

Ley 26.522 SERVICIOS DE COMUNICACION AUDIOVISUAL

Sancionada el 10 de Octubre de 2009

El camino hacia la Ley de Medios

La LSCA tiene un largo recorrido de lucha de 26 años con 59 proyectos de ley presentados en el Congreso que dan cuenta de la necesidad compartida por organizaciones sociales y partidos políticos de diversos signo de legislar el espacio de las comunicaciones audiovisuales, intentos que una y otra vez chocaron contra las presiones ejercidas por parte de los sectores a los que favorece la ausencia de legislación.

El 18 de marzo de 2009, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner presentó en el Teatro Argentino de La Plata un ante-proyecto de ley elaborado en torno a los "21 puntos para una ley de radiodifusión democrática", el manifiesto que la Coalición por una Radiodifusión Democrática -un espacio que logró nuclear a más de 300 organizaciones sociales- elaboró en 2004. Tras la presentación, el texto se puso a consideración de toda la sociedad.

Entre marzo y julio de ese año se realizaron 24 foros participativos en diversas partes del país, en los que todo aquel que quisiera expresarse sobre el tema - empresarios, particulares, representantes de organizaciones, etc.- contaba con siete minutos para hacerlo. En paralelo, el Comfer (lo que hoy es la AFSCA) abrió una dirección de correo electrónico para recibir aportes de forma escrita y se organizaron en todo el país charlas y debates sobre el tema que la mayoría de los grandes medios prefirió ignorar en sus pantallas.

En total, se estima que participaron cerca de 10.000 personas y se recibieron más de 1300 propuestas para incorporar o modificar aspectos del ante-proyecto, que significaron la modificación de unos 120 artículos del texto original, por lo que el proyecto que llegó al Congreso fue uno de los más discutidos de la historia del país.

Finalmente, luego de meses de debate en el Congreso, en octubre de 2009 se aprobó la LSCA por amplia mayoría en ambas cámaras con el voto de casi todos los sectores políticos.

El texto de la Ley

La siguiente es una síntesis de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, conocida como Ley de Medios, sancionada por el Congreso de la Nación en 2009. La misma regula la actividad de los medios de radio y TV, sin embargo está vinculada a la prensa gráfica ya que la gran mayoría de esos medios pertenecen a grupos de multimedios compuestos por diarios y revistas, los cuales en muchos casos son fundacionales.

La selección de artículos tiene por objetivo presentar la concepción de la comunicación audiovisual, el ente regulador que aplica la legislación, las competencias del poder ejecutivo y legislativo, la propiedad y los contenidos de los medios, las funciones de los organismos creados y el rol de las universidades, específicamente las carreras de comunicación social.

Cabe destacar que la Ley no está aplicada en su totalidad ya que existe un medida cautelar solicitada por el Grupo Clarín sobre el Art. 161 de adecuación que obliga a la venta de las licencias que exceden el límite establecido.

Selección de los principales artículos

ARTÍCULO 1º Alcance. El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. [...]

ART. 2º Carácter y alcances de la definición. La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones. La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles. [...]

El objeto primordial de la actividad brindada por los servicios regulados en la presente es la promoción de la diversidad y la universalidad en el acceso y la participación, implicando ello igualdad de oportunidades de todos los habitantes de la Nación para acceder a los beneficios de su prestación. En particular, importa la satisfacción de las necesidades de información y comunicación social de las comunidades en que los medios estén instalados y alcanzan en su área de cobertura o prestación.

ART. 7º Espectro radioeléctrico. La administración del espectro radioeléctrico, atento su carácter de bien público se efectuará en las condiciones fijadas por la presente ley y las normas y recomendaciones internacionales de la Unión Internacional de Telecomunicaciones u otros organismos pertinentes. Corresponde al Poder Ejecutivo nacional, a través de la autoridad de aplicación de la presente ley, la administración, asignación, control y cuanto concierna a la gestión de los segmentos del espectro radioeléctrico destinados al servicio de radiodifusión. Los servicios de radiodifusión están sujetos a la jurisdicción federal.

Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual

ART. 10 Autoridad de aplicación. Créase como organismo descentralizado y autárquico en el ámbito del Poder Ejecutivo nacional, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, como autoridad de aplicación de la presente ley.

ART. 12 Misiones y funciones. La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual tendrá las siguientes misiones y funciones:

- 1) Aplicar, interpretar y hacer cumplir la presente ley y normas reglamentarias.
- 2) Elaborar y aprobar los reglamentos que regulen el funcionamiento del directorio. [...]
- 6) Aprobar los proyectos técnicos de las estaciones de radiodifusión, otorgar la correspondiente habilitación y aprobar el inicio de las transmisiones regulares, en conjunto con la autoridad regulatoria y la autoridad de aplicación en materia de telecomunicaciones.
- 7) Elaborar y aprobar los pliegos de bases y condiciones para la adjudicación de servicios de comunicación audiovisual.
- 8) Sustanciar los procedimientos para los concursos, adjudicación directa y autorización, según corresponda, para la explotación de servicios de comunicación audiovisual.
- 11) Adjudicar y prorrogar, en los casos que corresponda, y declarar la caducidad de las licencias, permisos y autorizaciones, sujeto a control judicial pleno y oportuno, incluso cautelar.
- 12) Fiscalizar y verificar el cumplimiento de las obligaciones previstas en la presente y los compromisos asumidos por los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual y radiodifusión en los aspectos técnicos, legales, administrativos y de contenidos.
- 13) Promover y estimular la competencia y la inversión en el sector. Prevenir y desalentar las prácticas monopólicas, las conductas anticompetitivas, predatorias y/o de abuso de posición dominante en el marco de las funciones asignadas a este organismo u otros con competencia en la materia.
- 14) Aplicar las sanciones correspondientes por incumplimiento de la presente ley, sus reglamentaciones y sus actos administrativos, bajo control judicial pleno y oportuno, incluso cautelar.

ART. 14 Directorio. La conducción y administración de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual será ejercida por un directorio integrado por siete (7) miembros nombrados por el Poder Ejecutivo nacional.

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

ART. 15 Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. Créase, en el ámbito de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, el cual tendrá las siguientes misiones y funciones:

a) Colaborar y asesorar en el diseño de la política pública de radiodifusión;
b) Proponer pautas para la elaboración de los pliegos de bases y condiciones para los llamados a concurso o adjudicación directa de licencias;

[...]

e) Brindar a la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, un informe anual sobre el estado de cumplimiento de la ley y del desarrollo de la radiodifusión en la República Argentina;

[...]

h) Asesorar a la autoridad de aplicación a su solicitud;

i) Proponer la adopción de medidas a la autoridad de aplicación;

j) Proponer a los jurados de los concursos;

[...]

m) Seleccionar, con base en un modelo objetivo de evaluación, los proyectos que se presenten al Fondo de Fomento Concursable;

n) Proponer para su nombramiento por parte del Poder Ejecutivo nacional, dos (2) directores de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de ciencias de la información, ciencias de la comunicación o periodismo de universidades nacionales;

ñ) Proponer para su nombramiento por parte del Poder Ejecutivo nacional, dos (2) directores de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, debiendo uno de ellos ser un académico representante de las facultades o carreras de ciencias de la información, ciencias de la comunicación o periodismo de universidades nacionales; [...]

ART. 16 Integración del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. Los integrantes del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual serán designados por el Poder Ejecutivo nacional, a propuesta de los sectores y jurisdicciones en el número que a continuación se detallan:

a) Un (1) representante de cada una de las provincias y del gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dicha representación se corresponderá con la máxima autoridad política provincial en la materia;

b) Tres (3) representantes por las entidades que agrupen a los prestadores privados de carácter comercial;

c) Tres (3) representantes por las entidades que agrupen a los prestadores sin fines de lucro;

d) Un (1) representante de las emisoras de las universidades nacionales;

e) Un (1) representante de las universidades nacionales que tengan facultades o carreras de comunicación;

f) Un (1) representante de los medios públicos de todos los ámbitos y jurisdicciones;

g) Tres (3) representantes de las entidades sindicales de los trabajadores de los medios de comunicación;

h) Un (1) representante de las sociedades gestoras de derechos;

i) Un (1) representante por los Pueblos Originarios reconocidos ante el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI).

Los representantes designados durarán dos (2) años en su función, se desempeñarán en forma honoraria y podrán ser sustituidos o removidos por el Poder Ejecutivo nacional a solicitud expresa de la misma entidad que los propuso. [...]

ART. 21 Prestadores. Los servicios previstos por esta ley serán operados por tres (3) tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro. Son titulares de este derecho:

a) Personas de derecho público estatal y no estatal;

b) Personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, con o sin fines de lucro.

ART. 29 Capital social. [...] Cuando el prestador del servicio fuera una sociedad comercial deberá tener un capital social de origen nacional, permitiéndose la participación de capital extranjero hasta un máximo del treinta por ciento (30%) del capital accionario y que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje del treinta por ciento (30%) siempre que este porcentaje no signifique poseer directa o indirectamente el control de la voluntad societaria.

ART. 32 Adjudicación de licencias para servicios que utilizan espectro radioeléctrico.

Las licencias correspondientes a los servicios de comunicación audiovisual no satelitales que utilicen espectro radioeléctrico, contemplados en esta ley, serán adjudicadas, mediante el régimen de concurso público abierto y permanente.

Las licencias para servicios de comunicación audiovisual abierta cuya área primaria de servicio supere los cincuenta (50) kilómetros y que se encuentren localizadas en poblaciones de más de quinientos mil (500.000) habitantes, serán adjudicadas, previo concurso, por el Poder Ejecutivo nacional. Las correspondientes a los restantes servicios de comunicación audiovisual abierta y servicios de comunicación audiovisual por suscripción que utilicen vínculos radioeléctricos no satelitales y que se encuentren planificadas, serán adjudicadas por la autoridad de aplicación.

ART. 37 Asignación a personas de existencia ideal de derecho público estatal, Universidades Nacionales, Pueblos Originarios e Iglesia Católica. El otorgamiento de autorizaciones para personas de existencia ideal de derecho público estatal, para universidades nacionales, institutos universitarios nacionales, Pueblos Originarios y para la Iglesia Católica se realiza a demanda y de manera directa [...].

ART. 39 Duración de la licencia. Las licencias se otorgarán por un período de diez (10) años a contar desde la fecha de la resolución de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual que autoriza el inicio de las emisiones regulares.

ART. 40 Prórroga. Las licencias serán susceptibles de prórroga por única vez, por un plazo de diez (10) años, previa celebración de audiencia pública realizada en la localidad donde se preste el servicio, de acuerdo a los principios generales del derecho público en dicha materia.

ART. 41 Transferencia de las licencias. Las autorizaciones y licencias de servicios de comunicación audiovisual son intransferibles.

ART. 44 Indelegabilidad. La explotación de los servicios de comunicación audiovisual adjudicados por una licencia o autorización, será realizada por su titular. Será considerada delegación de explotación y configura falta grave:

- a) Ceder a cualquier título o venta de espacios para terceros de la programación de la emisora en forma total o parcial;
- b) Celebrar contratos de exclusividad con empresas comercializadoras de publicidad;
- c) Celebrar contratos de exclusividad con organizaciones productoras de contenidos;
- d) Otorgar mandatos o poderes a terceros o realizar negocios jurídicos que posibiliten sustituir total o parcialmente a los titulares en la explotación de las emisoras;
- e) Delegar en un tercero la distribución de los servicios de comunicación audiovisual.

ART. 45 Multiplicidad de licencias. A fin de garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local se establecen limitaciones a la concentración de licencias. En tal sentido, una persona de existencia visible o ideal podrá ser titular o tener participación en sociedades titulares de licencias de servicios de radiodifusión, sujeto a los siguientes límites:

1. En el orden nacional:

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

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

2. En el orden local:

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

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

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

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

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

ART. 63 Vinculación de emisoras. Se permite la constitución de redes de radio y televisión exclusivamente entre prestadores de un mismo tipo y clase de servicio con límite temporal, según las siguientes pautas:

- a) La emisora adherida a una o más redes no podrá cubrir con esas programaciones más del treinta por ciento (30%) de sus emisiones diarias;
- b) Deberá mantener el cien por ciento (100%) de los derechos de contratación sobre la publicidad emitida en ella;
- c) Deberá mantener la emisión de un servicio de noticias local y propio en horario central.

Por excepción, podrán admitirse redes de mayor porcentaje de tiempo de programación, cuando se proponga y verifique la asignación de cabeceras múltiples para la realización de los contenidos a difundir.

Los prestadores de diverso tipo y clase de servicios, siempre que no se encuentren localizados en una misma área de prestación, podrán recíprocamente acordar las condiciones de retransmisión de programas determinados, siempre que esta retransmisión de programas no supere el diez por ciento (10%) de las emisiones mensuales.

Para la transmisión de acontecimientos de interés relevante, se permite sin limitaciones la constitución de redes de radio y televisión abiertas.

ART. 65 Contenidos. Los titulares de licencias o autorizaciones para prestar servicios de comunicación audiovisual deberán cumplir con las siguientes pautas respecto al contenido de su programación diaria:

1. Los servicios de radiodifusión sonora:

a. Privados y no estatales:

- i. Deberán emitir un mínimo de setenta por ciento (70%) de producción nacional.
- ii. Como mínimo el treinta por ciento (30%) de la música emitida deberá ser de origen nacional, sea de autores o intérpretes nacionales, cualquiera sea el tipo de música de que se trate por cada media jornada de transmisión. Esta cuota de música nacional deberá ser repartida proporcionalmente a lo largo de la programación, debiendo además asegurar la emisión de un cincuenta por ciento (50 %) de música producida en forma independiente donde el autor y/o intérprete ejerza los derechos de comercialización de sus propios fonogramas mediante la transcripción de los mismos por cualquier sistema de soporte teniendo la libertad absoluta para explotar y comercializar su obra. La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual podrá eximir de esta obligación a estaciones de radiodifusión sonora dedicadas a colectividades extranjeras o a emisoras temáticas.
- iii. Deberán emitir un mínimo del cincuenta por ciento (50%) de producción propia que incluya noticieros o informativos locales.

b. Las emisoras de titularidad de Estados provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, municipios y universidades nacionales:

i. Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción local y propia, que incluya noticieros o informativos locales.

ii. Deberán emitir un mínimo del veinte por ciento (20%) del total de la programación para difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público.

2. Los servicios de radiodifusión televisiva abierta:

a. Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción nacional;

b. Deberán emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción propia que incluya informativos locales;

c. Deberán emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción local independiente cuando se trate de estaciones localizadas en ciudades con más de un millón quinientos mil (1.500.000) habitantes. Cuando se encuentren localizados en poblaciones de más de seiscientos mil (600.000) habitantes, deberán emitir un mínimo del quince por ciento (15%) de producción local independiente y un mínimo del diez por ciento (10%) en otras localizaciones.

3. Los servicios de televisión por suscripción de recepción fija:

a. Deberán incluir sin codificar las emisiones y señales de Radio Televisión Argentina Sociedad del Estado, todas las emisoras y señales públicas del Estado nacional y en todas aquellas en las que el Estado nacional tenga participación;

b. Deberán ordenar su grilla de programación de forma tal que todas las señales correspondientes al mismo género se encuentren ubicadas en forma correlativa y ordenar su presentación en la grilla conforme la reglamentación que a tal efecto se dicte, dando prioridad a las señales locales, regionales y nacionales;

c. Los servicios de televisión por suscripción no satelital, deberán incluir como mínimo una (1) señal de producción local propia que satisfaga las mismas condiciones que esta ley establece para las emisiones de televisión abierta, por cada licencia o área jurisdiccional que autorice el tendido.

En el caso de servicios localizados en ciudades con menos de seis mil (6.000) habitantes el servicio podrá ser ofrecido por una señal regional;

d. Los servicios de televisión por suscripción no satelital deberán incluir, sin codificar, las emisiones de los servicios de televisión abierta de origen cuya área de cobertura coincida con su área de prestación de servicio;

e. Los servicios de televisión por suscripción no satelital deberán incluir, sin codificar, las señales generadas por los Estados provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipios y universidades nacionales que se encuentren localizadas en su área de prestación de servicio;

f. Los servicios de televisión por suscripción satelital deberán incluir, sin codificar, las señales abiertas generadas por los Estados provinciales, por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipios, y por las universidades nacionales;

g. Los servicios de televisión por suscripción satelital deberán incluir como mínimo una (1) señal de producción nacional propia que satisfaga las mismas condiciones que esta ley establece para las emisiones de televisión abierta;

h. Los servicios de televisión por suscripción deberán incluir en su grilla de canales un mínimo de señales originadas en países del MERCOSUR y en países latinoamericanos con los que la República Argentina haya suscripto o suscriba a futuro convenios a tal efecto, y que deberán estar inscriptas en el registro de señales previsto en esta ley. [...]

ART. 124 Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos. Créase el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, que ejercerá el control social del cumplimiento de los objetivos de la presente ley por parte de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado y funcionará como ámbito consultivo extra escalafonario de la entidad.

Sin perjuicio de las facultades de incorporación de miembros conforme el artículo 126, estará integrado, por miembros de reconocida trayectoria en los ámbitos de la cultura, educación o la comunicación del país.

Los designará el Poder Ejecutivo nacional de acuerdo al siguiente procedimiento:

a) Dos (2) a propuesta de las Facultades y carreras de Comunicación Social o Audiovisual o Periodismo de universidades nacionales;

- b) Tres (3) a propuesta de los sindicatos con personería gremial del sector con mayor cantidad de afiliados desempeñándose en Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado al momento de la designación;
- c) Dos (2) por organizaciones no gubernamentales de derechos humanos o representativas de públicos o audiencias;
- d) Seis (6) a propuesta de los gobiernos jurisdiccionales de las regiones geográficas del NOA; NEA; Cuyo; Centro; Patagonia; Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- e) Uno (1) a propuesta del Consejo Federal de Educación;
- f) Dos (2) a propuesta del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia que representen a entidades u organizaciones de productores de contenidos de televisión educativa, infantil o documental;
- g) Uno (1) a propuesta de los Pueblos Originarios.

ART. 130 Competencia del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos.

Compete al Consejo:

- a) Convocar a audiencias públicas para evaluar la programación, los contenidos y el funcionamiento de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado;
- b) Aportar propuestas destinadas a mejorar el funcionamiento de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado;
- c) Habilitar canales de comunicación directa con los ciudadanos cualquiera sea su localización geográfica y nivel socioeconómico;
- d) Fiscalizar el cumplimiento de los objetivos de creación de la presente ley y denunciar su incumplimiento por ante la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual; [...]

Medios de comunicación audiovisual universitarios y educativos

ART. 145 Autorizaciones. Las universidades nacionales y los institutos universitarios podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. La autoridad de aplicación otorgará en forma directa la correspondiente autorización.

ART. 146 Financiamiento. Los servicios contemplados en este título se financiarán con recursos provenientes de:

- a) Asignaciones presupuestarias atribuidas en las leyes de presupuesto nacional y en el presupuesto universitario propio;
- b) Venta de publicidad;
- c) Los recursos provenientes del Consejo Interuniversitario Nacional o del Ministerio de Educación;
- d) Donaciones y legados y cualquier otra fuente de financiamiento que resulte de actos celebrados conforme los objetivos de la estación universitaria de radiodifusión y su capacidad jurídica;
- e) La venta de contenidos de producción propia;
- f) Auspicios o patrocinios.

ART. 147 Redes de emisoras universitarias. Las emisoras pertenecientes a universidades nacionales podrán constituir redes permanentes de programación entre sí o con emisoras de gestión estatal al efecto de cumplir adecuadamente con sus objetivos.

ART. 148 Programación. Las emisoras universitarias deberán dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural.

Las radios universitarias deberán incluir en su programación un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción propia.

ART. 161 Adecuación. Los titulares de licencias de los servicios y registros regulados por esta ley, que a la fecha de su sanción no reúnan o no cumplan los requisitos previstos por la misma, o las personas jurídicas que al momento de entrada en vigencia de esta ley fueran titulares de una cantidad mayor de licencias, o con una composición societaria diferente a la permitida, deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un (1) año desde que la autoridad de aplicación establezca los mecanismos de transición.

Vencido dicho plazo serán aplicables las medidas que al incumplimiento -en cada caso- correspondiesen. Al solo efecto de la adecuación prevista en este artículo, se permitirá la transferencia de licencias.

Será aplicable lo dispuesto por el último párrafo del artículo 41.

¿Qué pasó con el cambio de gobierno a partir de diciembre de 2015?

Con la asunción de las nuevas autoridades en el Poder Ejecutivo el 10 de diciembre de 2015 se produjeron modificaciones sustanciales en la LSCA a partir de decretos presidenciales de necesidad y urgencia (DNU). De esta manera, una ley fundamental para la democracia argentina que se aprobó en 2009 por amplia mayoría en ambas cámaras luego de intensos debates en todo el país y el parlamento, se modificó en artículos centrales con decretos en forma unilateral a pocos días de un nuevo gobierno.

Martín Becerra, Doctor en Ciencias de la Información (U. Autónoma de Barcelona), profesor titular por concurso en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y en la UBA. Investigador independiente en el CONICET, presentó y analizó las principales modificaciones a la LSCA con estos decretos y el impacto que genera. A continuación reproducimos la primera parte de su documento.

RESTAURACIÓN

Por Martín Becerra (Universidad Nacional de Quilmes, UBA, Conicet. Twitter, @aracalacana)

Jueves 14 de enero de 2016

Los hechos:

El 4 de enero de 2016, a menos de un mes de haber asumido como presidente, Mauricio Macri difundió el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 (<https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNormativa/1107572/null>), con el que creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom) y modificó artículos centrales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 de 2009. El DNU profundiza las modificaciones que ya en las semanas previas el gobierno había realizado sobre las leyes audiovisual y de telecomunicaciones (27078 de 2014), sobre todo referidas a la subordinación de las autoridades regulatorias creadas por esas leyes (AFSCA y AFTIC) al flamante Ministerio de Comunicaciones (creado por DNU 13/15) (para un detalle de esas modificaciones previas ver "Cambios normativos, nuevo rumbo político" <http://ar.bastiondigital.com/notas/cambiosnormativos-nuevo-rumbo-politico>).

El DNU 267/15 apunta en dos direcciones:

1. Toma el control de los órganos de regulación y aplicación de la política de medios y telecomunicaciones y los subordina más al Poder Ejecutivo Nacional.

1.1. Crea el ENaCom que disuelve y unifica la AFSCA y la AFTIC (además de disolver los Consejos Federales de Comunicación Audiovisual y de Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización). El ENaCom funciona en el ámbito del Ministerio de Comunicaciones y cuenta con un Directorio integrado por cuatro directores nombrados por el PEN y tres propuestos por el Congreso (por la Comisión Bicameral de seguimiento de estos temas) a propuesta de los bloques parlamentarios (uno para la mayoría o primera minoría, otro para la segunda minoría y el tercero para la tercera minoría parlamentaria). Todos los directores podrán ser removidos por el Poder Ejecutivo Nacional en forma directa y sin expresión de causa.

1.2. Crea, en el ámbito del Ministerio de Comunicaciones, una Comisión para la Elaboración del Proyecto de Ley de Reforma, Actualización y Unificación de las Leyes Nros. 26.522 y 27.078. La Comisión tendrá a su cargo el estudio de las reformas a ambas leyes.

2. Modifica la regulación sobre concentración de la propiedad en tv abierta, tv cable y radios, extiende el plazo de explotación de todas las licencias audiovisuales en vigor y habilita el cruce para que grupos audiovisuales puedan brindar servicios de telecomunicaciones y (más tarde) para que los grupos de telefonía puedan ofrecer televisión por cable.

2.1. Eleva de diez (10) a quince (15) la cantidad de licencias de radio y televisión abierta a nivel nacional y de tres a cuatro las licencias en el orden local.

2.2. La tv por cable ("servicios de radiodifusión por suscripción") deja de estar regulada por la ley audiovisual y es considerada un servicio TIC. Con ello, el DNU elimina el límite para licencias y porcentaje de dominio de mercado de los cableoperadores.

2.3. Elimina las reglas que, según la ley audiovisual, impedían la concentración cruzada entre licenciarios de tv abierta y tv cable.

2.4. Elimina el límite del 35% de la cobertura de audiencia potencial para emisores de tv abierta y radio.

2.5. Las señales de tv cable (nacionales o extranjeras) continúan requiriendo de su inscripción en un registro, pero el DNU elimina el límite a la cantidad de señales propias que debía complementar un cableoperador y que fueron dispuestas por la ley audiovisual.

2.6. Las licencias pueden transferirse, con lo que se elimina la prohibición de transferencia de licencias audiovisuales que había establecido la ley audiovisual (según la cual las licencias eran intransferibles).

2.7. Los grupos de medios podrán prestar servicios de telecomunicaciones, mientras que los operadores de telefonía básica y móvil sólo podrán ofrecer tv cable transcurridos dos años, pudiendo el ENaCom extender dicho plazo por otro año (es decir, hasta el próximo recambio presidencial).

2.8. Todos los licenciarios son beneficiados con la introducción de una "prórroga automática" de cinco años a toda licencia audiovisual y se relajan las condiciones para que, después, los licenciarios tramiten una nueva prórroga por otros diez años.

2.9. Autoriza la apertura del capital accionario al mercado de valores en un 45% del capital social.

2.10. Relaja las condiciones para permitir la constitución de redes de radio y televisión con límite temporal que considera en plazos mensuales.

2.11. Elimina de la Ley TIC y de Telecomunicaciones "Argentina Digital" la obligación de prestación de facilidades esenciales por parte de los dueños de las redes con posición dominante para que sus competidores puedan hacer uso de las mismas en condiciones no discriminatorias.

2.12. Elimina la facultad de regulación tarifaria de algunos operadores de telecomunicaciones (los que tienen posición dominante, por ejemplo) por parte de la autoridad regulatoria.

Varios de los cambios decretados por Macri hasta ahora comenzaron a tropezar con una nueva etapa de judicialización de la regulación audiovisual y de telecomunicaciones. Esta nueva etapa, sustancialmente diferente a la anterior (ver "Recalculando: seis años de la ley audiovisual" <https://martinbecerra.wordpress.com/2015/10/09/recalculando-seis-anos-de-laley-audiovisual/>), promete extenderse también durante años.

Puede consultar el análisis completo en el Documento:

<https://martinbecerra.files.wordpress.com/2016/01/restauracion3b3n-blog-becerra-ene20165.pdf>

Estas modificaciones tienen graves consecuencias para el proceso que se había iniciado en 2009: finalizan los procesos de adecuación iniciados en el AFSCA; centralizan en el P.E. la toma de decisiones; afectan la libertad de expresión, el derecho a la información; favorecen la concentración mediática con un discurso hegemónico, y entre otros, afectan a las Universidades Públicas y sus medios, sobre todo en cuanto a su representatividad y posibilidad de desarrollo. Con respecto a esto último, decenas de referentes firmaron el documento *ANTE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DELINEADA POR LOS DNUS 13/15 Y 267/15 DE M. MACRI* (ver en anexo)

¿Qué sucedió durante 2016 e inicios de 2017?

En el transcurso de 2016 y lo que va de este año, prosiguieron las modificaciones a la LSCA por Resoluciones y Decretos, sin avances certeros en la discusión de una nueva ley como se prometió. Becerra destaca, por un lado, que en el último día hábil de 2016, Mauricio Macri firmó el decreto 1340/16 sobre "comunicaciones convergentes", que habilita el aclamado cuádruple play. Así, las empresas podrán brindar telefonía fija y móvil, TV paga y conexión a Internet. "Es una medida que compromete la estructura del sector comunicacional de aquí a tres o cuatro mandatos presidenciales". Por el otro lado, Becerra critica la Resolución 1299 del ente gubernamental de las comunicaciones (ENaCom) que aprueba el proyecto de reatribución

de frecuencias para usar en servicios de telefonía móvil 4G, con compensación económica y uso compartido, a Nextel (Grupo Clarín). Esta medida complementa la autorización hecha el 17 de febrero último por parte del gobierno de Mauricio Macri para que Nextel cambie el destino de frecuencias radioeléctricas para desplegar sus servicios de telefonía móvil 4G.

Fuentes:

<https://martinbecerra.wordpress.com/2017/01/16/comunicaciones-comprometidas-x-15-anos-via-decreto/>

<https://martinbecerra.wordpress.com/2017/03/07/clarin-a-la-telefonía-movil-4g-equilibrios-de-la-incompetencia/>

Balance del primer año de Macri: una brújula para las comunicaciones

Martín Becerra (Conicet, Universidad Nacional de Quilmes, UBA). Doctor en Ciencias de la Información (Universidad Autónoma de Barcelona). En Twitter [@aracalacana](#).

Una brújula para las comunicaciones

Mauricio Macri desplegó en su primer año una contundente actividad en comunicaciones. Con la consigna de la convergencia como mantra, restauró el dogma del mercado como rector de las comunicaciones. Su plan es contradictorio. Afirma que quiere competencia pero niega que exista concentración. Pero si no hay concentración, ¿qué necesidad hay de inyectar competencia?

Sin mayoría en el Congreso tras acceder a la presidencia vía balotaje y con una agenda socioeconómica candente, el gobierno de Mauricio Macri desplegó en su primer año una contundente actividad en comunicaciones, tanto en políticas de medios y telecomunicaciones (tema de esta nota) como en su prolífica y transgresora comunicación política (que no se aborda aquí). Quienes supusieron que tras la guerra entre el kirchnerismo y el Grupo Clarín el ritmo pasaría del rock al minué erraron el diagnóstico: la posguerra, dentro del macrogénero rockero, cruzó del punk al techno.

Con la consigna de la convergencia como mantra, Macri decretó nuevas reglas de juego que allanan mayores niveles de concentración y cruces entre las distintas actividades infocomunicacionales; drenó el hasta hace poco profuso manantial de publicidad oficial para medios y productoras oficialistas; y restauró el dogma del mercado como rector de las comunicaciones con el consiguiente desalojo de la noción de que se trata de un campo donde se juegan derechos en el que los desposeídos requieren de la acción estatal para compensar las desigualdades en el acceso a los recursos culturales e informativos.

Ni los medios estatales se salvan del dogma: si bien exhiben una programación algo menos intemperante que la que impuso el kirchnerismo entre 2009 y 2015, se les quitó poder y recursos para disputar el interés público.

Al mismo tiempo, Macri desarmó en sus primeros días el andamiaje institucional creado por las leyes audiovisual y de telecomunicaciones (AFSCA y AFTIC, respectivamente), reemplazándolas por un ente gubernamental, el ENaCom, en el que la mayoría de sus integrantes son designados por el presidente quien, en una provocación que llamó la atención de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, puede además remover a todos (incluso a la minoría designada por el Congreso) "sin expresión de causa".

Medida por la cantidad de cambios regulatorios efectuados y por su correlato en la estructuración del sector, la productividad alcanzada en estos 12 meses contrasta con otras áreas de gobierno. La actividad de la presidencia de Macri en comunicaciones parece especialmente dedicada a la lectura carcomida por el cinismo de quienes asociaban la importancia asignada a la política de medios a la intensidad propia del ciclo kirchnerista en la materia. Una de las bromas de nanoclima tuitero a la que son afectos los sobrepolitizados y los periodistas alude al "rol de los medios" y al consecuente "debate que nos debemos como sociedad". La obsesión kirchnerista por la comunicación, empero, no fue discontinuada por el macrismo. La diferencia es que en el abril de Macri la bandera de la comunicación no es

metadiscursiva como con Cristina Fernández de Kirchner (los medios –en particular, Clarín– como monotema), sino que flamea con sigilosa omnipresencia.

El ideal macrista de que la política sea atendida por sus propios dueños, que proyecta en comunicaciones la gestión de otras áreas de gobierno, es boicoteado por la disputa entre los dos principales grupos, Telefónica y Clarín, que se mantuvo con sordina hasta 2014 y que desde entonces vive una escalada que amenaza con una rejudicialización de las comunicaciones por motivos diferentes a los de los litigios previos en el sector.

Brújula de intereses e ideología

La brújula de Macri y su personal dirigente está diseñada para detectar como puntos cardinales a los actores concentrados de la industria de la comunicación: Clarín, Telefónica, Telecom, Claro (Slim), Fintech (David Martínez) que une a varios de los anteriores. Todos estos conglomerados tradicionales operan –con diferentes niveles de penetración– en el sector de las telecomunicaciones y conexión a Internet. Clarín es el único anfibio o convergente, porque es dominante en el sector de los medios y de la producción de contenidos a la vez que tiene creciente desarrollo en telecomunicaciones. Los demás, hasta la fecha, tienen vedada su metamorfosis anfibia.

Por razones complementarias, hay otros dos puntos que imantan la brújula oficial: en primer lugar, Google y Facebook, dispositivos cardinales en la estrategia de campaña perpetua en redes sociales que proporciona tantas satisfacciones al PRO, aunque hasta ahora sin mayor incidencia en la regulación; en segundo lugar, una serie de grupos extranjeros que combinan la producción de contenidos y la operación de infraestructuras de red (AT&T, dueña de DirecTV; Viacom; ESPN, de Disney; Turner y HBO, de Time Warner; Fox, de News Corp) y que, hasta noviembre último cuando Viacom le compró la red Telefó a Telefónica, carecían de protagonismo en el troquelado de la agenda de políticas de comunicación en el país aunque desde hace al menos dos décadas inciden en la regulación específica de su segmento, con todos los gobiernos.

Como en otros campos de su gestión, el gobierno pretende delegar la orientación de las políticas de comunicación en estos actores industriales, los más concentrados y consolidados. El ánimo que guía su política es el de la restauración de condiciones regulatorias que existieron antes de la ruptura del kirchnerismo con el Grupo Clarín, es decir, en 2008.

Pero la brújula de la política oficial falla en varios aspectos, como lo demuestra la sucesión de decretos y resoluciones que contradicen los propios decretos con los que hace un año Macri irrumpió y desguazó el núcleo de la regulación previa, organizado en torno de las leyes de servicios de comunicación audiovisual de 2009 y de telecomunicaciones y TIC de 2014 (para un examen de estas leyes y las políticas que implementó el kirchnerismo en la materia, ver “Recalculando”). Una lectura superficial puede adjudicar esa sucesión de fallas al manifiesto desconocimiento que las máximas autoridades en el área tienen sobre la materia, pero el problema es mayor: en verdad, al delegar la orientación de la política pública en los intereses industriales más poderosos, el gobierno terceriza en los propios actores el conflicto de fondo expresado en la puja entre los grupos Clarín y Telefónica.

El supuesto de que la cesión de las principales variables regulatorias a los grupos hoy dominantes del sector de medios y telecomunicaciones alcanza para resolver la complejidad y las amenazas del sector expresa un voluntarismo que el gobierno también evidencia en otros campos.

En principio, ni los grupos hoy dominantes conviven ni pueden convivir en armonía, debido a sus intereses contradictorios (y, en algunos casos, mutuamente excluyentes) en varios eslabones de la cadena de producción, transporte, comercialización y exhibición final de flujos de comunicación; ni su actual dominio puede dilatarse por actos voluntarios ni de regulación legal, toda vez que su posición sufre el apremio de otros conglomerados de operación global que desafían los principios conceptuales, políticos y económicos de la regulación dispuesta hasta ahora por Macri.

En 2008 Telefónica y Clarín podían cohabitar un paisaje en el que la convergencia era incipiente, al igual que la metamorfosis móvil y digital de los negocios comunicacionales. Hoy la imbricación tecnológica de sus actividades y el tamaño de la economía argentina fuerza a los dos gigantes a proyectar su expansión a expensas del otro. La disputa por capturar márgenes crecientes de la renta del sector no es amiga de la filantrópica consigna con la que el gobierno pretendió apaciguar el conflicto, pidiéndoles que arreglen entre ellos.

Por afuera de la brújula de actores identificados por el gobierno hay un movimiento de creciente descontento por parte de empresas y grupos medianos, pequeños, cooperativos, comunitarios, gremiales y universitarios. Sus intereses son también variopintos y, en varios niveles, contradictorios entre sí, al igual que fue muy diferente el posicionamiento que tuvieron en relación al kirchnerismo y a sus políticas de medios, pero el actual abandono de las obligaciones estatales para con ellos opera como puente de entendimiento.

La pretensión de descansar en la quimera de un pacto de los grupos dominantes en comunicaciones revela además el nivel de dogmatismo que exhibe, en muchos casos sin continencia verbal, buena parte del personal dirigente designado por el gobierno para administrar el sector. Si los intereses a representar con la política pública se reducen a un puñado de conglomerados, la concepción de libertad de expresión se estrecha a la garantía de derechos a éstos y no al conjunto de la sociedad, que ve de este modo amputado el principio constitucional en el que no sólo debería poder recibir información y comunicación, sino que también debería poder emitir e investigar por cualquier medio, es decir, a través de cualquier soporte.

No por dogmático el gobierno es menos coherente en esta materia. Sus predicadores intelectuales vienen sosteniendo, con énfasis decimonónico, que la libertad de expresión es sinónimo de libertad de empresa. Si durante el kirchnerismo disciplinó la política, hoy disciplina el mercado. El dogma de la relajación o eliminación de límites a la propiedad en medios y telecomunicaciones disimula la potencia de la regulación del mercado. Si no regula el Estado, la propiedad es regulada por los actores más potentes. La presunción de que los mercados están menos regulados cuando excepcionalmente un gobierno decide exonerarlos de limitaciones a la concentración es falsa, ya que el ejercicio de la regulación se desplaza a los propios interesados, sin mediaciones.

A diferencia del enfoque moral o consignista, hay pues que considerar a la concentración de medios como una regulación de facto. Su estudio revela intereses en pugna, conflictos legales, económicos y políticos y enfrentamiento entre actores (no siempre privados, cabe añadir) que desbordan con creces a los que exhiben niveles de preponderancia en la industria.

El escenario de retracción económica –que no comenzó hace un año aunque las políticas de Macri lo agravaron- junto con la decisión de quitar financiamiento estatal directo a través de la merma en las partidas de publicidad oficial, complementa el panorama y perturba a medios medianos y pequeños. Todos fueron beneficiados con el salvataje estatal que cancela sus deudas previsionales e impositivas a través del canje de espacios para anuncios oficiales y, además, todas las de la rama audiovisual recibieron la gracia de la prórroga automática en sus licencias. Pero, aún así, para la mayoría de los empresarios de medios los números son rojos. Con la virtual eliminación de los topes a la concentración decretada por Macri, los actores más grandes ya no tienen obstáculos para adquirir medianos y pequeños. La obligación de controlar abusos de posición dominante no figura en los planes del gobierno, que alude a este proceso como “convergencia”.

La consigna de la convergencia

El gobierno apela a un futuro escenario convergente en el que “todos puedan hacer todo”, es decir que todos los operadores de comunicaciones podrían participar de todos los mercados. Pero ¿cómo se logra este objetivo? Los recursos necesarios para que se cumpla esa consigna son escasos y, además, la carrera no es pareja. Algunos parten en pole position mientras que otros temen que la asimetría en la prometida convergencia se agrave.

Es curioso que la convergencia en su versión macrista haya amoldado sus dos principales prendas a la anatomía de los dos operadores más importantes del sector de la televisión de pago y relegue tanto a los actores medianos y pequeños del audiovisual que compiten con Cablevisión y DirectTV, como también a los conglomerados de las telecomunicaciones y a las compañías de Internet. A la luz de los decretos de Macri y de las acciones emprendidas por el Ministerio de Comunicaciones y por el Ente gubernamental ENaCom, la costura de la convergencia es tan selectiva que solamente quienes dominan el 70% del lucrativo mercado de la tv paga pueden aprovecharla integralmente.

La convergencia, aludida como el proceso tecnológico de imbricación de redes de transporte y dispositivos de consumo de contenidos informacionales, puede potenciar más la concentración si las políticas públicas no buscan corregir asimetrías y subsanar -o al menos compensar- desigualdades.

La política de la convergencia no se resuelve con la franquicia para que operadores de sectores antes divergentes -como lo eran el audiovisual y las telecomunicaciones- crucen fronteras tecnológicas; eso ya lo resolvió la tecnología. El asunto es cómo armonizar el interés público, los usos y necesidades sociales, los derechos ciudadanos, las lógicas económicas y las potencialidades tecnológicas en un país con las fracturas sociales, económicas y geográficas como la Argentina.

Además, como advierte Guillermo Mastrini "si durante años las telecomunicaciones y el sector audiovisual mantuvieron legislaciones estáticas y claramente diferenciadas, la revolución tecnológica aleja a los encargados de los marcos normativos de la zona de confort. Ahora bien, en el reino de la incertidumbre algunas certezas suelen esconder intereses. La necesidad de una regulación convergente es por ahora un discurso que pese a ser frecuente y reiterativo no se traduce en una realidad".

La anulación de límites a la concentración cruzada, percibida por los actores de la industria como una "apertura" no puede beneficiar a todos y deriva en "ganadores y perdedores", como señaló el dueño y director de Perfil, Jorge Fontevicchia. No sólo porque la dinámica general de los mercados infocomunicacionales conduce al oligopolio y a la conformación de cárteles, con la excepción de algunos de los sistemas en donde la intervención estatal es marcada. Esta tendencia repercute incluso en una lucha entre los propios actores privados de cada sector económico, de acuerdo con su envergadura. En el caso paradigmático de las telecomunicaciones, las diferencias suscitadas por la tarifa de interconexión que los prestadores de la red básica cobran a los operadores de servicios sin red, a modo de peaje, forman el nudo de una batalla que no tiene fronteras. Lo mismo ocurre con la apropiación de derechos de transmisión de contenidos de interés general en señales que poseen los dueños de las redes de tv cable y que son usados como estrategia anticompetitiva para eliminar competencia. Por supuesto, la mayor escala de los grupos más grandes los coloca, en ausencia de regulación legal que atempere abusos de posición dominante, en mejores condiciones para sacar ventajas sobre el resto del mercado.

En el único aspecto en el que el gobierno mostró acciones compensatorias de las desigualdades del mercado fue en la conectividad a Internet a través de la gestión de la empresa ArSat en la red de fibra óptica que apunta a integrar una parte del territorio donde, si fuera por la ley del mercado, quedaría marginada del acceso a Internet.

En el resto de sus políticas de comunicación, la subordinación del sector a la predominancia de unos pocos produce un círculo que se retroalimenta, incrementando su fortaleza para captar los mejores recursos; por lo tanto, uno de los efectos de la concentración es que reduce la significación del resto de actores de ese sector de actividad. La competencia, pues, queda como un eslogan que flama en el mástil propagandístico de la gestión Macri.

La ley es el decreto

La velocidad de la detonación de la esencia del sistema de regulaciones, modelo de financiamiento y vínculos entre gobierno y medios que decretó Macri al iniciar su presidencia abren un debate pendiente tanto respecto del respaldo concitado por Macri en los principales

agentes del troquelado de la agenda pública junto con el gobierno, como –sobre todo- acerca de los límites de la legitimidad pública construida durante la gestión anterior en torno de las políticas de medios y comunicaciones. Un decreto, se sabe, puede ser reformado por otro decreto. Este es uno de los nubarrones que asoman en el horizonte, pues la alternancia en la presidencia bien podría liquidar el andamiaje decretado por Macri con la misma contundencia. Pero que leyes que tuvieron el respaldo de los tres poderes estatales sean igualmente borradas de un soplo amerita una reflexión mayor.

Asimismo, el gobierno avanzó en el Congreso con una ley de acceso a la información pública que representa un avance mientras que el Senado dio media sanción a un proyecto multipartidario para regular la publicidad oficial, que si fuera aprobado en Diputados permitiría comenzar a iluminar uno de los agujeros negros de la democracia informativa en el país.

Mientras tanto, la promesa de una futura ley portadora de modernidad y convergencia tecnológica funciona como distractora de la fuerte intervención en el sector. Quienes defendían la institucionalidad, el consenso y la elaboración participativa de políticas públicas para criticar al kirchnerismo quedaron expuestos con Macri en su mudez que sólo interrumpen para adjudicarle los males presentes a la gestión anterior. Mientras invita a debatir el futuro y explota los abusos pasados, el gobierno altera las reglas de juego presentes.

Después de modificar vía DNUs las leyes audiovisual de 2009 y de telecomunicaciones de 2014 y de asegurar en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos que esos cambios –con efectos estructurales- serían transitorios, el gobierno comenzó una ronda de escucha a organizaciones empresariales, sociales y a especialistas en el marco de un proyecto de ley de comunicaciones convergentes que anunció para mediados de 2016, después para finales de año y, ahora, para el primer semestre de 2017. Pero después de la seguidilla de decretos y resoluciones determinados sin consulta ni participación de actores excepto los grupos industriales dominantes, la pregunta es qué quedará para ser regulado por el Congreso en una futura ley.

Los decretos presidenciales robustecen a los actores más fuertes y expandidos, en particular al Grupo Clarín tal y como se encarga, cada vez con mayor estridencia, de expresar su contendiente Telefónica. Una de las consecuencias de ello es el debilitamiento de los más vulnerables, sean éstos pequeñas y medianas empresas, cooperativas o comunitarios. Estos últimos fueron desatendidos de forma sistemática hasta los últimos meses de 2016 en que, a fuerza de reclamos por diferentes vías (entre ellas, la calle), lograron que el ente gubernamental ENaCom comience a cumplir, a cuentagotas, las normas vigentes que establecen mecanismos de financiamiento concursables para el sector.

En tanto, la acefalía de la Defensoría del Público Audiovisual es también reveladora de que la brújula oficial no está diseñada para captar las necesidades y derechos de la mayoría, es decir, de los que no tienen motivación comercial en el ejercicio del derecho a la expresión. Sin embargo, en este caso la responsabilidad de que este organismo, creado por la ley audiovisual, se halle sin conducción que pueda ejercer la plena titularidad, no recae sólo -ni siquiera principalmente- en el Poder Ejecutivo, sino en el Congreso pues la designación del/a titular depende de la Comisión Bicameral con integración multipartidaria.

Sería injusto, además, creer que en lo estructural la concentración de medios y telecomunicaciones fue inaugurada por Macri, ya que la tendencia al predominio de pocos grupos es un proceso histórico e incremental. El gobierno acompaña la tendencia con una actividad que, lejos de apaciguarse tras la guerra protagonizada por el kirchnerismo y Clarín, es frenética y paradójica.

Los desafíos de un sector crecientemente globalizado, convergente, concentrado, financierizado, conglomerizado y reticular y las obligaciones estatales de proveer al conjunto social (no sólo a los propietarios de medios) del derecho a la libertad de expresión fueron, hasta ahora, desatendidos por las medidas adoptadas a golpe de decreto por Macri. En todo el mundo resulta problemático armonizar la libertad de expresión, es decir que todo ciudadano ejerza el derecho de recibir, investigar y opinar por cualquier medio de expresión, con el

comportamiento convergente de un sector cuya mutación digital trastoca todas las tradiciones regulatorias. Pero no hay indicios de que las modificaciones dispuestas por Macri a espaldas del Congreso reconozcan siquiera el problema.

El plan del gobierno es contradictorio en múltiples niveles y la mayor paradoja es que, resignando una concepción integral de la comunicación en pos de su sumisión a la ley del mercado donde se orienta con una brújula defectuosa y sesgada, ni siquiera los actores industriales más concentrados quedan conformes. Los funcionarios de Macri afirman que quieren competencia pero niegan, contra la evidencia documentada por los estudios disponibles en el país, que exista concentración de las comunicaciones. Si no hay concentración, ¿qué necesidad hay de inyectar competencia? Como niega lo evidente, que es la concentración de las comunicaciones en pocos actores que obturan la competencia en su sector, el plan del gobierno podría producir en el corto plazo el ingreso (o el relevo, como ocurrió en Telefónic donde entra Viacom pero sale Telefónica) de algún grupo. Sin embargo, en el mediano plazo la concentración se intensificará con mayores niveles de dominio de menos jugadores. Es decir, lejos de estimular la competencia, los guiños constantes del gobierno hacia los más concentrados tendrán efectos de mayor cartelización de la oferta y debilitamiento de la ya magra capacidad estatal para establecer condiciones de cobertura, calidad y diversidad en el sector de las comunicaciones.

Fuente: <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/12/21/balance-del-primer-ano-de-macri-una-brujula-para-las-comunicaciones/>

Anexo

Para buscar más información sobre la Ley de Medios

- Ente Nacional de Comunicación (www.enacom.gov.ar), ex Afsca (texto completo Ley 26.522)
- Defensoría del Público www.defensadelpublico.gov.ar
- Coalición por una radiodifusión para la democracia www.coalicion.org.ar
- Foro Argentino de Radios Comunitarias www.farco.org.ar

- Blog de Dr. Martín Becerra: <https://martinbecerra.wordpress.com/>

- Destrucción de la Ley de Medios, por Fernando Torrillate (Ex director nacional de Comunicación de AFSCA). "Un breve análisis de los aspectos salientes del DNU 267 de Macri, mediante el cual arrasa con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y le regala todo el mercado al Grupo Clarín" : https://issuu.com/torrillate/docs/presentacion_dnu

-Libro *La Cocina de la Ley (El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina)*. Escrito y compilado por Néstor Busso y Diego Jaimes. Ediciones FARCO.

- *Ley 26.522 Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. Edición explicada de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, a dos años de su sanción. Editada por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual y Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

- *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y Decreto Reglamentario N° 1225/10*. CABA. Eudeba. 2014.

Videos

- En el medio II: Ley de Servicios Audiovisuales. Canal Encuentro

http://descargas.encuentro.gov.ar/emision.php?emision_id=874

-Film documental *La Cocina, en el medio hay una ley* de David Coco Blaustein y Osvaldo Daicich. Disponible para descargar gratis en Internet. www.lacocinadelaley.com.ar

- "Hecha la Ley..." Documental realizado por alumnos del 5º año de la Licenciatura en Comunicación Social, Orientación Audiovisual de la Facultad Ciencias de la Comunicación - UNC. Recorrido histórico sobre la Ley de Radiodifusión argentina hasta llegar a la presentación en el Congreso del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En YouTube: PARTE 1 (INTRO - 1983): <http://www.youtube.com/watch?v=SSjmn-46x2Q>

PARTE 2 (1989-2001), PARTE 3 (2003-HOY), PARTE 4 (LA TELE), PARTE 5 (CIERRE).