

LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE JAVIER MILEI: DESMANTELAMIENTO DEL ESTADO, BENEFICIO A NEGOCIOS PRIVADOS Y DETERIORO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Javier Milei's Communication Policy: Dismantling the State, Benefiting Private Businesses, and Deteriorating Freedom of Expression

A política de comunicação de Javier Milei: desmonte do Estado, favorecimento a empresas privadas e deterioração da liberdade de expressão

Fernando Krakowiak

fkrakowiak@sociales.edu.ar

Universidad de Buenos Aires

ORCID: 0000-0002-2932-6296

Ana Bizberge

abizberge@pucp.edu.pe

Pontificia Universidad Católica del Perú

ORCID: 0000-0001-8267-4700

Recibido: 4.10.2024

Aceptado: 3.6.2025

Resumen: El artículo analiza la política de comunicación implementada por Javier Milei en Argentina durante su primer año de gobierno. Su llegada al poder en diciembre de 2023 se inscribe dentro del ascenso de las fuerzas de ultraderecha en Latinoamérica. Milei emergió con un discurso libertario con fuerte sesgo anti-Estado combinado con una crítica populista a «la casta», donde incluye a los medios de comunicación que lo cuestionan. Los ataques verbales a esos medios han sido una constante, con un matiz respecto de las administraciones de centroizquierda que gobernaron en América Latina durante las primeras décadas del siglo XXI. Estos gobiernos cuestionaron la legitimidad de las principales instituciones mediáticas privadas y al mismo tiempo buscaron democratizar, con escaso éxito, ese ámbito elitista y comercial. En cambio, el gobierno de Milei se limitó a polemizar públicamente con esos medios al mismo tiempo que los favoreció con sus políticas de comunicación promercado.

Palabras clave: Políticas de comunicación, telecomunicaciones, medios de comunicación, TIC, Javier Milei

Abstract: The article analyzes the communication policy implemented by Javier Milei in Argentina during his first year in office. His arrival to power in December 2023 is part of the rise of ultra-right forces in Latin America. Milei emerged with a libertarian discourse with a strong anti-State bias combined with a populist criticism of “the caste”, where he includes the media that criticizes him. Verbal attacks on those media have been a constant, with a nuance with respect to the center-left administrations that governed Latin America during the first decades of the 21st century. These governments questioned the legitimacy of the main private media institutions and at the same time sought to democratize, with little success, this elitist and commercial sphere. On the other hand, Milei’s government limited itself to publicly polemicize with these media while favoring them with its pro-market communication policies.

Keywords: Communication policies, telecommunications, media, ICT, Javier Milei

Resumo: Este artigo analisa a política de comunicação implementada por Javier Milei na Argentina durante seu primeiro ano de governo. Sua chegada ao poder, em dezembro de 2023, insere-se no contexto da ascensão das forças de extrema direita na América Latina. Milei surgiu com um discurso libertário, fortemente antiestatal, combinado com uma crítica populista à “casta”, na qual inclui os meios de comunicação que o criticam. Os ataques verbais a esses veículos têm sido constantes, com uma abordagem distinta daquela adotada pelos governos de centro-esquerda que governaram a América Latina nas primeiras décadas do século XXI. Esses governos

questionaram a legitimidade das principais instituições privadas de mídia e, ao mesmo tempo, buscaram democratizar esse espaço elitista e comercial — ainda que com pouco êxito. Em contraste, o governo Milei limitou-se a polemizar publicamente com esses meios, ao mesmo tempo em que os favoreceu com suas políticas de comunicação pró-mercado.

Palavras-chave: Políticas de comunicação, telecomunicações, mídia, TIC, Javier Milei

Introducción

El presente artículo analiza las políticas de comunicación implementadas por Javier Milei en Argentina durante su primer año de gobierno. Su llegada al poder en diciembre de 2023 se inscribe dentro del ascenso de las fuerzas de ultraderecha en Latinoamérica, las cuales se han caracterizado por adoptar posturas moralmente conservadoras frente a temas de género y políticas sexuales, reivindicar el punitivismo penal para hacer frente a los problemas de la delincuencia y explicitar un fuerte cuestionamiento a los principios básicos del liberalismo democrático en nombre de una «voluntad popular» directa y sin intermediarios (Rovira Kaltwasser, 2023).

Milei expresa parte central de estos postulados ya que emergió con una crítica populista a «la casta», donde incluye a los medios de comunicación que lo cuestionan, y un uso oportunista de posiciones conservadoras en materia cultural, en especial, en contra del aborto legal y del feminismo. Además, sostiene un discurso económico libertario con fuerte sesgo anti-Estado, que naturaliza las desigualdades económicas (Vommaro, 2023).

Los ataques verbales a medios de comunicación y periodistas han sido una constante del presidente argentino durante su primer año de gobierno, pero la confrontación, por el momento, no se tradujo en reformas sobre la estructura y propiedad del sistema mediático. A diferencia de las administraciones latinoamericanas de centroizquierda, que en las primeras dos décadas del siglo XXI confrontaron con las principales instituciones mediáticas privadas cuestionando su legitimidad y buscaron democratizar, con escaso éxito, ese ámbito elitista y comercial (Kitzberger, 2012; Waisbord, 2013), el gobierno de Milei se limitó a polemizar públicamente con esos grandes medios mientras los favoreció con sus políticas de comunicación pro-mercado. El trabajo demuestra que efectivamente se avanzó con la desregulación de la radiodifusión, las telecomunicaciones y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se promovió el desmantelamiento de medios públicos y se recortaron fondos para la producción audiovisual, orientados a sociedades sin fines de lucro y pequeñas productoras cinematográficas. Al

mismo tiempo, el Poder Ejecutivo incrementó el control sobre organismos reguladores y medios estatales a través de intervenciones administrativas que avasallaron el diseño institucional y limitaron la libertad de expresión y el acceso a la información.

Las preguntas que guiaron la investigación fueron: ¿cuáles han sido las políticas y regulaciones del gobierno de Milei en el sector de la comunicación? ¿Qué consecuencias han tenido esas intervenciones para el acceso y circulación de información y cultura por parte de la población? ¿Cómo se inscriben estas medidas en la dinámica de gobiernos populistas de derecha radical?

El trabajo está organizado de la siguiente manera: luego de la introducción se plantea el marco teórico y, a continuación, la estrategia metodológica. En la siguiente sección se analizan las medidas implementadas por Milei en el área de la comunicación indagando sobre las transformaciones en el diseño institucional, en los medios públicos, las políticas de desregulación, los límites a la libertad de expresión y el derecho a la información, la suspensión de la publicidad oficial, las políticas de ciberpatrullaje y el recorte en el financiamiento público a la producción cinematográfica y a los medios sin fines de lucro. Por último, se ofrecen las reflexiones finales sobre este proceso.

1. Marco teórico

El gobierno de Javier Milei es considerado parte de las fuerzas de ultraderecha que han comenzado a ganar terreno en distintos países de las Américas durante los últimos años. La irrupción de Donald Trump como presidente de Estados Unidos en 2016 y los triunfos electorales de Jair Bolsonaro en Brasil en 2018 y de Nayib Bukele en El Salvador en 2019 constituyen los primeros emergentes de este fenómeno en la región. A ellos se han sumado José Antonio Kast en Chile, Rafael López Aliaga en Perú y Guido Manini Ríos en Uruguay que, si bien no alcanzaron el poder, son la cara visible de movimientos políticos que expresan características similares (Rovira Kaltwasser, 2023).

A diferencia de la derecha convencional, la ultraderecha se destaca por adoptar posturas de mayor radicalidad y mantener una relación conflictiva con la democracia. En este campo, se identifican fuerzas extremas que atacan de modo frontal al sistema y partidos radicales populistas que participan de la vida democrática, pero cuestionan su componente liberal: la división de poderes, el respeto a los derechos de las minorías, la autonomía del poder judicial y de los organismos de control, la libertad de prensa y la proliferación de entidades supranacionales que limitan la soberanía del Estado nación (Mudde, 2019 y Rovira Kaltwasser, 2023).

La «nueva derecha» de América Latina se inscribe mayoritariamente dentro de la ultraderecha populista que participa del juego democrático, pero cuestiona los principios del liberalismo político. Suele ser bastante común que en la región hagan uso de una retórica populista para cuestionar a «la casta» compuesta, por lo general, por círculos progresistas, a quienes acusan de controlar el aparato administrativo estatal, el poder legislativo y judicial, los medios de comunicación, las centrales sindicales y empresarias e instituciones internacionales, entre otras. Es por eso que plantean la necesidad de impulsar reformas para reemplazar a quienes conducen esos espacios o al menos disminuir su poder (Prior, 2021; Rovira Kaltwasser, 2023).

Desde lo programático, las fuerzas de ultraderecha latinoamericanas comulgan sobre todo con la adopción de posturas conservadoras frente a temas de género y políticas sexuales y en el punitivismo penal para hacer frente a los problemas de delincuencia (Rovira Kaltwasser *et al.*, 2024). También suelen promover el liberalismo económico, pero no es un rasgo definitorio de su ideología ni el mayor desafío que plantean. Lo realmente novedoso de estas derechas es que pueden combinar una agenda económica liberal con una práctica política antiliberal, lo que rompe con la tradición del liberalismo clásico, que unía ambas dimensiones (Fraser, 2019).

Milei expresa parte central de estos postulados ya que emergió con una crítica populista a «la casta» que gobernó la Argentina en las últimas décadas, a la que identifica como una elite corrupta enemiga del pueblo, lo que le permitió capitalizar el descontento y la frustración de una amplia porción de la sociedad. También intentó nombrar jueces por decreto para controlar la Corte Suprema de Justicia, revindicó una línea dura en materia de seguridad y recurrió a un uso oportunista de posiciones conservadoras en materia cultural, en especial, en contra del aborto legal y del feminismo (Vommaro, 2023). Además, promueve un liberalismo económico que se ha venido manifestando en la reducción del papel del Estado a partir de la promoción de políticas de privatización y desregulación.

Si bien lo que Milei entiende por «la casta» ha ido variando de acuerdo a quienes son sus enemigos de turno, los medios de comunicación que suelen criticarlo integran el elenco estable de ese colectivo imaginario construido por el presidente. Lo paradójico, sin embargo, es que las desregulaciones que impulsó en el sector, en línea con su reivindicación del libre mercado y su sesgo antiestatal, beneficiaron a esa misma «casta» mediática que Milei critica desde sus redes sociales.

En ese sentido, se observa una continuidad con el gobierno de Mauricio Macri (2015-2019), la alianza de centroderecha convencional llamada Cambiemos, que luego de tomar el poder avanzó con la restauración parcial de un patrón histórico de captura del Estado, expresado en la recuperación del

acceso privilegiado y la influencia política por parte de intereses comerciales y corporativos privados (Kitzberger y Schuliaquer, 2022; Becerra, 2021). El gobierno de Milei profundizó ese camino.

Para avanzar con el análisis de sus políticas de comunicación, el trabajo toma como punto de partida la economía política de la comunicación que surge como resultado del cruce de campos académicos como la economía, la ciencia política y las ciencias de la comunicación (Mastrini, 2017). Esta corriente de estudios analiza, entre otros aspectos, el papel de los Estados en la organización del sistema mediático y las relaciones de poder que sitúan a la comunicación y a la cultura en el contexto de sociedades en conflicto (Krakowiak, 2018; Zallo, 2011).

La política de comunicación es un campo en movimiento (Donders y Van Audenhove, 2019) y controvertido en cuanto a su definición (Napoli, 2023). Desde la década del 90, se señala que se estructura en torno a la «convergencia» y priman intereses económicos y tecnológicos en la definición del interés público (Van Cuilenburg y McQuail, 2003). El proceso de convergencia digital torna difusa la distinción entre los sectores de medios y telecomunicaciones y obliga a ampliar el objeto, actores y alcance en la definición de políticas (Bizberge, 2020; Becerra, 2024).

Puppis, Mansell y Van den Bulk (2024) explican que frente a las teorías neoliberales o libertarias que consagran la perspectiva de mercado y conceden a los intermediarios exención de responsabilidades, se necesita de la intervención estatal, pero también de la autorregulación de plataformas para garantizar los derechos humanos. Los autores sostienen que el análisis de la gobernanza de medios y comunicaciones debe poner al descubierto las dinámicas de poder, examinando las estructuras y agencia de los actores, así como las normas y reglas procesales.

2. Metodología

La estrategia metodológica de la investigación consistió en relevar la legislación dictada por el gobierno de Milei sobre medios, telecomunicaciones y TIC entre el 10 de diciembre de 2023 y el 10 de diciembre de 2024. El análisis abarcó leyes, decretos y resoluciones del período. Se realizó en perspectiva comparada para poder identificar los cambios con respecto a la legislación vigente hasta ese momento. También se analizaron notas internas y comunicados de los organismos regulatorios y empresas públicas del sistema de medios. Otros materiales con los que se trabajó fueron documentos de organizaciones de la sociedad civil y artículos publicados en los principales medios argentinos de prensa escrita, tanto generalistas como especializados.

El relevamiento documental se llevó adelante mediante un análisis cualitativo inductivo consistente en identificar códigos, categorías, patrones y temas a medida que surgen (Saldaña y Omasta, 2017; Miles *et al.*, 2020). Las prácticas comunes en el análisis inductivo incluyen la codificación abierta o inicial y el método de análisis comparativo constante (Bingham y Witkowsky, 2022).

Otro paso clave consistió en triangular los datos con la teoría y situar los hallazgos en el marco teórico conceptual del trabajo para respaldar la confiabilidad del estudio cualitativo, al aumentar la credibilidad, la confirmabilidad y la transferibilidad de los hallazgos (Tierney y Clemens, 2011).

Complementariamente al análisis documental, se mantuvo contacto con informantes clave que trabajan en organismos regulatorios y empresas públicas del sistema de medios. Si bien no aceptaron ser entrevistados *on the record* por el riesgo que eso representaba para su estabilidad laboral, estuvieron dispuestos a facilitar información.

3. Políticas de comunicación en el primer año del gobierno de Javier Milei

Diseño institucional

El gobierno de Milei apuntó tempranamente a desarmar el diseño de los organismos que regulan las comunicaciones y los medios de gestión estatal, así como la Defensoría del Público. El modo de hacerlo fue fundamentalmente a través de intervenciones administrativas para sujetarlos al Poder Ejecutivo, eliminando la participación de otros sectores políticos y de la sociedad civil. El argumento con el cual se justificó el desembarco fue la intención de dotar de mayor eficiencia al sector público y terminar con el supuesto uso instrumental que los gobiernos kirchneristas hicieron de las entidades, tanto desde el punto de vista ideológico como desde la dotación de personal.

Intervención de medios públicos

El gobierno dispuso en febrero de 2024 la intervención por un año —que prorrogó por igual período un año después— de todos los medios públicos nacionales: el portal *Educ.ar*, la agencia de noticias Télam, Radio y Televisión Argentina (RTA)¹ y Contenidos Públicos² (Decreto 117/2024). De este modo, modificó los mecanismos que establecía la Ley 26.522 de Servicios de

1 Sociedad controlante de Televisión Pública, Radio Nacional, Canal 12 de Trenque Lauquen y Radiodifusión Argentina al Exterior.

2 Sociedad a cargo de los canales Encuentro, Pakapaka, DeporTV y la plataforma *Cont.ar*.

Comunicación Audiovisual (LSCA) para garantizar una gobernanza plural³, aunque en los hechos el oficialismo de turno ha tenido siempre el control de los medios públicos.

Tanto el interventor como el interventor adjunto quedaron bajo la autoridad directa del Jefe de Gabinete y tienen entre sus funciones aquellas que la ley reservaba para el directorio: elaborar planes para reformular las sociedades; evaluar y modificar tanto el estatuto para el personal como el régimen de administración de fondos; modificar el régimen de contratación de obras, bienes y servicios; designar y remover funcionarios y personal; entre otros aspectos. De este modo, se profundizó la influencia gubernamental.

Diego Charer fue designado interventor en febrero de 2024, pero en julio fue promovido como Secretario de Empresas y Sociedades del Estado. Eduardo González quedó en su lugar como interventor de RTA y además como director de la TV Pública e interventor *ad-honorem* de Contenidos Públicos y *Educ.ar* (Decreto 576/2024).

Enacom: intervención para la desregulación

El Poder Ejecutivo avanzó también sobre el Ente Nacional de las Comunicaciones (ENACOM), organismo regulador creado por el DNU 267/2015 durante el gobierno de Macri, con el que se introdujo reformas regresivas a la LSCA y a la Ley 27.078 Argentina Digital que habían sido sancionadas durante los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner. Mediante el decreto 89/2024, se estableció en enero la intervención —a cargo de Martín Ozores— por un período de 180 días, que fue renovado hasta el 7 de julio de 2025 (Decreto 675/2024). Además, se cerraron las 28 delegaciones del organismo (Resolución 7/2024). Esa decisión se asentó en los principios de centralización, reestructuración, simplificación y libre competencia para avanzar en la desregulación del sector.

La medida se distanció de los estándares internacionales que subrayan la importancia de la independencia política de los organismos reguladores (Bizberge, 2020) dando un paso más respecto de la conformación planteada para el Enacom en el gobierno de Macri. El ente ya contaba con mayoría gubernamental en el directorio desde su creación, pero la intervención decretada por Milei supone la directa injerencia del Poder Ejecutivo en el

3 RTA era dirigida por un directorio de siete miembros: dos representantes designados por el Poder Ejecutivo Nacional, tres por las minorías parlamentarias del Congreso a propuesta de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, las Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización y dos por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo ser uno de ellos un académico de las carreras de ciencias de la información, comunicación o periodismo de una universidad nacional.

organismo, ahora unipersonal, eliminando completamente la presencia de otras fuerzas políticas en la conducción.

Desembarco en la Defensoría del Público

El oficialismo también tomó el control de la Defensoría del Público, aunque al ser un organismo que depende del Congreso, lo hizo a través de una decisión de los presidentes de ambas cámaras legislativas. Una vez finalizado el mandato de Miriam Lewin, quien se desempeñó en el cargo durante la administración de Alberto Fernández, en agosto de 2024 se designó como titular interina a Soher El Sukaria, exdiputada del PRO sin antecedentes en el ámbito de los medios o los derechos de las audiencias, para hacer una «auditoría patrimonial y funcional integral» en un período de 180 días.

Cabe recordar que la Defensoría del Público fue creada en 2009 por la LSCA, con el objetivo de garantizar el derecho a la información y proteger a las audiencias al recibir sus denuncias, consultas y reclamos. De acuerdo con la normativa, la designación de su autoridad la realiza el Congreso a través de una Comisión Bicameral. Sin embargo, desde la llegada al gobierno de Milei dicha comisión no se constituyó, lo que propició la virtual intervención del organismo, que ya estaba en la mira del gobierno incluso desde que en diciembre de 2023 presentó la primera versión del proyecto de Ley de Bases que planteaba su eliminación⁴.

Medios públicos

Milei se propuso como objetivo dismantelar los medios públicos. Durante los primeros meses de gobierno combinó diversas opciones para tratar de lograrlo, que incluyeron una política generalizada de desfinanciamiento, el intento frustrado de privatización de algunas empresas y el cierre de otras. El accionar estuvo motivado no solo por razones fiscales sino también por una caracterización de los medios públicos como instrumentos de propaganda oficial que debían ser erradicados, aunque paradójicamente varios de esos medios fueron utilizados para promocionar la gestión al mismo tiempo que se avanzó con su desguace.

⁴ El gobierno de Milei envió al Congreso en diciembre de 2023 un megaproyecto de 664 artículos denominado «Ley de Bases y Puntos de Partida para la Libertad de los Argentinos» que contemplaba reformas de los sistemas laboral, jubilatorio, electoral y educativo, habilitaba la privatización de empresas, buscaba promover la inversión privada y criminalizaba la protesta social, entre otras transformaciones. Luego de largas negociaciones, una versión acotada fue aprobada a fines de junio de 2024.

Privatizaciones frustradas

Antes de asumir la presidencia, Milei había anticipado su intención de privatizar medios de comunicación con el argumento de que se habían convertido en un instrumento de propaganda durante el kirchnerismo. Sin embargo, su usufructo en beneficio del poder político de turno ha sido una característica común a lo largo de la historia (Krakowiak y Mastrini, 2022; Schejtman, 2021; Becerra *et al.*, 2012).

Una vez en el poder, el presidente dictó el DNU 70/2023 que desreguló numerosos sectores de la economía y habilitó la transformación en sociedades anónimas de todas las empresas y sociedades con participación del Estado, para poder concretar su venta por acciones. El paso siguiente fue el envío al Congreso a fines de diciembre de 2023 de la Ley de Bases que proponía, entre otras medidas, privatizar 41 empresas estatales entre las que figuraban RTA, Télam, *Educ.ar* y Contenidos Públicos. El plan de privatización de los medios públicos se vio frustrado en el Congreso por falta de apoyo, pero el gobierno decidió seguir adelante con su desmantelamiento.

El desguace

El gobierno aplicó una fuerte reducción en los gastos de los medios públicos. En la TV Pública se dejó de transmitir los noticieros de la mañana, la medianoche y del fin de semana, se terminó con el sistema de tercerización de programas, se eliminó el pago de horas extras y se decidió no enviar móviles durante el verano de 2024 ni a la Costa Atlántica ni a los festivales provinciales que todos los años transmite el canal. Se levantaron ciclos en vivo y la pantalla se fue poblando de programas repetidos y documentales (Montagna, 2024).

Recién a mediados de abril, la intervención flexibilizó su postura de recortes al incorporar tres síntesis informativas y *flashes* a lo largo de la programación, que se sumaron a los noticieros de las 12 y las 20 horas que habían sobrevivido a la poda inicial. A las figuras que estaban al frente de los noticieros no se les renovaron los contratos. Por lo tanto, las emisiones quedaron a cargo de periodistas de la planta permanente.

El tratamiento de los temas que prevaleció fue sobrio, con un tono más neutro que el que había caracterizado a la gestión anterior, pero todos los actos oficiales importantes y la actividad presidencial se cubrieron al detalle. Incluso, y pese a no ser un canal de noticias, la TV Pública fue la única señal televisiva que transmitió completo el acto que Milei realizó en mayo de 2024 para presentar su libro *Capitalismo, socialismo y la trampa neoclásica*. Al mismo tiempo, la Asamblea de Trabajadores de Prensa de

la Televisión Pública denunció que la intervención censuró la cobertura de numerosos actos de protesta contra políticas del gobierno (Sipreba, 2024a).

El recorte de gastos también abarcó a Radio Nacional que en diciembre de 2023 decidió no renovar cerca de 500 contratos, en su mayoría de conductores, periodistas y productores (Respighi, 2024). A su vez, la dirección de la radio resolvió no nombrar nuevos directores en las emisoras locales que habían quedado acéfalas luego del cambio de gobierno y en abril despidió a los funcionarios que aún no habían renunciado y suprimió esos cargos. En sintonía con esa medida, se envió una comunicación a las 49 emisoras locales ordenando replicar contenidos generados en Radio Nacional Buenos Aires en algunas franjas horarias. La medida recibió cuestionamientos por afectar el federalismo informativo (Defensoría del Público, 2024).

La intervención de RTA decidió, además, en mayo de 2024, suspender todo tipo de emisión de contenidos en redes sociales. La medida incluyó la decisión de centralizar el manejo de esas redes en la Gerencia de Medios Digitales e Institucionales. El «apagón» se extendió hasta junio para los medios nacionales, pero la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa denunció en julio que las emisoras locales todavía no habían recuperado su manejo.

RTA lanzó en julio de 2024 un plan de retiros voluntarios. La intervención dejó trascender en ese momento que la empresa tenía 2400 empleados entre la TV Pública, Radio Nacional y sus emisoras locales y Canal 12 de Trenque Lauquen.

Los cierres

El plan de recortes contempló también el cierre de la agencia de noticias Télam. Inicialmente había sido incluida en el listado de compañías a ser privatizadas a través de la Ley de Bases. Sin embargo, el presidente Milei sorprendió al comunicar la novedad el 1 de marzo de 2024 durante la apertura de las sesiones ordinarias del Congreso. A los pocos días, la sede de la empresa amaneció vallada, deshabilitaron su web, el conjunto de sus trabajadores fue puesto en disponibilidad y se abrió un plan de retiros voluntarios bajo la amenaza velada de iniciar un proceso preventivo de crisis que derivara en despidos. Además, se cerraron las corresponsalías que la agencia tenía en distintas provincias.

En octubre de 2023 la agencia contaba con 810 empleados (Indec, 2023). En junio de 2024, cerca de 400 habían resistido la presión oficial y seguían negándose a aceptar el retiro. A fines de ese mismo mes, el gobierno convirtió a Télam en una Agencia de Publicidad del Estado Sociedad Anónima Unipersonal que absorbió unas 100 personas de las que no habían aceptado

el retiro (Decreto 548/2024). El resto de los trabajadores quedaron en los hechos prestando servicios de prensa y comunicación para distintas dependencias públicas (Alfie, 2024).

Otro de los medios que cerró sus puertas fue la plataforma *Cont.ar*, un servicio gratuito de *streaming* de 5.000 horas de películas, series y documentales de producción nacional, donde también había contenidos de la TV Pública, Encuentro, Pakapaka y DeporTV.

Desregulación de telecomunicaciones, internet satelital y radio-difusión

El gobierno tomó una serie de medidas destinadas a profundizar la desregulación de los mercados de telecomunicaciones, internet satelital y radio-difusión. En internet satelital, el objetivo declarado fue lograr una mayor competencia, aunque favoreciendo a actores entrantes extranjeros. En telecomunicaciones, la derogación del DNU 690/2020, que había declarado servicios públicos esenciales a la TV paga, las telecomunicaciones fijas y móviles y la banda ancha implicó reducir la intervención estatal en esos mercados, aunque vale decir que, en los hechos, su aplicación había sido muy limitada por la existencia de fallos judiciales que frenaron su implementación. A su vez, en radiodifusión se habilitó una mayor concentración para dejar el sector librado al mercado, permitir que los jugadores crezcan y, eventualmente, intervenir *ex post* si se detectaran abusos de posición dominante.

Radiodifusión

Milei promulgó el 20 de diciembre de 2023 el DNU 70/2023 que desreguló la economía e incluyó una serie de reformas en el área de las comunicaciones al modificar la LSCA y la Ley Argentina Digital, así como también el DNU 267/2015 sancionado por Macri que había contribuido a profundizar la concentración en el sistema de comunicaciones (Mastrini *et al.*, 2024).

En radiodifusión, el DNU 70/2023 eliminó el tope de 15 licencias nacionales para televisión abierta o radio y de una licencia para televisión satelital. De este modo, se sumó a la flexibilización que ya había introducido el gobierno de Macri a través del DNU 267/2015 al elevar el tope para radiodifusión de 10 a 15 licencias y determinar que la televisión por cable fuera considerada un servicio TIC, lo que la liberó entonces del cumplimiento del tope de 24 licencias vigente para ese servicio (Bizberge, 2021). Sin embargo, el DNU 70/2023 mantuvo los límites de hasta 4 licencias en el ámbito local (1 de radio AM, 1 de FM o hasta 2 de FM si había más de ocho en la localidad y 1 licencia de TV abierta).

Además, derogó el artículo 46 de la LSCA, que impedía la concurrencia de la TV satelital con otros servicios audiovisuales. Es decir, los prestadores de TV satelital ahora también pueden sumar licencias para ofrecer TV abierta, radio o TV por cable. Esto se complementa y refuerza con las modificaciones que dicho decreto introdujo también en la Ley Argentina Digital. En este caso, se asimiló la televisión de pago por cualquier medio, incluida la televisión por satélite, a un «servicio de telecomunicaciones y TIC». Durante la gestión de Macri, el DNU 276/2015 reservaba esa condición solo para los servicios de TV por cable y excluía a los de TV satelital, que debían atenerse a lo dispuesto por la LSCA. Ahora, los prestadores de TV satelital podrán contar con más de una licencia, así como también prestar otro tipo de servicios, no solo audiovisuales sino también de internet. El Decreto 1340/2016 había habilitado a DirecTV a brindar acceso a internet, pero con el DNU 70/2023 se dio un paso más al habilitar el acceso para nuevos actores satelitales.

Telecomunicaciones y TIC

El DNU 70/2023 relajó las condiciones para el acceso a los permisos para operar en el país servicios satelitales. La prestación sólo requerirá un registro, no una licencia como establecía la Ley Argentina Digital. El objetivo fue abrir el mercado de Internet satelital y, en particular, permitir el ingreso de Elon Musk, dueño de la empresa de internet satelital Starlink.

Milei había anticipado su desembarco en cadena nacional en diciembre de 2023, lo que se oficializó el 26 de febrero con la publicación de las resoluciones de Enacom que autorizaron no solo a Starlink, sino también a Oneweb (Resolución 2/2024) y Amazon Kuiper (Resolución 3/2024) para brindar internet satelital. Starlink estaba inscripta para operar en el país desde 2022, pero no había podido iniciar operaciones por dificultades con Arsat para coordinar el uso de frecuencias.

Milei avanzó también con la desregulación de las telecomunicaciones a través del DNU 302/24 del 9 de abril de 2024, que derogó el artículo 15 y modificó el artículo 48 de la Ley Argentina Digital y derogó el DNU 690/2020. De ese modo, dejó sin efecto la declaración de servicio público esencial para los servicios TIC, la telefonía móvil y el acceso a las redes de telecomunicaciones para y entre licenciatarios, la regulación de precios de Internet, telefonía fija y móvil y TV paga y la prestación básica universal obligatoria para los sectores de bajos recursos. Lo que sí mantuvo fue la condición de servicio público de la telefonía básica y la prescripción de que los precios de los servicios TIC deban ser «justos y razonables», pero ya sin la intervención estatal para garantizarlo fijando ofertas de referencia cuando los operadores

no logren ponerse de acuerdo. De este modo, Milei puso fin a las disputas judiciales⁵ con las grandes empresas a las que favoreció con su decisión.

En febrero de 2025, ya fuera del período de análisis de este trabajo, Telecom (Grupo Clarín) anunció la compra de la filial argentina de Telefónica, su principal competidora, por 1245 millones de dólares. Al mes siguiente, el gobierno cuestionó la operación y dictó una medida preventiva que suspendió los efectos de la compra hasta que la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) se expidiera sobre el caso (Resolución 2025/25). En junio de 2025, la Justicia dejó sin efecto esa norma (Clarín, 2025), pero ese mismo mes la Secretaría de Industria y Comercio, previo dictamen de la CNDC, objetó la operación y ahora la causa se resolverá en la Justicia.

Según cifras oficiales, la participación resultante de la operación implicaría una concentración del 61 % para el mercado de telefonía móvil; 69 % para la telefonía fija; y, respecto al servicio de internet residencial, en algunas zonas del país la concentración podría llegar al 80 %.

Si las políticas de comunicación liberales previas, como la del gobierno de Macri, aludían a la necesidad de competencia como motor de la innovación (aunque en la práctica hubieran favorecido a la concentración), el discurso polarizante anticasta de Milei refiere a la situación de monopolio como motor de la innovación (Casa Rosada, 2024), excepto cuando se trata del principal grupo de comunicación del país con el que se encuentra enfrentado por la representación que realiza de su gobierno. De esta manera, Milei expone su propia contradicción respecto de su proclama del liberalismo económico.

Otra decisión que se concretó fuera del período de análisis de este trabajo es la eliminación del Fondo de Servicio Universal (Decreto 6/2025), creado en 2014 por la Ley 27.078 Argentina Digital con el objetivo de garantizar el acceso equitativo a los servicios de telecomunicaciones en todo el país, especialmente en las zonas rurales, alejadas o económicamente desfavorecidas. La medida se tomó luego de realizar una serie de auditorías que detectaron irregularidades en el reparto de los recursos. Sin embargo, el gobierno decidió mantener el impuesto de 1 % de los ingresos devengados que se les cobraba a las empresas TIC para financiar ese fondo (ConverCom, 2025). Esto hace suponer que se restablecerá algún mecanismo para canalizar esos recursos, aunque al cierre de este artículo no hubo novedades al respecto.

5 La Justicia primero le había concedido recursos de amparo a las grandes empresas para que no deban cumplir con esas regulaciones y en noviembre de 2023 directamente dispuso la nulidad del DNU 690/2020 en un fallo de primera instancia.

Recorte del financiamiento público a la producción cinematográfica

La política cinematográfica oficial se redujo inicialmente a un profundo recorte de gastos en el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el freno a todo tipo de financiamiento público destinado a la industria, para luego terminar impulsando un cambio en el criterio de asignación de créditos y subsidios que restringió el acceso a los fondos. Al igual que en el caso de los medios públicos, la reestructuración estuvo motivada no solo por una razón fiscal sino también por el convencimiento de que el régimen de fomento despilfarraba recursos alimentando una burocracia sobredimensionada por razones político partidarias. También se intentó modificar la ley de fomento para restarle apoyo público a la industria, pero la iniciativa no contó con el respaldo del Congreso.

Proyecto para desfinanciar el cine y reestructuración del INCAA

El proyecto de Ley de Bases, en lo que refiere a la política audiovisual, si bien no proponía eliminar el INCAA, desfinanciaba el Fondo de Fomento Cinematográfico que administra el organismo al suprimir el aporte del 25 % de las sumas percibidas por el Enacom, monto que constituye su principal ingreso. La iniciativa enfrentó resistencias en el Congreso y el gobierno finalmente no introdujo cambios, aunque puso en marcha una política de recorte de gastos inédita en el INCAA.

El instituto suspendió toda erogación económica vinculada a apoyos institucionales, dio de baja contratos del personal, suspendió el pago de horas extras y otros gastos de funcionamiento. (Resolución INCAA 16/2024). Luego se avanzó con la primera reorganización interna del INCAA al suprimir siete unidades operativas, entre ellas el Observatorio Audiovisual, dedicado a producir informes sobre diferentes áreas de la industria audiovisual.

Cambio en el criterio de asignación de fondos

El INCAA suspendió en abril de 2024 la presentación por 90 días de proyectos cinematográficos para acceder a financiamiento público (Resolución 27/2024). De ese modo, se oficializó una parálisis que venía dándose de hecho desde el cambio de gobierno. Durante ese período, se trabajó en la reglamentación de la ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica que se oficializó el 24 de julio, modificando los criterios de asignación de fondos (Decreto 662/2024). Los cambios centrales fueron tres:

- 1) Se estableció un tope de 20 % de los recursos anuales percibidos para los gastos de personal e inversiones que demande el INCAA.

2) Se redujo de 50 % a 20 % el total de los recursos destinados a subsidiar la producción y la exhibición de largometrajes, aclarando que cada subsidio no podrá superar el 50% del costo de producción de un proyecto.

3) El 60 % de los fondos restantes quedaron liberados para dar créditos, organizar concursos, sostener el cine Gaumont y la ENERC, desarrollar la Cinemateca y el Festival de Mar del Plata.

A su vez, el decreto 662/2024 dejó sin efecto la cuota de pantalla que le garantiza por ley un mínimo de presencia al cine nacional en las salas. Lo hizo al desconocer la resolución reglamentaria vigente y remarcar en el artículo 9 del anexo que el presidente del INCAA deberá fijar esa cuota, algo que al cierre de este artículo la autoridad aún no había hecho.

La reglamentación de la ley de Fomento constituyó el cierre de una primera etapa en la que se buscó reducir la estructura del INCAA y orientar el apoyo público a proyectos de mayor envergadura que ya cuenten con respaldo financiero. Por eso se limitó el monto destinado a subsidios, los cuales no tienen que ser devueltos, y se decidió comenzar a canalizar mayores recursos a través de créditos bancarios, que es necesario reintegrar y a los que se accede luego de la presentación de una garantía. No obstante, un conjunto de entidades profesionales de directores, guionistas y productores denunciaron que durante 2024 el INCAA no financió ningún nuevo proyecto cinematográfico (Espacio Audiovisual, 2025).

Límites a la libertad de expresión y el derecho a la información

La desregulación de los sectores de la comunicación que benefició a las grandes empresas del sector se combinó con el deterioro en las condiciones para el ejercicio de la libertad de expresión en la Argentina. La represión por parte de las fuerzas de seguridad a periodistas y fotógrafos en la cobertura de distintas protestas, las recurrentes agresiones verbales del presidente a medios de comunicación en eventos, apariciones mediáticas y en redes sociales y la decisión de obstaculizar su ingreso a diversos actos públicos motivaron el repudio de asociaciones de prensa, sindicatos y organizaciones sociales. Incluso varias de esas entidades realizaron una presentación conjunta ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en febrero de 2024 en la que denunciaron estos atropellos (CELS, 2024a).

Uno de los hechos más graves ocurrió el 1 de febrero de 2024 cuando unos 30 periodistas y fotógrafos fueron heridos por la policía mientras cubrían las protestas contra el tratamiento de la Ley de Bases en el Congreso Nacional.

Al día siguiente, la represión continuó y dos periodistas fueron detenidos por las fuerzas de seguridad (Sipreba, 2024b)⁶.

Al cumplirse los primeros cien días del gobierno, el Foro del Periodismo Argentino (Fopea) denunció que el 40% de los ataques verbales a los trabajadores de prensa durante ese período, relevados por el Monitoreo de Libertad de Expresión del organismo, habían provenido del presidente y sus ministros (Fopea, 2024a).

También recibió repudios la decisión oficial de obstaculizar el trabajo periodístico en distintos actos de gobierno. El 10 de diciembre de 2023, día de la asunción presidencial, se prohibió que la prensa acreditada accediera a la jura de los ministros y principales funcionarios. En julio se denunció que el gobierno le quitó la acreditación a la Casa Rosada de modo progresivo a unos 50 periodistas durante el primer semestre y en septiembre el presidente sostuvo que solo daría conferencias de prensa si antes los periodistas publicaban su patrimonio. Fuera del período de análisis de este artículo, en mayo de 2025, el gobierno modificó las reglas de acreditación para medios y periodistas en la Casa Rosada (Resolución 1319/2025). Entre los principales cambios se incluyen la limitación en la cantidad de periodistas, una evaluación de los medios en función de audiencia, cobertura y especialización, y la exigencia de un código de vestimenta. Representantes de Fopea manifestaron su preocupación por la hostilidad hacia la prensa en la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación (Fopea, 2024b).

Como consecuencia de la presentación realizada ante la CIDH en febrero de 2024, y ampliada en mayo, por un conjunto de entidades sociales, en julio el organismo multilateral convocó a una audiencia pública virtual para analizar la situación de la protesta social y el derecho a la libertad de expresión en Argentina, encuentro en el que las organizaciones ratificaron sus denuncias y funcionarios del Poder Ejecutivo rechazaron las acusaciones (CELS, 2024b).

También generó polémica la decisión oficial de limitar los alcances de la ley de acceso a la información pública a través del Decreto 780/2024. La norma incluyó límites a la interpretación de los asuntos de interés público al afirmar que la información pública excluye «por su propia naturaleza a la información que hace al ámbito privado del funcionario o magistrado».

⁶ Fuera del período de análisis de este trabajo las agresiones a periodistas continuaron. El miércoles 12 de marzo de 2025, durante una manifestación de jubilados, un agente de seguridad disparó un cartucho de gas lacrimógeno a ras del suelo que impactó en la cabeza del fotógrafo Pablo Grillo, lo que le provocó fractura de cráneo y pérdida de masa encefálica.

Además, se especificó que las deliberaciones preparatorias y papeles de trabajo, o el examen preliminar de un asunto, no deben ser considerados documentos de carácter público. Por último, se introdujo un artículo referido a la «buena fe» que habilita a los jueces a imponer indemnizaciones a quienes hagan un ejercicio abusivo de un derecho. En la ley, en cambio, la única referencia a la «buena fe» es en alusión a las personas obligadas y no a los peticionantes. Organizaciones de la sociedad civil, entre las que figuraban CELS, Fopea y Fundación Poder Ciudadano, difundieron un comunicado conjunto solicitándole al gobierno que deje sin efecto la medida porque «un decreto reglamentario no puede limitar el derecho de acceso a la información pública en contradicción con el alcance de la propia Ley de Acceso a la información» (CELS, 2024c).

Otra decisión que afectó la libertad de expresión fue la suspensión de la ejecución del Fondo de Fomento Concursable (Fomeca), contemplado por la Ley 26.522 para financiar proyectos de medios comunitarios, pueblos originarios y otras organizaciones sin fines de lucro. El Fomeca no recibe fondos provenientes del Tesoro sino de un impuesto que pagan los titulares de servicios de comunicación audiovisual y que tiene una asignación específica prevista por ley. De acuerdo a datos difundidos por el Foro Argentino de Radios Comunitarias, en 2023 se recaudaron 2.500 millones de pesos para el Fomeca. Sin embargo, en 2024 Enacom no abrió convocatorias para nuevos proyectos.

A su vez, el gobierno derogó en octubre del 2024 (Resolución 1094/24) una serie de resoluciones que obligaban a las empresas de televisión por cable y satelital a incluir en su grilla, y en un orden determinado, señales del Estado nacional, las provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la Iglesia Católica Argentina, las Universidades Nacionales y licenciarios de televisión abierta. También las eximió de tener que subir a su grilla diferentes señales de noticias que le había encargado el ente regulador. De ese modo, dejó en libertad de acción a las compañías para armar su paquete de señales, privilegiando la lógica del negocio en detrimento del acceso de distintos tipos de actores y la diversidad de la oferta informativa.

Suspensión de la publicidad oficial

Otro modo en el que se expresó la limitación al derecho a la información fue a través de la suspensión por un año de la publicidad oficial en los medios de comunicación, la herramienta a través de la cual el Poder Ejecutivo realiza campañas institucionales y difunde sus actos oficiales como forma de rendir cuentas ante la ciudadanía. La decisión se formalizó inicialmente a través del Decreto 89/2023 que acotó el alcance a la Administración Central, dejando fuera a organismos descentralizados y empresas con participación del

Estado Nacional. En diciembre de 2024 la suspensión se extendió por un año más (Resolución 7147/24).

El gobierno justificó la medida debido a la necesidad de recortar gastos y también con el argumento de que en los hechos la publicidad oficial se había convertido en una herramienta para silenciar críticas. La distribución arbitraria y discriminatoria de la publicidad oficial es uno de los mecanismos de censura indirecta denunciados por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH, 2012). En Argentina el retiro de la publicidad oficial ha sido utilizado en reiteradas ocasiones para castigar a medios que tenían una línea editorial crítica hacia el oficialismo. La contracara de esa práctica fue el otorgamiento de generosas cifras de publicidad a otros medios afines al gobierno e incluso a periodistas que montaban páginas web o alquilaban espacios en las radios que se llenaban de avisos oficiales (Espada y Marino, 2018; O'Donnell, 2007).

En lugar de impulsar una ley destinada a garantizar un modo de reparto transparente de la publicidad oficial, el gobierno, haciendo valer el argumento de la crisis, suspendió esa publicidad, pero al acotar la medida a la Administración Central, se reservó un margen para distribuir fondos de modo discrecional a través de organismos descentralizados y empresas públicas. Por ejemplo, YPF, la principal petrolera del país, una sociedad anónima controlada por el gobierno, en 2023 gastó 31.749 millones de pesos en publicidad (40 millones de dólares) y al año siguiente 97.110 millones de pesos (95 millones de dólares). En dólares la cifra representó una suba de 130 % (Tiempo Argentino, 2025). A su vez, en el primer trimestre de 2025, se observó un incremento real del 55,2 % respecto del mismo período del año anterior. Esa inversión representó el mayor valor en términos reales para un primer trimestre desde que el Estado tomó el control de la compañía en 2012 (Giménez, 2025). A diferencia de lo que ocurre con la publicidad oficial, la petrolera no está obligada a detallar donde invierte ese dinero. Por lo tanto, termina siendo un mecanismo igual de discrecional, pero más oscuro.

Ciberpatrullaje: limitaciones a los derechos digitales

El Ministerio de Seguridad emitió el 26 de julio la Resolución 710/2024 que creó la Unidad de Inteligencia Artificial Aplicada a la Seguridad (UIAAS), cuya misión es la «prevención, detección, investigación y persecución del delito y sus conexiones mediante la utilización de la inteligencia artificial». La norma establece que la UIAAS funciona en la Dirección de Ciberdelito y Asuntos Cibernéticos y está integrada por las áreas de las Fuerzas Policiales y de Seguridad Federales.

Algunas de sus competencias son patrullar las redes sociales abiertas, aplicaciones y sitios de internet, así como la «internet profunda» (*dark web*); utilizar algoritmos de aprendizaje automático para analizar datos históricos de crímenes y predecir futuros delitos; y procesar grandes volúmenes de datos de diversas fuentes para crear perfiles de sospechosos o identificar vínculos entre diferentes casos. Además, la unidad tiene la función de analizar imágenes de cámaras de seguridad en tiempo real a fin de detectar actividades sospechosas o identificar personas utilizando reconocimiento facial. Este último punto ya tiene antecedentes en la Ciudad de Buenos Aires donde, en 2019 el gobierno implementó el sistema el Sistema de Reconocimiento Facial de Prófugos que fue declarado inconstitucional (CELS, 2023).

La resolución recibió críticas por parte de organizaciones de la sociedad civil que advirtieron que la medida lesiona los derechos de privacidad y libertad de expresión y la calificaron como desproporcionada de acuerdo con los estándares de derechos humanos (Busaniche, 2024; Zara, 2024). El CELS y otros organismos hicieron un pedido de acceso a la información pública para que se brinden precisiones sobre el desarrollo de la actividad (CELS, 2024d).

El ciberpatrullaje tiene antecedentes en la gestión de Fernández (Resolución 144/2020). La medida se aplicó durante la pandemia de covid-19 y fue cuestionada por expertos que indicaron que violaba la presunción de inocencia, limitaba la privacidad y atribuía a las fuerzas de seguridad la capacidad de supervisar el discurso público. Las organizaciones advertían que atentaba contra la libertad de expresión, promovía la autocensura y reducía la participación ciudadana (Bizberge y Segura, 2020).

Conclusiones

Este artículo analizó las políticas de comunicación implementadas por Javier Milei en su primer año de gestión con el objetivo de caracterizar las intervenciones de un gobierno populista de ultraderecha e indagar las consecuencias de sus medidas para el acceso y circulación de la información y la cultura.

Los regímenes populistas de ultraderecha que han surgido en la región durante los últimos años suelen sostener un discurso económico liberal con fuerte sesgo antiestatal, pero, a diferencia de la derecha convencional, cuestionan principios del orden democrático liberal.

El gobierno de Milei expresa parte central de esos postulados. Por un lado, incluye un cuestionamiento al componente político-liberal de la democracia, que se evidencia de dos formas. Primero, en su discurso contra «la casta»,

donde ubica a los medios de comunicación que lo critican. A su vez, se observa en el avance sobre los derechos de las minorías y el debilitamiento de las instituciones, tanto por la intervención de distintos organismos de regulación como por sus intentos de controlar a la Justicia. Por otro lado, promueve un liberalismo económico con fuerte sesgo anti-Estado, que se traduce en políticas de desregulación y privatización.

Los ataques verbales a medios de comunicación y periodistas han sido una constante del presidente argentino en su primer año de gobierno. Pero, en contraste con lo ocurrido durante las administraciones latinoamericanas de centroizquierda que gobernaron en las primeras dos décadas del siglo XXI, el conflicto no se plasmó en reformas que cuestionaran el sistema de medios concentrado.

El gobierno de Milei se limitó hasta ahora a polemizar públicamente con esos grandes medios mientras favoreció a varios de ellos con sus políticas de comunicación promercado. La reducción del Estado que promueve se complementó con las dinámicas de la convergencia digital como discurso legitimador de la flexibilización para los sectores de comunicación y cultura. De este modo privilegió las demandas de los grandes jugadores tradicionales del mercado para reducir sus cargas regulatorias y eludió las asimetrías y necesidades de actores más pequeños. Al mismo tiempo dejó por fuera del alcance regulatorio a las grandes plataformas de Internet, a las que intenta beneficiar con incentivos a la inversión y la autorización para extender sus negocios, como ilustra el caso de X.

Bajo la retórica de la ineficiencia del Estado, la política de comunicación de Milei está siendo orientada por la lógica de mercado, pero organizada desde un férreo control del Poder Ejecutivo. Por un lado, eso se expresa a través de los mecanismos burocrático-administrativos empleados para llevar adelante las reformas, principalmente decisiones presidenciales, con escasa participación del Congreso. Por el otro, en el diseño institucional de los organismos de fiscalización y control del sector, todos ellos dependientes del Poder Ejecutivo, sin intervención de otras fuerzas políticas y sectores sociales.

La desregulación en favor de actores del mercado se expresa en forma distinta según el sector que se mire: en la radiodifusión, las medidas adoptadas benefician principalmente a los grandes actores nacionales. En tanto los medios públicos, tras intentos fallidos de privatización, atraviesan un proceso de desmantelamiento y, en algunos casos, cierres. En relación al cine, las restricciones para el acceso a fondos de financiamiento público a la producción supondrán un beneficio para producciones *mainstream*. De este modo se privilegia la lógica imperante de funcionamiento de las plataformas globales de *streaming* de video, en detrimento de las de realizadores nuevos o producciones más pequeñas, con consecuencias sobre la diversidad audiovisual.

En relación al sector de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, los términos de la oferta de servicios quedan librados a las decisiones empresariales de grandes actores, en detrimento de cooperativas y pymes. El Estado queda limitado en su capacidad de intervenir para garantizar las condiciones de acceso de la población y el desarrollo del ecosistema en su conjunto. Además, la apertura a la competencia para los servicios de internet satelital se expresa mayormente en el ingreso de capitales norteamericanos de empresas de plataformas, como X y Amazon. En este sentido, el presunto discurso de apertura y competencia devuelve un escenario que privilegia la concentración de grandes actores nacionales y globales.

Todo esto se conjuga con un deterioro en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión. Este se manifiesta en la restricción del acceso a fondos de producción y en la falta de consideración hacia actores más pequeños del mercado. También se evidencia en la represión y las agresiones verbales del presidente hacia los medios de comunicación, así como en las limitaciones al acceso a información pública y al ejercicio de derechos digitales.

Referencias bibliográficas

- Alfie, A. (2024, 3 de diciembre). El Gobierno reconvirtió Télam en agencia de publicidad y productora de contenidos para los medios públicos. *Clarín*. https://www.clarin.com/politica/gobierno-reconvirtio-te-lam-agencia-publicidad-productora-contenidos-medios-publicos_0_DswbRHhbzV.html
- Becerra, M. (2021). Restauración transgresora. Las políticas de comunicación del gobierno de Macri. En M. Becerra y G. Mastrini (Comps.), *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)* (pp. 28-53). SiPreBA.
- Becerra, M. (2024). Convergencia infocomunicacional: niveles de análisis de un proceso inconcluso. *Intersecciones en Comunicación*, 1(18). <https://doi.org/10.51385/ic.v1i18.209>
- Becerra, M., Arroyo, L., García Castillejo, A. y Santamaría O. (2012). *Cajas Mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Tecnos.
- Bingham, A. J. y Witkowsky, P. (2022). Deductive and inductive approaches to qualitative data analysis. En C. Vanover, P. Mihás y J. Saldaña (Eds.), *Analyzing and interpreting qualitative data: After the interview*. Sage Publications.
- Bizberge, A. (2020). *Convergencia digital y políticas de comunicación en Argentina, Brasil y México (2000-2017)*. El Colectivo Editorial.

- Bizberge, A. (2021). La convergencia en el gobierno de Macri. Una mirada limitada. En M. Becerra y G. Mastrini (Comp.), *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)* (pp. 54-76). SiPreBA.
- Bizberge, A. y Segura, M. S. (2020). Los derechos digitales durante la pandemia COVID-19 en Argentina, Brasil y México. *Revista de Comunicación*, 19(2), 61-85. <https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A4>
- Busaniche, B. (2024, 31 de julio). Ni artificial ni inteligencia, vigilancia ilegal. *Vía Libre*. <https://www.vialibre.org.ar/ni-artificial-ni-inteligencia-vigilancia-ilegal>
- Casa Rosada. (2024, 5 de junio). Palabras del Presidente de la Nación, Javier Milei, en el 10 Latam Economic Forum, en Salón Golden Mercantil. *Casa Rosada*. <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/50530-palabras-del-presidente-de-la-nacion-javier-milei-en-el-10-latam-economic-forum-en-salon-golden-mercantil>
- CELS. (2023, 29 de abril). Confirman la inconstitucionalidad del uso del sistema de reconocimiento facial. *CELS*. <https://www.cels.org.ar/web/2023/04/confirman-la-inconstitucionalidad-del-uso-del-sistema-de-reconocimiento-facial/>
- CELS. (2024a, 9 de febrero). Más concentración de los medios y menos libertad de expresión. 9 de febrero. *CELS*. <https://www.cels.org.ar/web/2024/02/mas-concentracion-de-los-medios-y-menos-libertad-de-expresion>
- CELS. (2024b, 11 de julio). El gobierno reafirmó ante la CIDH su política de criminalización de la protesta y defendió la represión. *CELS*. <https://www.cels.org.ar/web/2024/07/el-gobierno-reafirmo-ante-la-cidh-su-politica-de-criminalizacion-de-la-protesta-y-defendio-la-represion>
- CELS. (2024c, 3 de septiembre). Un decreto no puede limitar el acceso a la información pública. *CELS*. <https://www.cels.org.ar/web/2024/09/un-decreto-no-puede-limitar-el-acceso-a-la-informacion-publica>
- CELS. (2024d, 21 de agosto). Pedimos a Bullrich que explique de qué manera realizará vigilancia masiva a la ciudadanía. *CELS*. <https://www.cels.org.ar/web/2024/08/pedimos-a-bullrich-que-explique-de-que-manera-realizara-vigilancia-masiva-a-la-ciudadania>
- CIDH. (2012). *Principios sobre regulación de publicidad oficial y libertad de expresión*. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/publicidad%20oficial%202012%20o5%2007.pdf>

- Clarín. (2025, 6 de julio). La Justicia deja sin efecto una resolución contra la venta de Telefónica a Telecom. *Clarín*. https://www.clarin.com/economia/justicia-anula-resolucion-gobierno-venta-telefonica-telecom_0_ak8zHbSCJI.html?srsId=
- ConverCom. (2025, 6 de enero). El gobierno disolvió el Fondo de Servicio Universal pero contradice la ley Bases al no eliminar el impuesto que lo alimentaba. *ConverCom*. <https://convercom.info/comunidades/conectividad/gobierno-disolvio-fondo-servicio-universal-contradice-ley-bases-al-no-eliminar-impuesto-que-alimenta>
- Defensoría del Público. (2024, 12 de julio). Las audiencias de Radio Nacional piden escuchar la programación local. *Defensoría del Público*. <https://defensadelpublico.gob.ar/las-audiencias-de-radio-nacional-piden-escuchar-la-programacion-local>
- Donders, K. y Van Audenhove, L. (2019). Digitization and Media Policy Research. En Van den Bulck *et al.* (Eds.), *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research*. Palgrave.
- Espacio Audiovisual Nacional. (2025, 15 de abril). Informe sobre el primer año de la nueva gestión del INCAA. *Espacio Audiovisual Nacional*. <https://espacioaudiovisualnacional.org/informe-sobre-el-primer-ano-de-la-nueva-gestion-del-incaa>
- Espada, A. y Marino, S. (2018). Publicidad Oficial en Argentina: propuesta metodológica y análisis crítico. *Divulgatio. Perfiles académicos de posgrado*, 3(7), 112-133.
- Foro de Periodismo Argentino (Fopea). (2024a, 19 de marzo). #100DíasdeMilei: 40% de los ataques al periodismo provienen del Gobierno. *Foro de Periodismo Argentino*. <https://fopea.org/100dias-demilei-40-de-los-ataques-al-periodismo-proviene-del-gobierno/#>
- Foro de Periodismo Argentino (Fopea). (2024b, 6 de septiembre). Fopea, en Diputados por el trato hostil hacia el periodismo. *Foro de Periodismo Argentino*. <https://fopea.org/fopea-en-diputados-por-el-trato-hostil-hacia-el-periodismo>
- Fraser, N. (2019). *The old is dying and the new cannot be born*. Verso.
- Giménez, J. (2025, 18 de junio). YPF aumentó un 55% su inversión en publicidad en el primer trimestre de 2025, el mayor gasto desde su reestatización en 2012. *Chequeado*. <https://chequeado.com/investigaciones/ypf-aumento-un-55-su-inversion-en-publicidad-en-el-primer-trimestre-de-2025-el-mayor-gasto-desde-su-reestatizacion-en-2012>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec). (2023). *Dotación de personal de la administración pública nacional, empresas y sociedades*, 2(11).

- Kitzberger, P. (2012). The Media Politics of Latin America's Leftist Governments. *Journal of Politics in Latin America*, 4(3), 123-139.
- Kitzberger, P. y Schuliaquer, I. (2022). Media Policies in Latin America's Post Left Turn: Legal (Counter) Reforms in Argentina and Ecuador. *Bulletin of Latin American Research*, 41(4), 625-640.
- Krakowiak, F. (2018). Economía política de la comunicación, estado y políticas públicas. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, 20(1), 8-24. <https://periodicos.ufs.br/epitic/article/view/8510>
- Krakowiak, F. y Mastrini G. (2022). Medios estatales en América del Sur: lo político antes que lo tecnológico. En M. Goyanes y M. Campos-Rueda (Comps.), *Gestión de medios públicos en el entorno digital*. Tirant Humanidades.
- Mastrini, G. (2017). Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(5), 139-148. <https://doi.org/10.15304/ricd.2.5.3754>
- Mastrini, G., Becerra, M., Bizberge, A., Carboni, A., Espada, A. y Sosa, F. (2024). *Communications, media and internet concentration in Argentina, 2019-2021*. Global Media and Internet Concentration Project. <https://doi.org/10.22215/gmicp/2024.6>
- Miles, M. B., Huberman, M. A. y Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage Publications.
- Montagna P. (2024, 29 de marzo). 'Enlatados' y mínima programación en vivo: así será la grilla de la TV Pública a partir de este lunes. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/enlatados-y-minima-programacion-en-vivo-asi-sera-la-grilla-de-la-tv-publica-a-partir-de-este-lunes-nid29032024>
- Mudde, C. (2019). *The Far Right Today*. John Wiley & Sons.
- Napoli, P. (2023). What Is Media Policy? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 707. <https://doi.org/10.1177/00027162231211387>
- O'Donnell, M. (2007). *Propaganda K. Una maquinaria de promoción con el dinero del Estado*. Planeta.
- Prior, H. (2021). Populismo digital y desinformación en tiempos de posverdad. *Communication & Society*, 34(4), 49-64.

- Puppis, M.; Mansell, R. y Van den Bulck, H. (2024). Introduction to media and communication governance: from labelling to theorizing and practice. En M. Puppis, y R. Mansell y H. Van den Bulck (Eds.), *Handbook of media and communication governance*. Edward Elgar Publishing.
- Respighi, E. (2024, 6 de enero). No se renovaron 500 contratos en Radio Nacional. *Página/12*. <https://www.pagina12.com.ar/701525-no-se-renovaron-500-contratos-en-radio-nacional>
- Rovira Kaltwasser, C. (2023). *La ultraderecha en América Latina: definiciones y explicaciones*. Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/chile/20670.pdf>
- Rovira Kaltwasser, C., Espinoza, G., Meléndez, C., Tanscheit, T. y Zanotti, L. (2024). *Apoyo y rechazo a la ultraderecha: Estudio comparado sobre Argentina, Brasil y Chile*. Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/chile/21406.pdf>
- Saldaña, J. y Omasta, M. (2017). *Qualitative research: Analyzing life*. Sage Publications.
- Schejtman, N. (2021). *Pantalla partida. 70 años de política y televisión en Canal 7*. Planeta.
- Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba). (2024a, 21 de marzo) ¿A dónde está la libertad? Televisión pública: el ente de calificación nacional de Milei. *Sipreba*. <https://www.sipreba.org/sindicato/a-donde-esta-la-libertad-television-publica-el-ente-de-calificacion-nacional-de-milei>
- Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba). (2024b, 17 de febrero). Represión y ataque a la libertad de expresión: más de 30 trabajadores de prensa heridos. *Sipreba*. <https://www.sipreba.org/sindicato/represion-mas-30-trabajadores-de-prensa-heridos>
- Tiempo Argentino. (2025, 12 de marzo). Pauta camuflada: a través de YPF, Nación gastó \$97 mil millones en medios durante 2024. *Tiempo Argentino*. https://www.tiempoar.com.ar/ta_article/pauta-camuflada-ypf-97-mil-millones
- Tierney, W. G. y Clemens, R. F. (2011). Qualitative research and public policy: The challenges of relevance and trustworthiness. En J. Smart y M. Paulson (Eds.), *Higher Education: Handbook of Theory and Research* (pp. 57-83).
- Vommaro, G. (2023). *La ultraderecha en Argentina: Entre el oportunismo y la innovación de Milei*. Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/chile/20671.pdf>

- Waisbord, S. (2013). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*. Gedisa.
- Zallo, R. (2011). Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. En L. A. Albornoz (Comp.), *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía de la comunicación* (pp. 17-60). Paidós.
- Zara, N. (2024, 17 de agosto). OSINT e inteligencia artificial: una mirada regional sobre una combinación explosiva. *Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información*. <https://observatoriolegislativocele.com/osint-e-inteligencia-artificial-una-mirada-regional-sobre-una-combinacion-explosiva-por-nicolas-zara/>

Disponibilidad de datos

Los datos de este artículo no se encuentran disponibles.

Contribución de autoría

Fernando Krakowiak: conceptualización, adquisición de fondos, investigación, metodología, visualización, redacción-borrador original, redacción-revisión y edición.

Ana Bizberge: conceptualización, adquisición de fondos, investigación, metodología, visualización, redacción-borrador original, redacción-revisión y edición.

Nota

Artículo aprobado por Diego Luján y Verónica Pérez-Bentancur (editores)