Dalvian S.A.	50	x		A favor de NV Aire 1	Radio y TV	FM 103.7 ciudad de San Juan		
	Daniel Eduardo Vila	25	x		A favor de NV Aire 1				
Dalvian S.A.	Viviana Vila	5							
	Andrea Vila	15							
	Siete Colores S.A.	80							
Siete Colores S.A.	Daniel Eduardo Vila	62,5							
	Alfredo Luis Vila Santander	12,5							
	Viviana Vila	12,5							
	Andrea Vila	12,5							
Radio Puerto S.A.	Rafael Carlos Caronna	75	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	FM 98.3 (FM Una) en Gran Rosario, p. de Santa Fe		
	Sandra Gladys Rocha	25	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	Brava TV		
Radio País S.A.	Nihuil S.A.	25	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	FM 94.9 de Río Cuarto, p. de Córdoba		
	Dalvian S.A.	50	x		A favor de NV Radio				
	Daniel Eduardo Vila	25	x		A favor de NV Radio				
Rosario Difusión S.A.	La Capital Multimedios S.A.	99,99	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	FM La Red Rosario		
	Editorial Diario La Capital S.A.	0,01	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	AM LT3 en la ciudad de Rosario		
La Capital Multimedios S.A.	Industrias Uno S.A.	96							
	Orlando Vignatti	1,33							
	José Luis Manzano	1,33							
	Daniel Eduardo Vila	1,33							
Industrias Uno S.A.	Daniel Eduardo Vila	31,25							
	Alfredo Luis Vila Santander	31,25							
	Yolifar S.A.	37,5							
Editorial Diario La Capital S.A.	Marta Noemi Diaz	2,04							
	La Capital Multimedios S.A.	97,96							

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCURSADAS
Difusora Entrerriana S.A.	La Capital Multimedios S.A.	99,99	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	FM 98.3 (FM La Red Concordia)	
	Demarchellier Images Corp.	0,01	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	AM LT 15 de la ciudad de Concordia, p. de Entre Ríos	
Melit S.A.	Alejandro Miguel Cartasso	50	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	FM 90.3 de la localidad de Victoria, Entre Ríos	
	Daniel Valls	50	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	AM LT 39 de la localida de Victoria, Entre Ríos	
Voces S.A.	Cortinker S.A.	99	x		A favor de A.D.V.S.P.S. S.A. (94%) y Agustín Vila (5%)	Radio y TV	FM 99.5 (Estación del Siglo) en ciudad de Rosario	
	Demarchellier Images Corp.	1	x		A favor de Agustín Vila	Radio y TV	AM LT 8 (AM 830) en ciudad de Rosario	
Cortinker S.A.	Diego Mazzagatti	50						
	Agustín Daniel Vila	50						
Wadigi S.A.	Daniel Valls	75	x		A favor de NV Radio	Radio y TV	FM LRJ 732 (FM Festival) de la ciudad de Mendoza	
	Rodrigo Octagio Videla	25	x		A favor de NV Radio			
Vicuña TV S.A.	Supercanal S.A.	50	x		A favor de alguno a todos de los otros accionistas	Radio y TV	FM 105.5 de la ciudad de Vicuña Mackenna, p. de Córdoba	
	Jorge David Matzkin	13,9						
	Miguel Guillermo Matzkin	13,9						
	Gervasia Sica	22,2						
Alfredo Luis Vila Santander			x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	FM Mina Clavero	
			x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	FM Villa Dolores	
América TV	Martín Antranik Eurnekian	15,3				Radio y TV	LS 86 TV Canal 2 de la ciudad de La Plata, p. de Bs. As.	
	América Medios S.A.	64,7	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	América 24	
	América Inversora S.A	20	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	América Interior	
América Medios S.A	Zarova S.A.	78,52						
	Supercanal S.A.	7,38	x		A favor de NV Aire 1			
	Luis Benjamin Nofal	5,21						
	Diego G. Ávila	8,79						

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

<b>GRUPO UNO</b>	<b>TITULARES</b>	<b>%</b>	<b>DESINV.</b>	<b>PROPUESTA</b>	<b>DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>LICENCIAS</b>	<b>CONCUR SADAS</b>
Zarova SA	Grupo de Narvaez	50						
	José Luis Manzano	25	x		A favor de NV Aire 1			
	Daniel Eduardo Vila	25	x		A favor de NV Aire 1			
Grupo de Narvaez	Francisco de Narvaez (h)	45						
	Martín de Narvaez	27,5						
	María Jazmín de Narvaez	27,5						
América Inversora S.A.	Zarova S.A.	6,18						
	América Medios S.A.	93,82						
Junín TV S.A.	Martin Antranik Eurnekian	15	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros	Radio y TV	TV abierta en ciudad de Junín	
	América Medios S.A.	17,25	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros			
	América Inversora S.A.	67,75	x		III.B.4.2.1.ii A favor de terceros			
Red Celeste y Blanca S.A.	América Medios S.A.	98			Cambia la composición	Radio y TV	AM 910 (La Red) en CABA	
	América Inversora S.A.	2			Cambia la composición	Radio y TV	FM 105.5 (FM POP) en CABA	
Interior Cablexpress SRL	Sergio Mario Cerol *	95			En trámite desdoblamiento ante un intento de transferencia a tercero. La titular recientemente se ha opuesto	Radio y TV	Servicios no autorizados de TV de baja frecuencia	
	Diego Mazzagatti	5						
TV Uno S.A.	Sergio Mario Cerol *	95			En trámite un desdoblamiento ante un intento de transferencia a tercero. La titular recientemente se ha opuesto	Radio y TV	Servicios no autorizados de TV de baja frecuencia	
	Diego Mazzagatti	5						

ANEXO: GRUPO UNO. CONFORMACIÓN SOCIETARIA. Fuente: elaboración propia

GRUPO UNO	TITULARES	%	DESINV.	PROPUESTA	DESTINATARIO DE LA DESINVERSIÓN	SERVICIO	LICENCIAS	CONCURSADAS
ICEX SRL	Sergio Mario Ceroi <sup>e</sup>	95			En trámite un desdoblamiento ante un intento de transferencia a tercero. La titular recientemente se ha opuesto	Radio y TV	Servicios no autorizados de TV de baja frecuencia	
	Diego Mazzagatti	5						

NOTAS	<p>a. Marcelo Vila es integrante del órgano de administración de la empresa.</p> <p>b. Guillermo Gabriel Bordallo era accionista de Supercanal Holding S.A., el anterior holding del grupo. Ver "Manzano, Vila y compañía", Página 12, 11 de febrero de 2001. Disponible en <a href="http://www.pagina12.com.ar/2001/01-02/01-02-11/pag03.htm">http://www.pagina12.com.ar/2001/01-02/01-02-11/pag03.htm</a></p> <p>c. Carlos Ángel Aguinaco tuvo en su poder el 50 por ciento de las acciones de Tilisarao Circuito Cerrado S.R.L., que luego transfirió en un 75 por ciento a Alfredo Luis Vila Santander y el 25 restante a la familia Matzkin. Ver <a href="http://www.sanluisctv.com.ar/index.php?action=resolucion">http://www.sanluisctv.com.ar/index.php?action=resolucion</a></p> <p>d. Daniel Valls y Rodrigo Octavio Videla son titulares de Wadigi S.A., donde Daniel Eduardo Vila, Alfredo Luis Vila Santander y José Luis Manzano son directores titulares de la empresa. Ver <a href="https://www.dateas.com/es/bora/2010/11/08/wadigi-sa-264715">https://www.dateas.com/es/bora/2010/11/08/wadigi-sa-264715</a></p> <p>e. Sergio Mario Ceroi también es director suplente en Melit S.A., otra de las empresas del grupo</p> <p>f. Rafael Caronna y Daniel Valls son presidente y director de Jorge Estornell S.A., TV Río Diamante S.A. y Nihuil S.A., empresas controladas por los Vila</p> <p>g. Sistemas de Transporte de Programas de Televisión Punto a Punto y Punto a Multipunto (TPMTV), también reconocido como "Multichannel Multipoint Distribution Service" (MMDS) o Servicio de Distribución Multipunto por Microondas. Se utiliza generalmente en áreas rurales poco pobladas, en donde instalar redes de cable no es económicamente viable.</p>
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**CABLEVISIÓN CONTINUADORA. Fuente: elaboración propia**

Nro. Lic.	Lic. Agrup.	Licencia original	Cabecera agrupada	Partido/departamento	Área de cobertura/prestación
1	1	Cablex S.A.		Corrientes	Corrientes
	2	Video Cable San Fernando S.A.	Resistencia	Corrientes	Corrientes
	3	Video Visión S.A.		San Fernando	Barranqueras
2	4	Misiones Cable S.A.	Posadas	Posadas	Posadas
3	5	Cable Video Laguna Paiva S.A.		Santa Fe	Laguna Paiva
	6	Cablevisión Gálvez S.A.		San Jerónimo	Galvez
	7	San Carlos Visión S.A.		Las Colonias	San Carlos Centro
	8	Teledifusora S.A.	Santa Fe	Santa Fe	Santa Fe
	9	ampliación Radio Satel S.A.		Santa Fe	Santa Fe
	10	Video Cable Repetidora S.A.		Las Colonias	Esperanza
	11	Video Visión San Justo S.A.		San Justo	San Justo
4	12	Cablevisión Color San Francisco S.A.		San Justo	San Francisco
	13	Multicable S.A.	Rafaela	Castellanos	Rafaela
	14	SVC S.A.		Castellanos	Comuna de Frontera
5	15	Catelvi S.R.L.		Colón	La Calera
	16	CCTV Video Visión S.A.		Colón	Saldan
	17	CCTV Video Visión S.A.	Córdoba	Córdoba	Córdoba
	18	San Gabriel TC S.R.L.		Colón	Colonia Caroya
	19	Televisión por Cable S.A.		Colón	Jesús María
	20	Villa Allende Video Cable S.A.		Colón	Villa Allende
6	21	Antena Comunitaria de TV Cosquín S.A.		Punilla	Cosquín
	22	Antena Comunitaria Villa Carlos Paz S.A.	Villa Carlos Paz	Punilla	Villa Carlos Paz
	23	Sanco TV S.A.		Punilla	La Falda
7	24	Adelia María Cable Color S.A.		Río Cuarto	Adelia María
	25	Río Cable TV S.A.	Río Cuarto	Río Cuarto	Río Cuarto
8	26	Cable Cañada Televisión S.A.		Iriondo	Cañada de Gómez
	27	TV Imagen S.A.		Belgrano	Las Parejas
	28	Televisión por Cable S.A.	Casilda	Caseros	Casilda
	29	Video Cable Totoras S.A.		Iriondo	Totoras
9	30	Cableimagen S.A.		Tercero Arriba	Río Tercero
	31	Cablevisión Las Perdices S.A.		Tercero Arriba	Las Perdices
	32	Imagen General Cabrera S.A.		Juárez Celman	Gral. Cabrera
	33	Roberto Kfuri (Multivisión S.A.)	Villa María	Gral. San Martín	Villa María

**CABLEVISIÓN CONTINUADORA. Fuente: elaboración propia**

Nro. Lic.	Lic. Agrup.	Licencia original	Cabecera agrupada	Partido/departamento	Área de cobertura/prestación
10	34	Alcorta Cable Hogar S.A.		Constitución	Alcorta
	35	Cablevisión Coronel Bragado S.A.		Rosario	Cnel. Bragado
	36	Cablevisión Siglo XXI S.A.		Constitución	Godoy
	37	Delle Vedove S.A.		Rosario	Zavalla
	38	Galavisión S.A.	Rosario	Rosario	Rosario
	39	Gálvez Visión Color S.A.		Rosario	Villa Gdor. Gálvez
	40	Pierino Campitelli		Rosario	Arroyo Seco
	41	Pierino Campitelli		Rosario	Pueblo Esther
	42	Raúl Malisani		Constitución	Villa Constitución
	43	Telecable Pérez S.A.		Rosario	Pérez
11	44	Canaco S.A.		Chacabuco	Rawson
	45	Canal 3 Chacabuco S.A.		Chacabuco	Chacabuco
	46	Empresa Argentina de Televisión por Cable S.A.	Junín	Junín	Junín
	47	Fernando Gómez Radio y Televisión		Lincoln	Lincoln
12	48	Cable Visión del Comahue S.A.	Neuquén (ext.)	Gral. Roca	Gral. Roca
	49	RCC S.A.		Gral. Roca	Villa Regina
	50	I.V.C. S.A.		Confluencia	Cutral Co
	51	Patagonia Televisora Color S.A.		Zapala	Zapala
13	52	Cable Total S.A. (Telenueva S.A.)	Bahía Blanca	Bahía Blanca	Bahía Blanca
	53	Cable Visión Du Ke S.A.		Cnel. de Mar. L. Rosales	Punta Alta
	54	Cerri Video Cable S.A.		Bahía Blanca	Gral. Daniel Cerri
14	55	Azul TV Canal 2 S.A.		Azul	Azul
	56	Azul TV Canal 2 S.A.		Tapalqué	Tapalqué
	57	Cable TV Laprida S.A.		Laprida	Laprida
	58	Sibateco S.A.		Olavarría	Sierras Bayas
	59	Teledifusora Olavarría S.A.	Olavarría	Olavarría	Olavarría
15	60	Ayacucho Televisora S.A.		Ayacucho	Ayacucho
	61	Cable Visión Balcarce S.A.		Balcarce	Balcarce
	62	Cerrovisión S.A.	Tandil	Tandil	Tandil
	63	La Dulce TV Color S.A.		Necochea	Nicanor Olivera
	64	Palacios y Gutiérrez S.A.		Necochea	Necochea y Quequén
	65	Teledisurora del Sud Este S.A. (ex Pangaré S.A.)		Benito Juárez	Benito Juárez
	66	Televisión Rauch S.A.		Rauch	Rauch

**CABLEVISIÓN CONTINUADORA. Fuente: elaboración propia**

Nro. Lic.	Lic. Agrup.	Licencia original	Cabecera agrupada	Partido/departamento	Área de cobertura/prestación
16	67	Cablemundo S.A.	Mar del Plata	Gral. Pueyrredón	Mar del Plata
17	68	Luján TV S.A.	Luján	Luján	Luján
	69	Las Heras Televisión S.A.		Gral Las Heras	Gral Las Heras
	70	Organización Teledifusora Privada S.A.		Gral. Rodríguez	Gral. Rodríguez
	71	Televisora San José S.A.		Mercedes	Mercedes
18	72	Televisión Ensenada S.A.		Ensenada	Ensenada
	73	Televisora La Plata S.A.	La Plata	La Plata	La Plata
	74	Transvisión S.A.		Berisso	Berisso
19	75	Televisora Belgrano S.A.	Quilmes	Quilmes	Quilmes
	76	Visión 2000 Televisión por Cable S.A.		Almirante Brown	Almirante Brown
20	77	Cablevisión S.A.		Vicente López	Vicente López
	78	Oeste Cable Color S.A.		La Matanza	La Matanza
	79	Telemundo S.A.		Gral. San Martín	Gral. San Martín
	80	Video Cable Privado S.A.	C.A.B.A.	C.A.B.A.	C.A.B.A.
21	81	Video Cable Oeste S.A.	Morón	Morón	Morón (Ituzaingó y Hurlingham)
22	82	Desu Visión S.A.		Moreno	Moreno
	83	Eduardo José Delbono	Merlo	Merlo	Merlo
23	84	Cable Ríos de los Deltas S.A.	Tigre	San Fernando	San Fernando
24	85	Teledelta S.A. (Zárate)	Zárate	Zárate	Zárate
	86	Teledelta S.A. (Campana)		Campana	Campana

**CABLEVISIÓN PATRIMONIO ESCINDIDO 1. Fuente: elaboración propia**

Nro. Lic.	Lic. Agrup.	Licencia original	Cabecera agrupada	Partido/departamento	Área de cobertura/prestación
1	1	S.C.A. S.A. (ex Santa Clara de Asís S.A.)	Salta	Salta	Salta
	2	S.C.A. S.A. (ex Santa Clara de Asís S.A.)		Rosario de Lerma	Rosario de Lerma
2	3	Libres Cable Color S.A.		GraL. Alvear	GraL. Alvear
	4	Sistema Televisión Video Cable S.A.	Santo Tomé	Santo Tomé	Santo Tomé
3	5	Oberá Video Cable S.A.	Oberá	Oberá	Oberá
4	6	K.T.V. S.A.		Monte Caseros	Monte Caseros
	7	Libres Cable Color S.A.	Paso de los Libres	Paso de los Libres	Paso de los Libres
	8	Mercedes Cable Visión S.A.		Mercedes	Mercedes
5	9	Río Cable Visión S.A.		Uruguay	Concepción del Uruguay
	10	Televisión Integral S.A.		Gualeguay	Gualeguay
	11	Visión del Litoral S.A.	Gualeguaychu	Gualeguaychu	Gualeguaychu
6	12	Televox Video Cable S.A.	Villa Dolores	San Javier	Villa Dolores
7	13	Confort 2001 S.A.	Marcos Juárez	Marcos Juárez	Marcos Juárez
	14	Video Color S.A.		Unión	Bell Ville
	15	Visión Comunicaciones S.A.		Marcos Juárez	Leones
8	16	Ramallo Sistema Visión S.A.		Ramallo	Ramallo
	17	Servicab S.A.	San Nicolás de los Arroyos	San Nicolás de los Arroyos	San Nicolás de los Arroyos
	18	Televisora Centenario S.A.		San Nicolás de los Arroyos	La Emilia
9	19	Cablevisión Firmat S.A.		GraL. López	Firmat
	20	Laboulaye Televisora Color S.A.		Pte Roque Sáenz Peña	Laboulaye
	21	Sistema Regional de Televisión S.A.		GraL. López	Rufino
	22	T.V. Interactiva S.A.	Venado Tuerto	GraL. López	Venado Tuerto
	23	Villegas Televisora Color S.A.		GraL. Villegas	GraL. Villegas
10	24	Pergamino Video Color S.A.	Pergamino	Pergamino	Pergamino
	25	Rojas Televisión Comunitaria S.A.		Rojas	Rojas
	26	Televisión Comunitaria S.A.		Colón	Colón
	27	Video Este S.A.		Arrecifes	Arrecifes
11	28	Centro Oeste Cable Visión S.A.		San Andrés de Giles	San Andrés de Giles
	29	Televisora Capitán Sarmiento S.A.		Cap. Sarmiento	Cap. Sarmiento
	30	Televisora Privada S.A.		Carmen de Areco	Carmen de Areco
	31	Video Este S.A.	San Antonio de Areco	San Antonio de Areco	San Antonio de Areco

**CABLEVISIÓN PATRIMONIO ESCINDIDO 1. Fuente: elaboración propia**

Nro. Lic.	Lic. Agrup.	Licencia original	Cabecera agrupada	Partido/departamento	Área de cobertura/prestación
12	32	Revico S.A.		Realicó	Realicó
	33	Revico S.A.		Chapaleufú	Bernardo Larroude
	34	Revico S.A.		Realicó	Ing. Luiggi
	35	Revico S.A.		Chapaleufú	Cnel. Hilario Lagos
	36	Teve Cable General Pico S.A.	Gral. Pico	Maraco	Gral. Pico
13	37	Canal 3- 9 de Julio S.A.	9 de julio	9 de julio	9 de julio
	38	Productora TV Bragado S.A.		Bragado	Bragado
	39	Teleradio Carlos Casares S.A.		Carlos Casares	Carlos Casares
	40	Teymed S.A.		Gral. Viamonte	Gral. Viamonte
14	41	Pehuajó TV Color S.A.		Pehuajó	Pehuajó
	42	Timón Cable S.A.	Trenque Lauquen	Trenque Lauquen	Trenque Lauquen
15	43	Difusora S.A.	Santa Rosa	Santa Rosa	Santa Rosa
16	44	Suárez Video S.A.	Cnel. Suárez	Cnel. Suárez	Cnel. Suárez
	45	Suárez Video S.A.		Cnel. Suárez	Huanguelen
17	46	Oeste Visión S.R.L.		Hipólito Yrigoyen	Henderson
	47	Telebolívar S.A.	Bolívar	Bolívar	Bolívar
18	48	Unidad TV Canal 5 Dolores S.A.	Dolores	Dolores	Dolores
19	49	Ranchos Visión S.A.		Gral. Paz	Ranchos
	50	Telebel S.A.		Gral. Belgrano	Gral. Belgrano
	51	Televisora Belgrano S.A.	Chascomús	Chascomús	Chascomús
20	52	Cablevisión Lobos S.A.	Lobos	Lobos	Lobos
	53	Monte Visión S.A.		Monte	San Miguel del Monte
	54	Televable Navarro S.A.		Navarro	Navarro
	55	Televisora Roque Pérez S.A.		Roque Pérez	Roque Pérez
21	56	Televisora Saladillo S.A.	Saladillo	Saladillo	Saladillo
22	57	Canaco S.A.	Chivilcoy	Chivilcoy	Chivilcoy
23	58	Circuito Cablevisión S.A.	Formosa	Formosa	Formosa
24	59	Ciudad del Encuentro S.A.		Baradero	Baradero
	60	Paraná Televisión por Cable S.A.	San Pedro	San Pedro	San Pedro

CABLEVISIÓN PATRIMONIO ESCINDIDO 2. Fuente: elaboración propia

Nro. Lic.	Lic. Agrup.	Licencia original	Cabecera agrupada	Partido/departamento	Área de cobertura/prestación
1	1	Chaco TV Cable Color S.A.	Villa Ángela	Fontana	Villa Ángela
2	2	K.T.V. S.A.	Federación	Federación	Federación
3	3	Teledifusora del Sud Este (ex Pangaré S.A.)	Adolfo G. Cháves	Adolfo G. Cháves	Adolfo G. Cháves
4	4	Video Cable San Vicente S.A.		San Vicente	San Vicente
	5	Aqua Electrónica S.A.		Ezeiza	Ezeiza
	6	Casaro Visión S.A.		Ezeiza	Carlos Spegazzini
	7	Super Video Cable S.A.	Esteban Echeverría	Esteban Echeverría	Monte Grande
5	8	Televisora Cable Color S.A.	Cañuelas	Cañuelas	Máximo Paz
6	9	Tvisión Rosario S.A.	Rosario de la Frontera	Rosario de la Frontera	Rosario de la Frontera
7	10	Tres Arroyos Televisora Color S.A. (TATCSA)	Tres Arroyos	Tres Arroyos	Tres Arroyos
	11	Orense Cable Color S.R.L. (Hoy TATCSA)		Tres Arroyos	Orense
	12	Indio Rico Cable Color S.A.		Cnel. Pringles	Indio Rico
	13	Copetonas Video Cable S.A.		Tres Arroyos	Copetonas
8	14	CV Berazategui S.A.		Berazategui	Berazategui
9	15	Teledifusora San Miguel Arcángel S.A.	Pilar	Pilar	Pilar
10	16	Tele Red Chivilcoy S.A.	Chivilcoy	Chivilcoy	Chivilcoy
11	17	Ver TV S.A.	San Miguel	San Miguel	Gral. Sarmiento
12	18	Ver TV S.A.	San Nicolás	San Nicolás	San Nicolás
13	19	First TV S.A.	Rosario	Rosario	Rosario
14	20	Televisora Privada del Oeste S.A.	Merlo	Merlo	Merlo
15	21	Cable Video Sur S.R.L.	Cnel. Dorrego	Cnel. Dorrego	Cnel. Dorrego
16	22	La Capital Cable S.A.	Mar del Plata	Gral. Pueyrredón	Mar del Plata
	23	Miramar Televisora Color S.A.		Gral. Alvarado	Miramar
	24	Otamendi Cable Color S.A.		Gral. Alvarado	Cte. Nicanor Otamendi
17	25	TVS Necochea S.A.	Necochea	Necochea	Necochea
18	26	TVC S.A.	Pinamar	Pinamar	Pinamar
VRE	27	AVC Continente Audiovisual S.A.	Córdoba	Córdoba	Córdoba