

LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL: ESENCIAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA

Eduardo Seminara¹

Fabián Bicciré²

Universidad Nacional de Rosario

RESUMEN

La concentración fenomenal del sistema comunicativo en la Argentina, limita y condiciona profundamente: el Derecho a la Información, a una concepción de la comunicación más plural y participativa, a la libertad de expresión, al pluralismo informativo, a la multiplicidad de las fuentes de información, y a las distintas manifestaciones de las diversidades culturales y sociales del sistema a nivel regional y nacional.

Una Democracia con más calidad y densidad institucional, debe tener entre sus pilares esenciales: el concepto de comunicación como un bien público y social; la vigencia del derecho a la comunicación como fundamental para constituir ciudadanía en el siglo XXI; y un sistema mediático público, social y privado, que se caracterice por su diversidad, pluralidad y calidad.

Palabras clave: Comunicación Audiovisual, ley, Democracia.

ABSTRACT

LAW OF AUDIOVISUAL COMMUNICATIONS SERVICES: ESSENTIAL TO DEMOCRACY
STRENGTHENING

¹ Vice-Rector de la Universidad Nacional de Rosario

²Decano Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR

Presidente de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la República Argentina

HOLOGRAMATICA – facultad de Ciencias Sociales – UNLZ – Año VI, Número 11, V2 (2009), pp. 53-71

www.hologramatica.com.ar o www.unlz.edu.ar/sociales/hologramatica

ISSN 1668-5024

The concentration of the communicative system in Argentina, deeply limits and condition the Right to Information, a more plural and participative communication, the liberty of expression, informative pluralism, multiple sources of data, different manifestations of cultural and social diversity through the regional and national system.

A Democracy with more institutional quality and density, must have between its basis the concept of communication as a public and social good, the force of the right to communication as fundamental to grow citizen in the 21st Century, and a public media system, social and private, that is characterized by its diversity, plurality and quality.

Keywords: Audiovisual Communication, Law. Democracy

EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

La comunicación como derecho humano incluye el derecho a recibir y transmitir información, quebrando en cierto modo, la linealidad del proceso comunicativo impuesto por el poder de los grandes medios. Para que este derecho sea respetado, es menester, según el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que el público pueda utilizar los elementos de: infraestructura, tecnología, normativos, jurídicos e institucionales necesarios para tal fin.

“La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter esencial 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 disponible”.ⁱ

En la actualidad existe un importante consenso -entre académicos, políticos y periodistas- que la industria cultural y mediática conforman la cultura predominante, y la que más organiza la vida simbólica en nuestras sociedades.

La comunicación política mediática es importante en la construcción de la cultura democrática en la actualidad, no habrá democracia plena sin una comunicación democrática.

CONCENTRACIÓN GRUPOS MEDIÁTICOS Y ROL DEL ESTADO

Las democracias actuales que se perfeccionan y profundizan, son el resultado de una combinación compleja y, a veces tensa, pero sumamente positivas de múltiples formas de

producción, administración y gestión. En estas formas conviven el Estado, lo público no-estatal (organizaciones del denominado tercer sector) y el mercado.

En nuestro país el sistema mediático expresa la antítesis de éstas conjunciones enriquecedoras. Cada día se produce una mayor expansión, concentración y centralización de grandes corporaciones en el campo de la comunicación.

La Propuesta de Ley “Servicios de Comunicación audiovisual” establece contundentes disposiciones para revertir dichas manifestaciones concentradoras. “Previo a la adjudicación de licencias o a la autorización para la cesión de acciones o cuotas partes, se deberá verificar la existencia de vínculos societarios que exhiban procesos de integración vertical u horizontal de actividades ligadas, o no, a la comunicación social”.

El régimen de multiplicidad de licencias previsto en esta ley no podrá alegarse como derecho adquirido frente a las normas generales que, en materia de desregulación, desmonopolización o defensa de la competencia, se establezcan ahora o en el futuro.

Se considera incompatible la titularidad de licencias de distintas clases de servicios entre sí cuando no den cumplimiento a los límites establecidos en los artículos 38, 39 y concordantes de la presente ley”.ii

La concentración fenomenal del sistema comunicativo en la Argentina, limita y condiciona profundamente: el Derecho a la Información, a una concepción de la comunicación más plural y participativa, a la libertad de expresión, al pluralismo informativo, a la multiplicidad de las fuentes de información, y a las distintas manifestaciones de las diversidades culturales y sociales del sistema a nivel regional y nacional.

La Relatoría reitera que la existencia de prácticas monopólicas y oligopólicas en la propiedad de los medios de comunicación social afecta seriamente la libertad de expresión y el derecho de información de los ciudadanos de los Estados miembros, y no son compatibles con el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en una sociedad democrática”.iii

Es decir, todo este proceso cultural y político-ideológico, limita nítidamente el funcionamiento pleno de la democracia.

La democracia tiene una enorme asignatura pendiente en la materia, aún sigue vigente la Ley de Radiodifusión 22.285 de la última dictadura militar. Los distintos gobiernos desde la apertura democrática en 1983, plantearon cambios y reformas parciales, que mayoritariamente beneficiaron a los grandes grupos concentrados del universo comunicacional argentino.

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. UN COMPLEJO UNIVERSO

La propuesta del Poder Ejecutivo establece claramente la importancia de la llamada “Sociedad de la Información” en los tiempos históricos actuales.

“Reconocemos que la educación, el conocimiento, la información y la comunicación son esenciales para el progreso, la iniciativa y el bienestar de los seres humanos. Por otra parte, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen inmensas repercusiones en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas. El rápido progreso de estas tecnologías brinda oportunidades sin precedentes para alcanzar niveles más elevados de desarrollo. Gracias a la capacidad de las TIC para reducir las consecuencias de muchos obstáculos tradicionales, especialmente el tiempo y la distancia, por primera vez en la historia se puede utilizar el vasto potencial de estas tecnologías en beneficio de millones de personas en todo el mundo”^{iv}

La comunicación y la información constituyen factores cruciales en la “sociedad del conocimiento”.^v

La PSCA recupera e integra en forma estratégica en toda su arquitectura legal a **los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación** (Iniciativa ciudadana. Coalición por una Radiodifusión Democrática), propuesta que postula entre algunos de sus aspectos

centrales, los siguientes enunciados: la comunicación es un derecho humano fundamental; la problemática de la comunicación es un tema del conjunto de la ciudadanía; una nueva legislación en la materia debe garantizar el pluralismo informativo y cultural; sin exclusión de ningún sector; y reclama por la necesidad de medios públicos fuertes no-gubernamentales y al servicio de todos los ciudadanos.

Es un proyecto que fundamenta cada uno de sus artículos con Notas al pie de página, que constituyen sólidas reflexiones sobre la temática, citando jurisprudencia internacional de distintos países del mundo.

Es destacable la recuperación de aspectos legislativos que tienden a desconcentrar y desmonopolizar el sistema. De esta manera, hay numerosas apelaciones a legislaciones de Estados Unidos, Francia, Canadá, Brasil, España, Australia, India e Inglaterra y otros países de la Unión Europea. También es constante la mención a los distintos Tratados Internacionales en materia de Derechos Humanos.

La planeación de políticas de Estado puede ser un horizonte estratégico en la materia, que requerirá un fuerte compromiso político y social de los gobiernos y la sociedad civil. Será sustancial crear las suficientes capacidades institucionales y organizacionales para hacer sostenibles las políticas a lo largo del tiempo.

SISTEMAS Y FORMAS DE PROPIEDAD. ACERCA DE LAS LICENCIAS

Es fundamental que la nueva legislación tenga en cuenta que las frecuencias radioeléctricas nos pertenecen a todos, son patrimonio de la comunidad, teniendo el Estado un rol crucial en la administración de las mismas. De este modo, el Estado podrá administrarla con un criterio amplio, participativo y plural. Se debe garantizar la diversidad de actores en el sistema, ampliar las voces, promoviendo la gestión pública y social de emisoras de radio y televisión.

“La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, deberá observar al momento de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, las siguientes pautas y realizar las siguientes reservas de frecuencias:

El Treinta y tres por ciento (33) de las localizaciones planificadas, para personas de existencia ideal sin fines de lucro”.vi

El Proyecto contempla plenamente estos conceptos, por lo que propone la existencia básicamente de 3 (tres) tipos de prestadores: Gestión Estatal, Gestión Privada con fines de Lucro y Gestión Privada sin fines de lucro.vii

El tema de la cantidad de licencias que puede tener una persona física y/ o jurídica o grupos de individuos, es un aspecto muy controvertible y de enorme debate en los ámbitos políticos y legislativos de la comunicación y los medios, tanto a nivel nacional como internacional. El PSCA postula un criterio atinado dado el tipo de actividad y apelando a numerosas experiencias de países avanzados en la materia.

“Sólo se podrán tener 10 licencias de servicios abiertos. Las licencias de T.V. paga estarán limitadas en número y en cuotas de mercado. Se exigirá a los medios que mantengan una carpeta de acceso público donde figure toda la información relevante del licenciatario, como la ordenada por la FCC de los Estados Unidos. Se regularán las señales de T.V.. Se prevé que las responsabilidades sean asumidas por los titulares de los contenidos y no de quienes sólo prestan facilidades de acceso. Desde el punto de vista de los avances tecnológicos se justifica dada la aparición de nuevos actores en la cadena de valor.

Para ser titular de una licencia se ponderarán criterios de idoneidad y de arraigo en la actividad. Se excluirá de la posibilidad de ser titular a quienes hayan sido funcionarios jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de Derecho y la vida democrática. Se promoverá un régimen de transparencia de titularidad de propiedad de las licencias. Se adoptarán medidas para la desconcentración de la explotación monopólica de derechos de exhibición tal como existen

en Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea. Se restringirá la propiedad conjunta de licencias de TV y empresas productoras de señales de contenido”.viii

PRESTADORES Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA CULTURAL NACIONAL

Un artículo crucial en el desarrollo de la Industria Cultural Nacional, es el artículo N° 56, algunos de sus principales aspectos se detallan a continuación:

“Los titulares de licencias o autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión deberán cumplir con las siguientes pautas respecto al contenido de su programación diaria:

1) Los servicios de radiodifusión sonora:

Privados:

- Deberán emitir un mínimo de setenta por ciento (70%) de producción nacional.
- Como mínimo el treinta por ciento (30%) de la música emitida deberá ser de origen nacional, sea de autores o interpretes nacionales, cualquiera sea el tipo de música de que se trate por cada media jornada de transmisión.
- Deberán emitir un mínimo del cincuenta por ciento (50%) de producción propia que incluya noticieros o informativos locales.

2) Los servicios de radiodifusión televisiva abierta:

- Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción nacional.
- Deberá emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción propia que incluya informativos locales
- Deberá emitir un mínimo del diez por ciento (10%) de producción local independiente

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

-Deberán incluir sin codificar las emisiones y señales de Radio Televisión Argentina Sociedad del Estado y todas las emisoras y señales públicas del Estado Nacional.

-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.

-Los servicios de televisión por suscripción deberán incluir en su grilla de canales un mínimo de señales de origen nacional y de países del MERCOSUR que determine la Autoridad de Aplicación teniendo en consideración aquellas señales inscriptas en el registro previsto de esta ley. El PODER EJECUTIVO NACIONAL establecerá las condiciones pertinentes en la materia objeto de este artículo para el servicio de televisión móvil.”ix

“Los prestadores de servicios de radiodifusión por suscripción a título oneroso, deberán disponer de una tarifa social implementada en las condiciones que fije la reglamentación, previa audiencia pública y mediante un proceso de elaboración participativa de normas”.x

UN NUEVO CONCEPTO DE LOS MEDIOS PÚBLICOS

Entre los objetivos centrales de una política pública de comunicación y, particularmente, de una nueva cultura de uso de los medios públicos, se encuentra el de promover la información necesaria sobre el país y sus regiones. Las formas de expresión, los géneros y formatos culturales, pueden ser de muy variadas características. A través de noticieros, documentales, deportes, humor y toda la gama de posibilidades, por medio de distintos soportes comunicacionales. Lo importante es reinformarnos sobre: nuestros recursos, diferentes formas de vida social y cultura, historias, trabajos, tradiciones, valores, expresiones artísticas, geografías y aspiraciones de futuro.

“La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, deberá observar al momento de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, las siguientes pautas y realizar las siguientes reservas de frecuencias:

-Para el Estado Nacional: las frecuencias asignadas a Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E.), sus repetidoras operativas, y las repetidoras necesarias a fin de cubrir todo el territorio nacional.

-Para cada Estado Provincial y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires una (1) estación de radiodifusión sonora por modulación de amplitud (AM), una (1) estación de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM) y una (1) estación de televisión abierta, con más las repetidoras necesarias a fin de cubrir todo el territorio propio.

-Para cada Estado Municipal una (1) estación de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia (FM)".xi

MEDIOS PÚBLICOS UNIVERSITARIOS. PARTICULARIDADES

En el contexto de los medios públicos el proyecto contiene un profundo reconocimiento a los medios de comunicación universitarios.

En el plan técnico de frecuencias está explícitamente manifestado:

“En cada localización donde esté la sede central de una Universidad Nacional, Una (1) estación de televisión abierta, una (1) frecuencia para emisoras de radiodifusión sonora. La Autoridad de Aplicación podrá autorizar mediante resolución fundada la operación de frecuencias adicionales para fines educativos, científicos, culturales o de investigación que soliciten las Universidades Nacionales”.xii

“Las Universidades Nacionales 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”.xiii

Las políticas de extensión conforman una de las funciones más importantes de la gestión en el ámbito de la Educación Superior. El uso de los Medios de Comunicación Universitarios tienen un rol trascendente en la interacción de la Universidad con el medio social.

“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 cultura.

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

Una de las tareas imperiosas es lograr que el sistema de medios públicos pueda emitir programación en todo el territorio nacional, así entrarían en vigencia los derechos a la libre expresión de las ideas y el acceso a una información básica al conjunto de la ciudadanía.

CONTENIDOS. EL SENTIDO DE LOS BIENES CULTURALES

Uno de los propósitos fundamentales de una política pública de comunicación, debe ser el de crear las condiciones - como lo planteamos en el punto anterior“ - para que existan en el sistema comunicacional un amplio espectro de actores. La heterogeneidad de actores (social, cultural, económica, regional, etc) es la más conveniente política para diversificar los contenidos y plasmar efectivamente la existencia de distintas opiniones en el sistema.

El Estado debe promover políticas que regulen la inclusión en el sistema de personas con capacidades diferentes. Una ecología de medios de naturaleza inclusiva debe contemplar al conjunto de los ciudadanos.xv

Un sector sumamente importante a considerar es el segmento de los niños y los adolescentes. Las nuevas generaciones constituyen su personalidad con una fuerte impronta de los contenidos y formatos de los dispositivos tecnológicos.

“La reglamentación determinará la existencia de una cantidad mínima de horas de producción y transmisión de material audiovisual específico para niños y niñas en todos los canales de televisión abierta, cuyo origen sea como mínimo el cincuenta por ciento (50%) de producción nacional y establecerá las condiciones para la inserción de una advertencia explícita previa cuando por necesidad de brindar información a la audiencia (noticieros / flashes) pueden vulnerarse los principios de protección al menor en horarios no reservados para un público adulto”.xvi

Una legislación en materia de Servicios de Comunicación Audiovisual – para garantizar efectivamente el Derecho Universal a la Comunicación – debe contemplar el acceso masivo a ciertos contenidos de interés relevante para el ciudadano, cualquiera sea su condición socio-económica, cultural, étnica y su ubicación geográfica.

Los Artículo N° 65, 66, 67 y 68 son un ejemplo cabal de la filosofía comunicacional enunciada anteriormente.

“La presente ley tiene por objeto crear las medidas necesarias para garantizar el derecho al acceso universal – a través de los medios de comunicación audiovisuales o sonoros – a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad”.xvii

Existe un significativo número de artistas locales, productores culturales y comunicadores independientes, que hacen festivales, talleres, videos, cine y largometrajes, cuyas formas de financiamiento son por medio de fundaciones, universidades y productoras independientes. La falta de recursos impide que sus producciones lleguen a plasmarse en los medios masivos de comunicación. El Estado – especialmente a través de sus medios públicos - debe propiciar los espacios adecuados para que tales manifestaciones puedan expresarse.

En la propuesta analizada se plantea una política clara en este aspecto, así lo certifican los objetivos y misiones del organismo Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado.xviii

También es otra forma de apuntalar las producciones locales, regionales y nacionales, la fijación de cuotas mínimas de: tiempo de pantalla, emisión de radio, y de otros bienes culturales nacionales y latinoamericanos.

“Los servicios de radiodifusión que emitan señales de televisión deberán cumplir la siguiente cuota de pantalla en beneficio de las películas:

Los licenciatarios de servicios de televisión abierta o por suscripción deberán exhibir en estreno televisivo en sus respectivas áreas de cobertura, y por año calendario, seis (6) películas, pudiendo optar por incluir en la misma cantidad hasta dos (2) telefilmes, en ambos casos producidos mayoritariamente por productoras independientes, cuyos derechos de antena hubieran sido adquiridos con anterioridad a la iniciación del rodaje.”xix

ORGANOS DE APLICACIÓN Y CONTROL ESENCIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY

Es sumamente importante que las autoridades y los órganos de control del sistema, tenga una clara composición diversa en lo político, económico, social y regional. Debe darse un papel sustantivo a los distintos estamentos de la sociedad civil, y es fundamental, que en su composición se manifieste la diversidad regional de la Argentina en toda su dimensión geográfica.

La PSCA del PEN propone la creación como autoridad de aplicación de la ley a la “Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual”. La integración de dicho organismo es de naturaleza diversa y plural: será ejercida por un Directorio integrado por 5 (cinco) miembros designados por el Poder Ejecutivo Nacional, 2 (dos) de ellos a propuesta de la “Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual”. “Los Directores correspondientes a la referida Comisión Bicameral, serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios de los partidos políticos, 1 (uno) en representación de la segunda minoría y el restante en representación de la tercera minoría. El Presidente del Directorio será designado por el Poder Ejecutivo Nacional.xx

La Comisión tendrá funciones de contralor, seguimiento y podrá realizar propuestas que mejoren el funcionamiento integral del sistema.

La nueva propuesta de ley contempla la creación del “Consejo Federal de Comunicación Audiovisual”, cuya integración es plural en términos políticos, sociales, profesionales y académicos. Habrá representantes de las provincias; las entidades de prestadores privados de origen comercial; los organismos que agrupan a los prestadores sin fines de lucro; representantes de las emisoras Universitarias y de las carreras de Comunicación Social; representantes de los medios públicos de todos los niveles y representantes de los trabajadores de los medios de comunicación. xxi

En los tiempos actuales los medios de comunicación tienen una importancia sustancial en la formación de los niños y jóvenes, conforman un escenario crucial en la constitución de las subjetividades culturales. La conformación de un “Consejo Asesor del Audiovisual y la Infancia” es un hecho trascendente del anteproyecto de ley. Su constitución será multidisciplinaria y pluralista, integrado por personas y organizaciones sociales de reconocida trayectoria, y también por representantes de niños, niñas y adolescentes.xxii

Un objetivo central es la independencia de los medios públicos. El Congreso no puede ser ajeno a la formulación y lineamientos estratégicos de los medios públicos.

El PSCA establece que la dirección y administración de “Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado” estará a cargo de un Directorio integrado por un (1) Presidente y cuatro (4) Directores. Los integrantes del Directorio serán designados por el Poder Ejecutivo Nacional, dos (2) de ellos a propuesta de la Comisión Bicameral de Promoción y seguimiento de la Comunicación Audiovisual. Los Directores correspondientes a la referida Comisión Bicameral serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios de los partidos políticos, uno (1) en representación de la segunda minoría y el restante en representación de la tercera minoría”.xxiii

El control en la gestión es un factor significativo a considerar. En un sistema democrático esta tarea puede ser encargada a los órganos legislativos, y también pensar en mecanismos de control ciudadanos. La creación de la figura del Defensor del público puede servir a este propósito.

El anteproyecto propone la creación de la “Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual”, cuya misión central será atender las demandas, reclamos, propuestas y todo tipo de consultas de la ciudadanía.xxiv

LA CUESTIÓN TECNOLÓGICA. NUEVAS FORMAS DE CONFIGURAR SENTIDOS

En el tiempo histórico que vivimos hablar de políticas y legislación en comunicación, y omitir el tema de los adelantos técnicos y la convergencia tecnológica, sería no sólo utópico y ahistórico, sino absurdo, anacrónico y reaccionario. Es necesario pensar en el desarrollo tecnológico y en su influencia en las formas de las relaciones sociales y culturales. Las llamadas Tecnologías de la Comunicación y la Información (TICS) generan nuevas formas de configuración de las relaciones humanas, modifican los modos de percepción y cognición de las personas, es decir, están muy lejos de ser sólo meros instrumentos técnicos. Por supuesto, que es imprescindible apropiarse de estas tecnologías desde nuestra realidad histórica y cultural, y enmarcarlas en una política de para qué y porqué usarlas.

“El concepto de medios de comunicación debe definirse de nuevo debido a la convergencia, la interoperabilidad y la mundialización; sin embargo, la convergencia tecnológica y el aumento de los servicios a través de internet, los medios digitales, por satélite, por cable y otros medios no deben tener como resultado una “Convergencia” de contenidos; los aspectos esenciales son la libertad de elección del consumidor y el pluralismo de los contenidos, más que el pluralismo de la propiedad o los servicios”xxv

El proceso de transición del sistema analógico al digital, es una dimensión medular para el desarrollo de Políticas Públicas y Democráticas de Comunicación.

“La Declaración sobre Diversidad en la Radiodifusión de 2007 de la Relatoría de Libertad de Expresión sostiene:

- Como la digitalización multiplica la capacidad de canales disponibles en números del 5 al 10, el mayor punto de preocupación desde una perspectiva de la competencia debe ser transformar este medio ambiente multicarrier en una verdaderamente más ancha opción para los usuarios. En pocas palabras, la digitalización debe llevarnos a más actores en el mercado y no menos.

Durante la transición nosotros debemos fortalecer el pluralismo y las estructuras pro competitivas”.xxvi

FINANCIAMIENTO Y PUBLICIDAD

Las fuentes de financiamiento de los titulares de servicios comerciales de radiodifusión provienen del mercado publicitario. En este rubro es necesario regular el financiamiento, garantizando y promoviendo la producción nacional, y controlando que el tiempo de emisión no interfiera en los contenidos programáticos de las transmisiones.

“Los servicios previstos en esta ley implican derecho a emitir publicidad, bajo las siguientes condiciones:

-Los avisos publicitarios deberán ser de producción nacional cuando fueran emitidos por televisión o radiodifusión abierta o en los canales o señales propios de los servicios por suscripción o insertos en las señales nacionales;

-En el caso de servicios de televisión por suscripción, sólo podrán insertar publicidad en la/s señal/es propias”.xxvii

En cuando al sistema de medios públicos en un país como el nuestro con múltiples necesidades de vastos sectores de su población, es necesario imaginar un sistema de medios públicos cuyo financiamiento no sea limitado al tesoro nacional. Un sistema mixto de financiamiento puede ser el más ajustado en este momento histórico. Los aportes del presupuesto público son insoslayables, pero en esta etapa, es imperioso anudar una serie de mecanismos.

Es posible pensar formas de financiamiento múltiples, donde haya recursos provenientes del: presupuesto nacional; porcentajes pautados de la publicidad oficial; contribuciones transparentes y auspicios de empresas y fundaciones; recursos surgidos por la producción de contenidos culturales en calidad de coproducción, con el sector privado y organizaciones civiles de la comunidad; cuotas derivadas de los porcentajes que los titulares de los servicios de radiodifusión abonan al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER); y finalmente, todo tipo de donaciones y subsidios claros y transparentes, que no alteren el funcionamiento autónomo de los medios públicos.xxviii

UN ACONTECIMIENTO HISTÓRICO QUE NO DEBE ESPERAR

El momento para la discusión es ahora, los distintos Foros realizados a lo largo y ancho del país así lo demostraron. Este Congreso tiene toda la legalidad y legitimidad para hacerlo, producto de la expresión libre y democrática del pueblo argentino.

“El Congreso debe abrir hoy un amplio debate público con amplia participación ciudadana que concrete una nueva radiodifusión como servicio esencial para el desarrollo social, cultural y educativo de la población, y no que la misma resulte sólo negocios para unos pocos. En una sociedad democrática, la comunicación desempeña una función trascendente para garantizar la libertad de expresión, la libertad de prensa y el derecho a la información, derechos humanos consagrados en la Constitución Nacional”xxix

Las voces que adjudican a este proyecto como un intento manifiesto de controlar, atacar y amordazar a los medios, reflejan exclusivamente su tasa de rentabilidad y un profundo

desprecio por la institucionalidad democrática, degradando la comunicación a un mero bien del mercado. Nunca les interesó debatir de cara a la sociedad cualquier marco regulador de los servicios de comunicación audiovisual. Hacemos nuestras las palabras de Alejandro, Dolina y Eduardo, Aliverti cuando señalan respectivamente:

“¿ Qué pasará cuando aparezcan algunos monopolios que van a ser perjudicados por la nueva ley?. Es una cosa que alcanzo a imaginarme y me da un poco de miedo”.

“Lo que no tengo dudas es que los grandes medios de nuestro país presionarán para que esto no salga”.

Una Democracia con más calidad y densidad institucional, debe tener entre sus pilares esenciales: el concepto de comunicación como un bien público y social; la vigencia del derecho a la comunicación como fundamental para constituir ciudadanía en el siglo XXI; y un sistema mediático público, social y privado, que se caracterice por su diversidad, pluralidad y calidad.

ⁱ Presidencia de la Nación. Propuesta de Proyecto de Ley. “Servicios de Comunicación Audiovisual”. Marzo de 2009. Artículo 2. Pg: 45. Para ampliar VER Artículos 1 y 2. Pg: 45 y 46.

ⁱⁱ Idem. Artículo 40. Pg: 89. Ampliar VER. Nota Artículos 39 y 40. Pg: 89.

ⁱⁱⁱ Idem. Nota Artículo 38. Pg: 87. Ampliar VER Pg: 87 y 88.

^{iv} Idem. Nota Artículo 1. Punto 8. Pg: 42.

^v Idem. Nota Artículo 1. Pg: 41, 42, 43 y 44. Ampliar VER. Nota Artículos 2 y 3. Pg: 46 y 47.

^{vi} Idem. Artículo 77. Punto f). Pg: 112.

^{vii} Idem. VER Justificación conceptual en Nota Artículo 21. Pg: 70 y 71.

^{viii} Idem. CUADRO COMPARATIVO. Pg: 12, 13, 14 y 15. Ampliar VER. Artículos 38 y 40. Nota Artículo 39 y 40. Pg: 86, 87, 88 y 89.

^{ix} Idem. Artículo 56. Pg: 95 y 96. Ampliar VER Nota Artículo 56. Pg: 96 y 97.

^x Idem Artículo 26. Pg: 78. Ampliar VER. Nota Artículo 26. Pg: 78.

^{xi} Idem. Artículo 77. Pg: 111. Ampliar sobre (RTA SE) VER Artículo 104. Nota Artículo 104 y subsiguientes. Pg: 128 y 129.

^{xii} Idem. Artículo 77. Punto d) Pg: 112.

^{xiii} Idem. Artículo 130. Pg: 140. Ampliar VER. Artículo 130 hasta 135. Pg: 140.

^{xiv} Idem. Artículo 133. Pg: 141.

^{xv} Idem. Artículo 57 y Nota Artículo 57. Pg: 98.

^{xvi} Idem. Artículo 59. Pg: 100. Ampliar VER. Artículo 59 y Nota Artículo 59. Pg: 100 y 101.

^{xvii} Idem. Artículo 65. Pg: 103. Ampliar VER. Artículos 65, 66, 67 y 68 y Nota Artículos 66 y subsiguientes hasta 68. Pg: 103 a 105.

^{xviii} Idem. Artículo 106. Puntos a) hasta i) y Puntos 1) hasta 9). Pg: 130 y 131.

-
- ^{xix} Idem. Artículo 58. Pg: 98. Ampliar VER Nota Artículo 58. Pg: 99.
^{xx} Idem. Artículos 13, 14 y 18. Pg: 62, 63 y 67.
^{xxi} Idem. Artículos 15 y 16. Pg: 63 y 64.
^{xxii} Idem. Artículo 17. Pg: 65 y 66.
^{xxiii} Idem. Artículos 115 y 116. Pg: 134.
^{xxiv} Idem. Artículo 10 y 20. Pg: 68 y 69.
^{xxv} Idem. Notas Artículos 2 y 3. Punto 6. Pg: 48.
^{xxvi} Idem. Nota. Artículo 80. Punto segundo Pg: 114. Ampliar VER Artículos 80 y 81. Nota Artículo 80. Pg: 114, 115 y 116.
^{xxvii} Idem. Artículo 69. Pg: 106. Ampliar VER. Artículo 69. Pg: 106 y 107.
^{xxviii} Idem. Artículo 120. Pg: 136.
^{xxix} Giustiniani, Rubén (Senador Nacional por Santa Fe. Partido Socialista). “¿ Qué vemos, qué escuchamos?.Rosario 12. Suplemento local del Diario Página 12. 4/9/09. Pg: 2.

Para citar este artículo:

Seminara, Eduardo - Bicciré, Fabián (12-10-2009). LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL: ESENCIAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA. HOLOGRAMÁTICA - Facultad de Ciencias Sociales UNLZ, Número 11, V2, pp.53-71
ISSN 1668-5024

URL del Documento : <http://www.cienciarred.com.ar/ra/doc.php?n=1169>

URL de la Revista : <http://www.cienciarred.com.ar/ra/revista.php?wid=3>