

# **Nueva Ley de servicios de comunicación audiovisual**

**Damián Loreti<sup>1</sup>**

La nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (ley 26522) viene a reemplazar a la vieja ley de la dictadura 22285. ¿Por qué el servicio es de Comunicación Audiovisual y no de Radiodifusión? Porque la radiodifusión trabaja sobre la regulación del soporte y el criterio de que aquello era regulado tenía que ver con el uso del espectro radioeléctrico y no con el tipo de actividad que se realizaba. La ley plantea el modelo de la directiva europea -que salta de ser directiva europea de medición a ser directiva europea de servicio de comunicación audiovisual- con el objeto de fomentar un estándar una plataforma jurídica destinada a la promoción de la diversidad y el pluralismo -, y también por razones de multiplicación de tipos de soporte y de modos de expresión por vías electrónicas.

La ley cuenta con el texto normativo en sí mismo, es decir, el articulado, y dos tipos de notas. Unas se refieren al derecho comparado, y tienen que ver con la interpretación del texto, donde se exponen estándares de derecho humanos o declaraciones de los relatores de libertad de expresión o de la Cumbre Mundial de la sociedad de la Información. Estas notas explican de donde salió el texto, cuales son las fuentes, en cuáles se inspiran y en qué modo debe ser interpretado. Después del Código Civil, es la primera ley en la legislación argentina con notas en el texto del propio texto de la ley. En la segunda tanda de notas aparecen los nombres de personas o de organizaciones. Esto se debe a que cuando la presidenta de la Nación presentó el texto, en marzo del 2009, en el Teatro Argentino de La Plata, hizo una propuesta de proyecto de ley y no el proyecto en sí. Esta propuesta se llevó a la discusión en distintos foros, muchos de ellos en

---

<sup>1</sup> Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Mayo de 2010

universidades. Al final de la revisión del texto, además de los aportes que iban haciendo las representaciones de la sociedad civil, aparecen nombres de personas que tuvieron la palabra en los foros y propusieron algunas reformas y cambios. En total 170. Por otra vía se mandaban textos a la página web del Comité Federal de Radiodifusión sugiriendo cambios a lo articulado.

La legislación nueva, la 26522, se apoya en la declaración de los 21 puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, formada por cerca de 2000 entidades. Esta coalición aportó 21 temas claves que no podían faltar en una regulación de medios. A partir de ahí se configuró la estructura por instrucción de la presidenta de la nación. Cuando se discutió el texto en el Congreso, tanto los que estaban a favor como los que estaban en contra decían: “esto si se compadece con los 21 puntos o no se compadece con ellos”, con lo cual se transformó en una especie de paradigma impensado para todos los que participaron en la generación de los 21 puntos.

El modo de regular los principios y el ejercicio de la comunicación social o la libertad de expresión a través de los medios electrónicos, se toma del modelo europeo de servicio de Comunicación Audiovisual. Era imprescindible cambiar la ley, además de por razones políticas -Argentina tenía una de las peores leyes de Radiodifusión del continente- y tecnológicas. El Código Civil regula el derecho de propiedad y no cómo deben ser puestos los “ladrillos”, porque esto le corresponde a las reglas del arte y la edificación. Las leyes de Radiodifusión, en general, y la ley de Servicio Audiovisual, no entran en debates de tipo tecnológicos (por ejemplo si se utiliza una banda, dos bandas, un multiplex, etc.) porque sino cada vez que cambie la tecnología tendrían que cambiar la ley. En este sentido, la ley es tecnológicamente neutra, lo que tiende a plantear son regulaciones de criterios de mínimos de cuotas y de principios en función de garantías de libertad de expresión, pluralismo y de diversidad.

Señalaré ahora dos o tres advertencias sobre lo que la ley no tiene y está bien que no tenga:

- No tiene cuestiones de regulación de tecnologías.
- *No tiene previsiones* sobre la calidad de la información que se debe discutir (la declaración de principios de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos que decía que no podía haber exigencias previas de veracidad, oportunidad o adecuación de la información porque podían afectar las libertades de expresión).
- No hay división en el espectro radioeléctrico en 33, 33, y 33 por ciento, a pesar del mito que dice que le dan un tercio al espectro radioeléctrico al Estado, un tercio a los privados comerciales y un tercio los privados comunitarios sin fines de lucro. El único porcentaje que existe estipulado es el de reservar un tercio de las localizaciones radioeléctricas a las entidades sin fines de lucro para garantizar la existencia de 3 franjas no de 3 tercios. En el caso de las emisoras públicas o estatales, lo que se garantiza es que las que están hoy por razones de excepción (como la ley Videla decía que el Estado era subsidiario, y solamente iba allí donde no había interesados privados, las provincias y universidades que tienen medios lo tienen por excepción) sean el baremo con el que los que hoy no tienen nada puedan cotejarse. Por lo tanto, la ley establece un estándar de que estén todas, pero no da un tercio del espectro radioeléctrico al Estado. De lo contrario, dado que en FM hay 50 canales en Capital Federal, habría que tener 17 canales de emisoras públicas. Lo que hay es una previsión para que se den las mismas condiciones en las que están hoy las mismas emisoras públicas de las jurisdicciones o universidades que sí tienen la ley.
- No tiene restricciones a la tipología de las emisoras comunitarias para su funcionamiento. Con la sola excepción de Uruguay y de Irlanda, el resto de las legislaciones de emisores comunitarias plantean restricciones para pasar contenidos publicitarios. O, por ejemplo, las radios comunitarias en Brasil no pueden pasar fútbol en el mundial.

Apunto ahora lo que la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sí tiene, resaltando los cambios en comparación con la ley de la dictadura.

A. Tiene un conjunto de artículos preliminares donde se señala la **interpretación de la ley** y cuáles son los fines que tiene que cumplir con la normativa. La razón es aplicar mecanismos regulatorios destinados a fomentar el ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la información, achicar la brecha tecnológica y desarrollar instancias de pluralismo y de diversidad. Entre los fundamentos que toman las notas aparecen la Declaración de Libertad de Expresión del 2000 y la Cumbre Mundial de la Información y las declaraciones conjuntas de los relatores respecto a cual es el sentido de la regulación en radiodifusión.

Se toman el criterio de servicio audiovisual y no de radiodifusión porque se incorpora dentro del objeto de la previsión legal, no solo a los medios que funcionan por aire -los medios históricos de la radiodifusión-, sino que se contemplan otros servicios que no son abiertos en tanto constituyen lo que se llaman servicios de comunicación audiovisual con un soporte distinto que el de la radiodifusión aérea (cable o Internet). Esto es importante porque lo que se define como telecomunicaciones va a parar a las listas de la Organización Mundial del Comercio. Los servicios de comunicación audiovisual están protegidos y amparados por el convenio de diversidad cultural de UNESCO, por lo que los Estados no solamente tienen la posibilidad de defenderlos sino la obligación de hacerlo.

Una aclaración de corte político que así lo corrobora. En el mercado hay bienes y servicios, según las posiciones liberales de la economía clásica, la mano invisible del mercado alcanza para salvar las diferencias entre los que tienen y los que no tienen como acceder a esos bienes. Más allá de las críticas a la economía clásica, eso es absolutamente inconcebible en materia de libertad de expresión, porque no hay mano invisible que fortalezca el pluralismo y la diversidad, porque si imaginamos un eventual “libre mercado de ideas e informaciones”, hay gente que no llega a enterarse de la existencia de otras ofertas si es un mercado que tiende a la monopolización y no se ponen techos a los procesos de concentración.

La ley toma como principio de regulación lo que se llama servicio de comunicación audiovisual en línea del principio de servicios de comunicación audiovisual en línea o por catálogo de la Directiva europea del año 2007; esto implica que va a estar amparado por los principios de diversidad y pluralismos que se quieren afianzar en la ley, las ofertas de contenido organizados de modo de oferta permanente, secuenciados con el objeto de generar influencias sobre la opinión pública es aquello que se define como tal servicio, englobando, por supuesto, a los servicios clásicamente conocidos como “de radiodifusión”. Esto se distingue de los servicios por catálogo disponibles por Internet o por teléfono, es decir, por demanda. Ahí no hay una oferta permanente, no está organizado por horarios, sólo hay productos desarticulados entre sí a la hora de ser ofrecidos.

Otro cambio es que las señales que hoy no tenían ningún tipo de cobertura o responsabilidad van a tener un registro; si explotan publicidad, la tributarán acá por las ganancias de fuente argentina y sobre todo va a permitir que la responsabilidad por los contenidos sea del responsable editorial de los contenidos y no sobre los operadores de cable o los proveedores de servicio de Internet. Por ejemplo: si a las 18 h. de Argentina, que son las 22 h. en España, pasan una película prohibida para menores de 18 años en España y lo reproduce un canal de cable acá que tiene la señal directa; el responsable con la ley vieja es el cablero. En cambio, el responsable nuevo va a ser el titular de los derechos de exhibición, que se va a tener que inscribir en la Argentina. Si no lo hace, y el cablero lo pasa, éste último vuelve a ser el responsable. Por lo tanto, se le da la oportunidad que regularice aquel que va a explotar el servicio, de hacerse responsables de los impuestos y de los contenidos.

B. Cambia el modo de concebirse y el modo de conformarse de las **autoridades regulatorias**. Ahora va a tener 7 miembros en el escritorio, de los cuales dos los pone el poder ejecutivo (entre ellos a su presidente), va a tener tres designados por la comisión bicameral de comunicación audiovisual que corresponden a la primera, segunda y tercera minoría del congreso y los últimos

dos elegidos por el consejo federal de comunicación audiovisual, ocasionalmente podría haber mayoría del partido gobernante, pero no necesariamente.

El Consejo Federal está constituido por un representante de cada provincia, y después intervienen 14 personas más que conforman 38 y representan a los sindicatos de los trabajadores del sector de la comunicación audiovisual, a las empresas comerciales de la actividad; a las entidades sin fines de lucro prestadores de servicio de comunicación audiovisual; representantes por la autoridad pública, de los cuales uno es de la carrera de Comunicación y otro es de las radios universitarias; uno por las entidades de los pueblos originarios; uno por las asociaciones autorales, etc. Estos 38 eligen dos de los 7 directores. Uno de ellos tiene que venir de las carreras de Comunicación Social, Periodismo o Ciencias de la Información de universidad pública.

Este Consejo Federal no es para asesorar, sino diseña políticas, se planteó que fuera el Consejo Federal el que arme los pliegos para los concursos y ponga a los jurados igual que en la universidad que tiene jurados externos (que no forman parte de la burocracia). De los concursos para adjudicación de licencias se prevé lo mismo, se realiza un concurso para todo aquello que utiliza espectro radioeléctrico –lo que usa uno lo usa el otro-, se sabe que aunque se multiplique no es infinito. Esos pliegos y esos jurados los pone la autoridad federal, no forman parte de la autoridad burocrática.

En esa misma línea, el Consejo Federal tiene la facultad de proponer políticas activas, le pide rendición de cuentas al directorio y tiene cuando se lo nombre una articulación inmediata con otra figura creada que es la del defensor del público que no es una autoridad, sino que es alguien que va a defender de la comisión bicameral, es decir, es un funcionario parlamentario que es designado por el Congreso que va a tener como misión defender los derechos del usuario, consumidores y públicos de los medios frente a la autoridad, frente a los medios públicos y los privados, comerciales y no comerciales.

C. El mecanismo de **asignación de licencia** es con una sola excepción el del

concurso público, abierto y permanente. En la ley anterior -la ley de la dictadura, ratificada y empeorada por el menemismo en los '90- el mecanismo de concurso era sólo para las emisoras abiertas, esto implicaba que lo que no fuera servicios abiertos o complementarios, se asignaban a dedo y a demanda; razón por la cual, en muchos lugares nunca se abrieron medios que rompieran los monopolios locales, porque el Estado no los quería abrir, y esos otros lugares se abrían emisoras de FM y AM a dedo, aunque fueran de mediana potencia. En ese caso, la nueva ley da como modo de adjudicación de licencias el concurso público, abierto y permanente. Lo último quiere decir que si en un momento queda desierto el concurso, se vuelve a llamar; abierto significa que si alguien encuentra una frecuencia disponible y demuestra que técnicamente es susceptible y puede ser incorporada a los planes donde dicen donde son las frecuencias que hay, se incorpora al plan y se llama a concurso de modo de incentivar o de hacer crecer las instancias de pluralismo o de determinado lugar.

Hay un requisito adicional para que las licencias sean renovadas que es una audiencia pública, algo que ya estaba en legislaciones como la canadiense o la uruguaya. Estas audiencias van de la mano de un capítulo que tiene que ver con transparencia y comunicación pública con respecto a los prestadores de servicio de radiodifusión que utilizan espectro y de los prestadores de cable, porque deben tener disponible al público una carpeta de Internet o de otro tipo donde el canal o la radio dé conocimiento de cuál fue la propuesta por la cual se le adjudicó la licencia, que tipo de programación educativa y cultural propuso y que intercambio tuvo en materia de estas cuestiones con la autoridad de aplicación y quienes son los anunciantes de los dueños. De modo tal que si alguien gana la licencia tiene que seguir explotándola en base al compromiso que adoptó.

La ley pide un registro a los que no utilizan espectro. Las señales son definidas como contenidos empaquetado que se difunden por terceros con un responsable editorial; si ésta no utiliza espectro tiene que registrarse, porque sino lo hace la falta es de quien la retransmite. Por lo tanto va a haber dos tipos de prestadores privados: con licencia o con registro. Los medios públicos o estatales y los pueblos originarios van a tener autorizaciones, esto hace más progresista a la Ley de

Medios que a la ley del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas, porque en ella a las comunidades de pueblos originarios se las obliga a inscribirse cumpliendo una serie de formalidades y, una vez hecho el trámite, se les otorga la personería establecida en el artículo 33, primera parte del Código Civil, que dice cuáles son y qué derechos tienen las personas jurídicas (personas de existencia ideal sin fines de lucro), son personas de derechos privados. La Constitución, en el artículo 67, inciso 13 establece ciertos derechos de las comunidades de pueblos originarios: el derecho al idioma, actuar en la justicia, etc.; las considera como pueblos originarios, no como personas jurídicas privadas.

D. **El modelo de control de concentración.** En la Declaración de Principios de Libertad de Expresión, el principio 12, mencionaba que los estados deben tomar medidas antimonopólicas o antioligopólicas. La ley en este plano trabaja en 3 sentidos: uno es por vía del crecimiento de nuevas voces. De hecho, en los lugares de alta vulnerabilidad social, cuando haya espectro que se trate de emisoras de muy baja potencia, no hay concurso: directamente hay adjudicación a demanda, sin derecho a prorroga, de modo tal de fomentar la aparición de medios en los lugares donde no hay nada. En otros casos, lo que se fomenta, además de los concursos, es la promoción de contenidos propios y locales, mediante cuotas, tales como en el 95% de las regulaciones de radiodifusión del mundo. En este caso se incorpora la obligación de tener servicio informativo propio. Esto tiene que ver con la multiplicidad. Además se establece un mecanismo de control de concentración por un cuadro de doble entrada, que se apoya en la cantidad de licencias y en las características de las mismas, por un lado, y por la inserción en el mercado total, por el otro.

En radiodifusión –que es radio y televisión en la medida en que utiliza el espectro sin codificación- se prevén hasta 10 licencias. Cuando alguien tiene más de 2, de acuerdo al lugar donde estén colocadas, se le exige además que esa acumulación se dé de diferente modo. Por ejemplo, si hay más de 8 FM, se pueden tener 2; si hay menos de 8 FM se puede tener 1, y sólo acumular con un AM, pero hasta 3 en

la misma área de cobertura. Se puede tener un AM y dos FM, un AM y una FM y un canal de televisión abierta o un canal de cable. Lo que no se va a poder tener es un canal de cable en el mismo lugar donde se tiene un canal de televisión porque el grado de concentración que existe en el cable implica que, sacando la ciudad de Buenos Aires, en el resto del país, haya un monopolio verticalizado porque la mayoría de las ciudades tienen una sola oferta de televisión abierta, es decir, un único prestador. En los lugares donde hay 2, si está presente la concentración del cable, no hay modo de que pueda haber competencia sana cuando la retransmisión se apoya en el lugar del cable respecto del abierto, y el otro no tiene eje sobre el cual hacer sinergia de competencia. Lo que se tiende a hacer es desbloquear los procesos de integración vertical. En otros países (como Estados Unidos), la ruptura del proceso de concentración en el área de cobertura, se hace impidiendo que alguien tenga televisión y diario en el mismo área de cobertura. Si esto se planteara en Buenos Aires: Canal 13 tendría que dejar Clarín o viceversa. Cada país, de acuerdo a sus mercados, recorta o facilita los modos de limitar la concentración horizontal en una misma área de cobertura o a nivel nacional.

Esas 10 licencias van de acuerdo a una tipología de medios, planteada en el artículo 45, respecto a qué es lo que se puede concentrar en un mínimo área de cobertura o no. A nivel nacional, si están dispersas, se pueden tener 10, en términos de cantidad de licencias. Esto no implica que se pueda tener 10 de cualquier cosa, porque este techo de cantidad de licencias se mide contra un techo de concentración de mercados. Este es el modelo de concentración en EEUU y Europa. Esto implica que no es lo mismo tener 6 FM a lo largo de la ruta 5, desde Buenos Aires hasta Santa Rosa, que son 600 kilómetros (el dueño del diario de Santa Rosa las tiene), con tener 6 AM de alta potencia en Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Mendoza, Tucumán y Corrientes. Numéricamente es lo mismo; en términos de concentración de mercados no. Entonces la ley plantea que nadie pueda tener más de un 35% del mercado potencial del servicio. Es decir que si uno tiene una AM de alta potencia, en el AMBA, en Córdoba y Rosario ya está en

el 30% del mercado nacional. Cuando se discutía la ley, algunos periodistas se preguntaban qué pasaba si una emisora tiene más de un 30% de la audiencia, si se le obliga a los demás a apagar la radio. Una cosa es la audiencia, y otra cosa es el mercado. Y ese porcentaje se llama *share* de audiencia y no tiene nada que ver con el mercado potencial nacional.

En el caso del cable, se estipula que se pueden tener hasta 24 licencias. Cada licencia implica un servicio independiente, con un canal e informativo propio. Cada licencia implica las mismas condiciones que un canal abierto. Lo que no está definido por la ley es cuál es el área de jurisdicción de cada una de las licencias. La ley antigua no tiene límites para servicios que no son por concursos, con la condición que no se superponga a servicios complementarios. Si en una determinada localidad se tiene más de un cable, o un cable más un servicio codificado aéreo, ahí sí suma. Entonces, en el caso de la fusión de Cablevisión y Multicanal pegaron dos servicios en la misma área en muchísimas ciudades. Lo que es discutido es que el modelo de fusión de Cablevisión y Multicanal es tener 387 licencias de las cuales devuelven 200, se quedan con los abonados y el negocio: eso no es ajustado a derecho.

Entonces, en la ley nueva hay un control de concentración cruzado entre cantidad de licencias y penetración de mercados.

- E.** El otro modelo de desconcentración que existe se refiere a los **derechos de exhibición**. El fútbol era el ejemplo paradigmático, en el cual había un conjunto de derechos de exhibición monopolizados cuando se trata de señales de interés relevante, pero no era el único caso en el cual se establecen condiciones de comercialización de contenidos de interés relevante en modos monopólicos. Por ejemplo, nadie va a ver en abierto la Copa Davis, porque la ley anterior que obligó a pasar en abierto el fútbol pero no incluyó otros deportes que siguen estando monopolizados. Esto está tomado en la legislación europea, donde en España, en un momento dado, había más fútbol en televisión abierta que por televisión de

cable. Recordemos que en Argentina había que pagar para ver algunos partidos y para ver las tribunas y no el partido.

Esto en algunos países ya tenía regulación porque la directiva europea de televisión lo venía planteando y había legislaciones como la del derecho al acceso de la información deportiva en España (ley de julio de 1995) en la cual se establecían modos en los cuales había que ofrecer al público los derechos que venían monopolizados. Hay diversos modos: Argentina tomó uno de los más inocuos en este plano, que es que el Consejo Federal hace una lista de eventos relevantes que es obligatorio poner a disposición de oferentes. Esto no implica que en todos la tienen que pasar igual: puede haber uno que pase con 17 cámaras y otro con una colgada de un helicóptero. Lo que se tiene que garantizar es que, al menos en condiciones básicas, este tipo de contenidos se ofrezcan a interesados. En el Mundial del 2002, DirecTV tenía los derechos del Mundial, y después de que sale la ley específica de la selección, DirecTV tuvo que hacer una oferta pública a televisoras abiertas, para que las televisoras le ofrezcan dinero por los derechos de exhibición. Esto implicó que DirecTV hizo un servicio Premium pago, pero los partidos de la selección y del Mundial se pasaron también por televisión abierta. En España, el listado es: la final de la Liga de Europa, la Fórmula Uno cuando compiten españoles, eventos vinculados a corridas de toros, la final de la Copa del Rey, la final de la Liga de España, y una cantidad de partidos por jornada. De los 17 partidos, cada 8 o 9 iban por televisión abierta.

F. Hay un capítulo sobre el nuevo **diseño de los medios públicos**, sobre Radiotelevisión Argentina – Sociedad del Estado. Cuenta con una aplicación calcada de la autoridad federal de servicios de comunicación audiovisual: 7 directores, 2 por el ejecutivo, 3 por el parlamento, 2 por el Consejo Federal. El armado de RTA importa un modo de contratación distinto, tiene un modelo a cumplir de modos de programación y de cuotas mínimas de programación de intereses, y tiene una lista de obligaciones a cumplir, entre ellas, dar equidad informativa a los distintos sectores de la sociedad cuando se traten cuestiones de

relevancia e interés público. También cuenta con un Consejo Honorarios de Medios Públicos, ante el cual el directorio debe rendir cuentas y armar su programación en tanto reciba propuestas de este consejo honorario, que no tiene una conformación igual a la del Consejo Federal, porque las provincias no intervienen del mismo modo, pero sí destinado a ser un control de seguimiento y propuestas de contenido. Se espera que los modos de gestión de los medios públicos puedan plantear un modelo de alfabetización mediática con otros estilos, estéticas y éticas periodísticas que sirvan de modelo al resto de los medios en función de que el público sepa de que hay un modo de hacer informativos, distinto al que estamos acostumbrados.

**G.** Otra cuestión es la **promoción de contenidos mínimos, propios e independientes** destinados a fomentar contenidos en las televisoras, sobre todo del interior: el porcentaje de ficción en el interior del país es cero, con aproximación a 1% anual si se considera lo que empezó a hacer la televisora de los servicios de radio y televisión de la Universidad de Córdoba. Solamente 7 ciudades del interior del país tienen más de una cadena de televisión abierta, en muchos casos se retransmite lo que viene de Buenos Aires. La ley establece un plazo progresivo de ventanas de contenidos mínimos y de techo a la reproducción de redes. Hay una escala con estímulos impositivos para que se alcance. El trabajo de ficción en televisión en el interior es cero, insisto en ello porque da la pauta de desde dónde partimos.

Habría que agregar a este principio de desconcentración que la UNESCO, en marzo de 2008, por medio del PIDC, en sus Indicadores de Pluralismo en los medios de comunicación, señala que los estados deben tener reglas que obliguen a desinvertir en el sector cuando las condiciones de concentración ahogan el pluralismo y la libertad de expresión. Dice al respecto el Comité Intergubernamental del Programa Internacional de Desarrollo de las Comunicaciones:

Indicador 2.1

## EL ESTADO ASEGURA EL CUMPLIMIENTO CON LAS MEDIDAS PARA PROMOVER A LOS MEDIOS PLURALISTAS

- u regulaciones eficaces para impedir la indebida concentración de la propiedad y promover la pluralidad
- u legislación específica sobre la propiedad cruzada dentro de los medios y entre la radio / televisión y otros sectores mediáticos para impedir la dominación del mercado
- u las regulaciones reconocen la distinción entre los actores pequeños y grandes en el mercado mediático
- u disposiciones de transparencia y divulgación para las empresas mediáticas con relación a la propiedad, las inversiones y las fuentes de ingresos
- u el trámite de licencia para asignar las frecuencias específicas a difusores individuales promueve la diversidad de propiedad y del contenido de la programación de los medios
- u cumplimiento con las normas internacionales
- u las autoridades responsables de ejecutar las leyes anti-monopolios cuentan con las atribuciones suficientes, por ejemplo para negar las solicitudes de licencias y para exigir la desinversión en las operaciones mediáticas actuales cuando la pluralidad esté comprometida o se alcancen niveles inaceptables en la concentración de la propiedad.

**H.** En otro plano, la ley tiene un par de artículos vinculados a **derechos del público y derecho a participación en audiencia pública**. Una de esas alternativas, mencionada anteriormente, eran las renovaciones de licencia, y otra es la resolución en la que será utilizado el dividendo digital, el espacio que quede en el espectro radioeléctrico en base a la mejor utilización de las frecuencias por tecnología digitalizada. Una vez que se migren los servicios de la banda del 2 al 13 o a la banda del 14 para arriba, lo que se resuelva a hacer con eso tiene que estar sujeto a audiencia pública no vinculante, pero se debe discutir qué se debe hacer con ello.

I. Los **gravámenes** se mantienen básicamente los que están, en algunos casos se bajan, pero no se desfinancia la posibilidad de desarrollo de la actividad con soporte en el gravamen porque crece la cantidad de aportantes en la medida de quienes hoy ponen plata en una señal, y esa señal tributa en el extranjero - porque se emite en el extranjero-, van a estar obligadas a tributar en la Argentina. Este es un criterio tomado de la legislación canadiense. Los canadienses tenían un problema: en un pueblo determinado tenían inversores que ponía publicidad en medios que emitían desde EE.UU. y alumbraban Canadá. Esto implicaba que los canadienses estaban financiando producción americana y estos pagaban impuesto en Estados Unidos. Lo que fija la ley argentina al igual que la canadiense es: el que pone plata en una señal o medio extranjero que ilumina a Argentina, esto no lo puede deducir de ganancia. En cualquier actividad económica, los gastos de publicidad se deducen de ganancia. Lo que dicen los canadienses en su ley de impuesto a las ganancias, y está tomado en la ley de medios nueva en la Argentina, es: la plata que se invierte acá, no la deducen de ganancias en la Argentina. Por otra parte, si los norteamericanos iluminan con sus señales satelitales o de TV territorio canadiense y explotan publicidad canadiense, se tienen que registrar en la autoridad pública canadiense de radiodifusión, y tienen que pagar impuestos por el porcentaje de publicidad que explotan; tienen que hacer una declaración jurada de qué anunciantes tienen, cuánto reciben, y pagan en función de eso. Con igual o menos gravamen en algunos servicios respecto a lo que existía en la ley de los militares, ahora debería crecer la cantidad de dinero existente para financiar el medio público, para sostener la autoridad de aplicación del defensor del público más dos cosas nuevas: el Instituto Nacional de la Música, que todavía no está creado, y programas de capacitación y preparación tecnológica para medios públicos y medios comunitarios destinados al salto tecnológico, financiar la digitalización.

J. Pueden ser **prestadores de servicio de comunicación audiovisual** las personas jurídicas, físicas o de existencia ideal, como dice el código civil, de derecho privado con o sin fines de lucro. Las personas jurídicas de derecho

público, el Estado –en sus distintas jurisdicciones, provincias, municipios, más pueblos originarios- o municipales y la iglesia católica. Lo último implica una violación a la convención de los Derechos Humanos porque va en contra de dicha convención en términos de igualdad ante la ley de la Constitución Argentina y el Código Civil, porque la constitución le da una posición preferencial a la iglesia, sostiene el culto apostólico romano, hace concordatos con el vaticano y, además, el Código Civil le da a la Iglesia la condición de persona de derecho público, no estatal, le da un lugar de preferencia. En cambio, la ley de medios no le da a la iglesia el mismo lugar. En otros países la iglesia católica no tiene esas condiciones preferenciales, el problema no es la ley de medios, sino lo que había antes y la ley de medios no puede arreglar toda la legislación argentina. Con respecto a los privados hay excepciones, la inicial es que tiene que tener como objetos social exclusivo, prestar servicio de comunicación y no pueden ser prestadoras de servicio público en condiciones monopólicas (esto deja afuera Telefónica y Telecom), un privado con fines de lucro; pero si pueden entrar las entidades que presten servicios monopólicos, pero que no tengan fines de lucro, como las cooperativas.

La reforma de 2005 a la ley anterior permitió entrar a las cooperativas si no había otro prestador. La ley originaria (1980) decía que no pueden prestar servicios de radiodifusión por no ser sociedades comerciales, algo que declara inconstitucional la corte en 2003. En 2005, en base a dicha resolución, el Congreso modifica el artículo 45 viejo de la ley de radiodifusión diciendo que entraban todos, salvo los prestadores monopólicos de servicio público que van a poder entrar en tanto no haya otro prestador, o si lo hubiera, deben quedar sujetos a los controles monopólicos de subsidios cruzados o de prácticas predatorias (hacer accesible la lista de clientes para poder competir, facilitar los cableados a terceros, no usar subsidios, etc.). Después, en el Senado se saca la parte que dice: “*y si hubiera otro...*”, lo que obliga a las cooperativas a no tener prácticas predatorias por una competencia que no tienen, porque solamente pueden entrar cuando no hay

nadie. Esto lo declaro inconstitucional por violación del artículo 81 de la Constitución en la Justicia Federal de Jujuy, y se corrigió.

K. La ley es neutra desde el punto tecnológico y neutra desde el modo que se llama a concurso. Esto significa que ahora que viene la televisión digital, la ley plantea que puede haber llamados de televisión digital en estándar o en alta definición o en híbrido. Cuando vienen a competir en un concurso para utilizar determinada frecuencia esa propuesta es flexible. Por ejemplo: en Europa hay sistemas cruzados, que significa que aunque haya una torre única desde donde se emita en un ancho de banda donde pueden entrar 5 señales, no son del mismo dueño, sino que dicen que hay uno que tiene que ser responsable del acarreo de las señales, pero puede decir que adentro va haber otras y eso amplifica la calidad de “prestadores”. En esto la ley es neutra.

### Reflexiones finales

Hay una declaración del representante para la comisión europea para la defensa en la competencia en materia de comunicaciones e información, Herbert Unguerer, donde plantea: “La digitalización nos pone ante una disyuntiva, podemos pasar ante un proceso de concentración sin precedentes que profundice la brecha que hoy existe entre los que tienen y los que no tienen, o podemos entrar en un modelo de aumento de pluralismo o diversidad que permite achicar la brecha de modo irreversible, tanto como hubiera sido la agudización de la concentración en sentido contrario”.