

**PRESENTACIÓN ANTE LA COMISIÓN PARA
LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE LEY
DE REFORMA, ACTUALIZACIÓN Y
UNIFICACIÓN DE LAS LEYES NÚMEROS 26.522
Y 27.078, DEL ENTE NACIONAL DE
COMUNICACIONES (ENACOM) DENTRO DEL
ÁMBITO DEL MINISTERIO DE
COMUNICACIONES.**

Índice

1. Antecedentes	Pág. 3
2. Referencias Normativas	Pág. 7
3. Modificaciones Propuestas	Pág. 16
4. Conclusión	Pág. 21

Buenos Aires, 19 de Octubre de 2016.

Señores

Miembros de la Comisión:

1. Antecedentes

La Cámara Argentina de Productoras Pymes Audiovisuales (CAPPA) es una asociación de empresas nacionales independientes que trabajan para el fortalecimiento de la industria audiovisual argentina.

CAPPA reúne a 30 empresas productoras del área metropolitana de Buenos Aires que convergen, hace 4 años, con el objetivo de proteger y promover la producción audiovisual nacional independiente.

Las empresas de CAPPA generan contenidos originales en todos los géneros y para todo tipo de pantallas.

Nuestra misión es agregar valor en todos los eslabones de la cadena productiva, a partir de la creación de contenidos y formatos originales, ofreciendo servicios de realización, producción y posproducción audiovisual de alta calidad.

Nuestras empresas tienen una larga trayectoria en todos los ámbitos de la industria audiovisual (cine, publicidad, televisión, contenidos transmedia) y trabajan para señales nacionales e internacionales, públicas y privadas como los canales de aire del área metropolitana y las señales History, NatGeo, Discovery, Planète+ CI (Francia), Educa (Ecuador), Canal Brasil, Señal Colombia, TV Pública, Canal de la Ciudad, Pakapaka, Encuentro, DeporTV, Directv, Construir TV, Acua Federal, y Acua Mayor, Canal a, C5N, TN, TyC entre otros.

La formación de nuestra cámara responde a un período de crecimiento del sector audiovisual y a la consolidación de una escala PyME con nuevas oportunidades, aspiraciones y desafíos. Hace más de 4 años que trabajamos para detectar y organizar los intereses específicos de este segmento emergente de la industria, en permanente diálogo con otros actores del ámbito público y privado.

En 2015 la facturación total de las empresas de CAPPA alcanzó los 350 millones de pesos, volcados en 70 proyectos, que generaron alrededor de 1100 puestos de trabajo.

Las empresas de CAPPA producen actualmente alrededor de noventa (90) horas de programación

semanales y realizan entre cinco (5) y diez (10) largometrajes anuales que llegan a las salas, en su mayoría, con mucho éxito.

Nuestro trabajo ha sido reconocido internacionalmente a través de premios y nominaciones en los Oscar, Emmy Internacionales, Prix Jeunesse, Japan Prize, Emmy Digital, New York Festivals, Emmy Kids.

Las que siguen son sólo algunas producciones realizadas por empresas de CAPPA:

- Asombrosamente (Nativa Contenidos): Nominado a los Emmy International
- La asombrosa excursión de Zamba (El Perro en la Luna): Nominado a los Emmy Kids 2015 y Emmy International 2016.
- El secreto de sus ojos (Haddock Films): Ganador del Oscar a mejor película extranjera en 2010.
- Mentira la verdad (Mulata Films): Ganador del Japan Prize 2011 y nominado 2 veces a los Emmy Kids y 1 vez a los Emmy International.
- Barones de la Cerveza (Nipur Media): Nominada a los Emmy International 2015.
- Cuentos del árbol (Banda Aparte): Ganador del Prix Jeunesse 2015.

Asimismo, los programas y películas producidos por empresas de CAPPA fueron nominados y premiados nacionalmente con múltiples Martín Fierro, Premios Cóndor de Plata, Premios ATVC y Premios Tato.

Entre estas producciones se destacan por su popularidad las siguientes:

- Encuentro en el Estudio (La Brújula)
- Alterados por Pi (El Oso Producciones)
- Combate (Sinapsis)
- Presentes (Mulata Films)
- Una tarde cualquiera (Nativa Contenidos)
- Milagros en Campaña (El Oso Producciones)
- Proyecto G (La Brújula)
- La Nada Blanca (16:9 Cine)
- Mundo Leo (Zoomin)
- Sangre en la boca (Cactus cine)
- El Patrón (Magoya)
- Gilda: No me arrepiento de este amor (H1520)
- Infancia Clandestina (H1520)

- Crónicas de la tercera guerra mundial (Inquieto)
- Cuerpo a cuerpo (Kon Sud)
- Conectados (New Sock)

Hoy tenemos un panorama en donde tanto la televisión por suscripción como internet son protagonistas del escenario argentino de medios, con una presencia insoslayable en la vida cotidiana de los habitantes de este país.

Respecto a la televisión por suscripción, de acuerdo a los últimos estudios realizados, es consumida por 8 de cada 10 argentinos de todos los grupos demográficos, en todo el territorio nacional, de hasta casi 4 horas diarias. La TV Paga se ha fortalecido en términos de consumo y también de relevancia. Concentra ya la mitad del consumo televisivo total, récord histórico. Su consumo continúa en aumento. Sus canales son percibidos de mejor calidad por la audiencia argentina, ofreciendo una alternativa de valor a los medios tradicionales. Este fenómeno es resultado de la inversión sostenida de programadores y distribuidores que ha ampliado notablemente la cantidad y calidad de la oferta en Argentina, estímulos a los cuales la demanda ha respondido.

La oferta de contenidos nacionales y de producción local en la vasta oferta de la televisión por suscripción es mínima y ha sido desplazada por la producción y contenidos extranjeros en su inmensa mayoría.

Los números resultan elocuentes:

- Los cableoperadores de Argentina incluyen en sus grillas hasta 200 señales, 40 de las cuales son HD.
- Cablevisión en su paquete básico incluye en su grilla 77 señales, de las cuales 57 son extranjeras, es decir un 74%.
- 44 de dichas señales extranjeras, es decir el 57% por ciento de las señales tiene en su programación en un 50 % como mínimo de contenidos de ficción, animación entretenimiento y/o documentales.
- Hoy sólo 8 señales extranjeras están produciendo algunos contenidos localmente por lo que la porción de producción nacional es insignificante.

En cuanto a servicios “Over the Top” (OTT) por Internet y redes, a fines del 2015 el país contaba con más de 750.000 suscriptores pagos de SVOD, 10 veces más que a finales del 2011, año en el que se lanzó Netflix, cuando se contaban apenas 70.000. De acuerdo a sus proyecciones, además, el 2016

terminará con 900.000 suscriptores y dentro de cinco años, a fines del 2021, dicha suma se habrá duplicado hasta los 1,8 millones.

Además, si se tienen en cuenta los hogares que comparten contraseñas de plataformas OTT, las cifras de penetración se multiplican por al menos 1,5 con 1,4 millones de hogares accediendo a este tipo de servicios en 2015. Para 2021, agregan, serán 2,7 millones de hogares con acceso a plataformas OTT.

Por ingresos, finalmente, el OTT llegará este año a los 160 millones de dólares y a los 320 millones en 2020, año en el que la TV paga ingresará 2.870 millones de dólares.

La TV paga se estima pasará de 8,6 millones de suscriptores en 2016 a 9,8 millones en 2021.

Por todo lo expuesto, el escenario actual nos lleva a plantear la necesidad de obtener mejores herramientas para la defensa del acervo cultural del País, nuestra cultura y las ideas y valores que nos caracterizan, logrando su mayor difusión a través de **producción nacional independiente en estreno** que se emita por las señales de televisión por suscripción y en las plataformas OTT, que a su vez importe una fuente genuina de generación de empleo y recursos para nuestro País.

Resaltamos el punto en relación a la producción nacional independiente porque entendemos que es uno de los puntos fundamentales a tener en cuenta al momento de elaborar el proyecto de reforma, actualización y unificación de las Leyes 26.522 y 27.078, dado que si bien la Ley 26.522 en su artículo 4 definió a las productoras independientes, no hay un criterio unificado en relación a las Productoras Nacionales Independientes.

Es por todo esto que el sector de la producción audiovisual que mayor cuidado requiere es el de las productoras nacionales independientes.

2. Referencias Normativas

2.1. LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL 26.522. CUOTAS DE PANTALLA

Actualmente la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual tiene únicamente dos artículos que regulan temas relativos al CONTENIDO en los servicios de comunicación audiovisual de televisión.

El **ARTÍCULO 65** establece que los servicios de radiodifusión sonora y los servicios de radiodifusión televisiva abierta cumplan con una CUOTA DE PRODUCCIÓN NACIONAL O LOCAL.

En cambio, respecto de los servicios de televisión por suscripción establece únicamente la obligación a cumplir con una CUOTA DE EMISIÓN DE SEÑALES NACIONALES, LOCALES O REGIONALES.

El **ARTICULO 67** obliga a los servicios de comunicación audiovisual que emitan señales de televisión a cumplir con una CUOTA DE PANTALLA CINEMATOGRAFICA. Así, los servicios de comunicación audiovisual de:

- TV Abierta: deben exhibir en estreno televisivo en sus respectivas áreas de cobertura, y por año calendario, ocho (8) películas de largometraje nacionales, pudiendo optar por incluir en la misma cantidad hasta tres (3) telefilmes nacionales, en ambos casos producidos mayoritariamente por productoras independientes nacionales, cuyos derechos de antena hubieran sido adquiridos con anterioridad a la iniciación del rodaje.
- TV por Suscripción y Licenciarios de servicios de televisión abierta cuya área de cobertura total comprenda menos del veinte por ciento (20%) de la población del país: podrán optar por cumplir la cuota de pantalla adquiriendo, con anterioridad al rodaje, derechos de antena de películas nacionales y telefilmes producidos por productoras independientes nacionales, por el valor del cero coma cincuenta por ciento (0,50%) de la facturación bruta anual del año anterior.
- Las señales que no fueren consideradas nacionales, autorizadas a ser retransmitidas por los servicios de televisión por suscripción: que difundieren programas de ficción en un total superior al cincuenta por ciento (50%) de su programación diaria, deberán destinar el valor del cero coma cincuenta por ciento (0,50%) de la facturación bruta anual del año anterior a la adquisición, con anterioridad a la iniciación del rodaje, de derechos de antena de películas nacionales.

El Decreto 1225/2010, reglamenta el Art. 65, a fin de establecer el procedimiento que deberán tener en

cuenta los servicios de radiodifusión sonora y los servicios de radiodifusión televisiva abierta a fin de cumplir con la CUOTA DE PRODUCCIÓN nacional o local, y aquél que deberán seguir los servicios de televisión por suscripción a fin de cumplir con la CUOTA DE EMISIÓN de señales nacionales, locales o regionales.

En relación al Art. 67, y a la CUOTA DE PANTALLA de cine nacional y artes audiovisuales exigida, el Decreto 1225/2010 aclara que las películas de largometraje y los telefilmes nacionales podrán ser de ficción, animación o documentales, y que deberán exhibirse en la franja horaria existente entre las 21.00 y las 23.00 horas del día de estreno.

Los licenciatarios deberán distribuir los estrenos en igual proporción en los CUATRO (4) trimestres del año calendario. Cuando en UN (1) un trimestre se supere esa proporción, las diferencias se podrán compensar en el o en los trimestres sucesivos del mismo año calendario. Cuando el licenciatario haga uso del derecho a compensación, deberá estrenar al menos una película por trimestre.

A los fines de facilitar la adquisición de los derechos de antena, el INSTITUTO NACIONAL DE CINE Y ARTES AUDIOVISUALES —INCAA— crea un registro de películas nacionales y telefilmes en condiciones de ser adquiridos, el que será publicado en su página web en tiempo real.

La adquisición no se podrá pagar en especies ni a través de canjes por espacios publicitarios. Deberá consistir en aportes dinerarios pagados durante la producción de la película o telefilme.

Los licenciatarios deberán informar a la Autoridad de Aplicación el cumplimiento de la obligación establecida en el artículo 67 de la Ley N° 26.522 detallando el listado de obras audiovisuales adquiridas y el precio pagado por cada película o telefilme, acompañando el correspondiente contrato de adquisición.

Las productoras de las películas y telefilmes deberán reservar para sí la titularidad de al menos el CINCUENTA Y UNO POR CIENTO (51%) de los derechos de autor y de los derechos de comercialización sobre la obra audiovisual. En caso de coproducciones con otros países, el porcentaje indicado se aplicará sobre la parte argentina de la coproducción.

Los derechos de antena se otorgarán en forma exclusiva hasta el estreno televisivo de la obra audiovisual.

Las obras adquiridas de conformidad con lo dispuesto en el mencionado artículo 67 podrán ser exhibidas en el canal creado por Resolución INCAA N° 2589 del 27 de noviembre de 2009, en forma no exclusiva, sólo para el territorio argentino, una vez transcurrido el plazo de DOCE (12) meses a contar desde la fecha de su estreno televisivo.

Los licenciatarios sólo podrán exhibir las obras audiovisuales en el servicio o señal para el cual fueron adquiridas.

Los derechos adquiridos no podrán ser transferidos a otros licenciatarios.

A los fines de la determinación de la facturación bruta anual del año anterior, deberá estarse a lo dispuesto en el Título V, Gravámenes, de la Ley N° 26.522.

2.2 LEY 27.078 ARGENTINA DIGITAL

La presente ley tienen como finalidad garantizar el derecho humano a las comunicaciones y a las telecomunicaciones, reconocer a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como un factor preponderante en la independencia tecnológica y productiva de nuestro país, promover el rol del Estado como planificador, incentivando la función social que dichas tecnologías poseen, como así también la competencia y la generación de empleo mediante el establecimiento de pautas claras y transparentes que favorezcan el desarrollo sustentable del sector, procurando la accesibilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el pueblo.

Asimismo, se busca establecer con claridad la **distinción entre los mercados de generación de contenidos y de transporte y distribución de manera que la influencia en uno de esos mercados no genere prácticas que impliquen distorsiones en el otro.**

En la ejecución de la presente ley se garantizará el desarrollo de las economías regionales, procurando el fortalecimiento de los actores locales existentes, tales como cooperativas, entidades sin fines de lucro y pymes, propendiendo a la generación de nuevos actores que en forma individual o colectiva garanticen la prestación de los Servicios de TIC.

2.3 DECRETO DE NECESIDAD Y URGENCIA 267/2015

El Decreto de Necesidad y Urgencia 267/2015 del 29 de diciembre de 2015 dispone la unificación de las leyes de medios audiovisuales y de telecomunicaciones con eje en una nueva autoridad de aplicación, el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) y nuevos consejos y comisiones unificadas, para contemplar elementos fundamentales de la industria de los medios y las telecomunicaciones que las Leyes 26.522 y 27.078 no incluyeron, resultando propicio por lo tanto incluir en la unificación de estas leyes distintos puntos que promuevan la producción nacional e independiente, generando condiciones de competencia entre los actores del sector que favorezcan la pluralidad y diversidad de programación televisiva y cinematográfica nacional, así como también en los catálogos de plataformas de video bajo demanda de Internet, de conformidad a los textos que se proponen a continuación.

Sin embargo, entendemos como problemáticos ciertos puntos de este DNU que podrían perjudicar a la industria, afectando las cuotas de pantallas incluidas en la Ley 26.522, además de la necesidad de incluir nuevas cuotas de pantallas que no se incluyeron en la redacción original de dicha ley, así como

nuevas herramientas de fomento para la industria.

Entre otras, las definiciones de los párrafos 34, 35, 36 y 40 del artículo 4 de la Ley 26.522, modificadas por el DNU, **implican que la televisión por cable y la TV paga con uso de espectro que no sea satelital, pasan a ser reguladas por la Ley 27.078.**

Los licenciatarios dejan de tener como objeto social único de servicio de comunicación audiovisual. Deroga el artículo 43 de la Ley 26.522 y los bienes de radiodifusión dejan de ser bienes afectados a la radiodifusión. Derogan el artículo 44 que impedía delegar la explotación de los servicios de comunicación audiovisual. Esto permitiría que cualquier Fondo de inversión internacional alquile medios de comunicación en la Argentina. Deroga el artículo 48 de la Ley 26.522, profundizando los mecanismos de concentración de medios audiovisuales.

Al excluir al servicio de televisión por cable, **se derogan indirectamente todas las obligaciones en materia de composición y orden de grillas de programación dispuestas en el artículo 65 de la Ley 26.522 para los cables, continuado sólo para los servicios satelitales.** En tal sentido y a modo de ejemplo cualquier operador de TV por cable podría quitar de sus grillas los canales abiertos de su área de cobertura, tales como TV Pública, Canal Trece, Telefe, America, Canal 9 en CABA, dando prioridad a las señales internacionales.

Asimismo la TV por cable tampoco deberá incluir una señal de producción local, afectando el derecho de información de distintas localidades del interior de país y pérdidas directas de fuentes de trabajo. Los cableoperadores no tendrán más la obligación de incorporar las señales abiertas generadas por Universidades, provincias y municipios que se encuentren localizadas en su área de prestación de servicio.

Pero tal como indicamos más arriba, lo más importante es que **los servicios de TV por cable a convertirse en TIC por medio del DNU tampoco tendrán la obligación de cumplir con las cuotas de pantalla de películas nacionales y telefilmes producidos por productoras independientes nacionales, establecidas en el artículo 67 de la Ley 26.522.** A los servicios por suscripción (cables y televisión digital paga) ya no se le aplicará el régimen de sanciones previsto en el título VI de la Ley 26.522 creando una evidente desigualdad con los servicios satelitales.

2.4 LEGISLACIÓN COMPARADA

El cambio tecnológico de la Televisión Digital Terrestre, que sustituye la televisión abierta análoga por la televisión abierta digital, ha estado acompañado por cambios legislativos en distintos países del

mundo. Así varios países han incorporado (o actualizado) en su legislación normas para proteger la producción de programas televisivos del país y algunos, además, han reservado una parte de la programación exclusivamente para producciones nacionales independientes, es decir, que son realizadas por empresas que no forman parte del canal de televisión dueño de una licencia.

Lo que se exige, de forma general, es la reserva de tiempo de la programación televisiva para emitir producciones nacionales, o realizadas por empresas nacionales que no sean parte del canal, es decir, **que sean independientes.**

Algunos ejemplos de países, europeos y americanos, que cuentan con normas relativas a la protección de porcentajes mínimos de producción nacional y/o independiente son Italia, España, Canadá, Argentina, Brasil, Colombia y México.

1. ESPAÑA.

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en su artículo 5, establece el derecho a la diversidad cultural y lingüística.

Para hacer efectivo este derecho, los prestadores del servicio de comunicación televisiva de cobertura estatal o autonómica deben reservar a obras europeas el 51% del tiempo de emisión anual de cada canal o conjunto de canales de un mismo prestador con exclusión del tiempo dedicado a informaciones, manifestaciones deportivas, juegos, publicidad, servicios de teletexto y televenta.

A su vez, el 50% de esa cuota (50% del 51%) queda reservado para obras europeas en cualquiera de las lenguas españolas.

Los prestadores de un catálogo de programas deben reservar a obras europeas el 30% del catálogo. De esa reserva la mitad lo será en alguna de las lenguas oficiales de España.

Por último, las Comunidades Autónomas con lengua propia podrán aprobar normas adicionales para los servicios de comunicación audiovisual de su ámbito de competencia con el fin de promover la producción audiovisual en su lengua propia.

La Ley 7/2010, en su artículo 5, establece que el 10% del total del tiempo de emisión anual de cada canal o conjunto de canales de un mismo prestador de servicio de comunicación televisiva de cobertura estatal o autonómica, estará reservado a productores independientes del prestador de servicio y la mitad de ese 10% debe haber sido producida en los últimos cinco años.

2. FRANCIA.

La ley francesa que reglamenta el ejercicio de la libertad de comunicación audiovisual (Ley N° 86-1067 de 30 de septiembre de 1986), en sus artículos 7° y 8°, establece que los servicios de dicho tipo de comunicación que difundan obras cinematográficas tienen la obligación de incluir, especialmente

en las horas de gran audiencia, por lo menos un 60% de obras europeas y un 40% de obras de expresión original francesa, considerando que las obras francesas contribuyen a cumplir el porcentaje previsto para las obras europeas. Esta obligación alcanza tanto a la televisión abierta como a las señales de cable o satelitales.

El Decreto 90-66, al reglamentar dicha disposición, estableció que los porcentajes que exige la ley deben ser satisfechos anualmente, tanto en relación al número de obras cinematográficas exhibidas como a la totalidad del tiempo dedicado en el año a la difusión de obras audiovisuales.

El artículo 27 del decreto citado reitera los porcentajes legales de difusión obligatoria, pero dispone que para estos efectos, el Consejo Superior Audiovisual podrá sustituir las horas de mayor audiencia □ por horas de audiencia significativa, las que se establecerán anualmente, para cada servicio individualmente, según las características de su audiencia y de su programación, así como según la importancia de su contribución a la producción.

3. ITALIA

El Decreto Legislativo N° 177 del 2005 (Testo unico della radiotelevisione) dispone que en Italia, los organismos de radiodifusión y los proveedores de contenidos televisivos deben favorecer el desarrollo y la difusión de la producción audiovisual europea y reservar durante la mayor parte de su tiempo de emisión, programación de obras europeas, dentro del ámbito nacional, sin incluir el tiempo dedicado a eventos deportivos, programas de juegos, noticias, publicidad, debates y televenta (artículo 6).

Dentro de las obligaciones que tiene que cumplir una empresa concesionaria de servicio público de radiodifusión en relación a su programación general, se encuentra la de incluir las producciones audiovisuales europeas producidas por productores independientes, para promover la educación, el crecimiento civil y el progreso social, la lengua y la cultura italiana, y para preservar la identidad nacional y garantizar la utilidad social (artículo 7 N° 4).

El artículo 2 define a los productores independientes como operadores europeos dedicados a las producciones audiovisuales y que no están controlados o vinculados con los titulares de la concesión, licencia o autorización para la radiodifusión, o que en un período de tres años no destine 90% o más de su producción a un único operador (letra g).

Finalmente, aunque no se refiere específicamente a la producción independiente, el artículo 8 de la ley, dispone que la regulación del sistema de radiodifusión televisiva debe proteger la emisión en el ámbito local y reservar un tercio de su capacidad de transmisión a los titulares de autorizaciones para la producción de contenidos destinados a la difusión de las culturas locales o regionales, en el marco de la unidad política, cultural y la diversidad lingüística del país.

4. MÉXICO.

El artículo 73 de la Ley Federal de Radio y Televisión dispone que las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión. La programación diaria que utilice la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos.

De acuerdo al artículo 75, en sus transmisiones las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional. Pero, en casos especiales, la Secretaría de Gobernación podrá autorizar el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión al español, íntegra o resumida.

La Ley Federal de Radio y Televisión, en el artículo 72-A, dispone que los concesionarios que cubran con producción nacional independiente cuando menos un veinte por ciento de su programación, podrán incrementar el porcentaje de tiempo de publicidad a que se refiere el Reglamento de esta ley, hasta en un 5%.

5. BRASIL.

La Ley N° 12.485, de 12 de septiembre de 2011, que regula la televisión paga, establece, en el artículo 27 que un mínimo del 30% debe ser destinado a los productores brasileños establecidos en el Norte, Nordeste y Centro-Oeste, de acuerdo a los criterios y condiciones establecidos por la Agencia Nacional de Cine (Ancine), la que deberá incluir, entre otros, el sitio de producción de la obra audiovisual, la residencia de los artistas y técnicos involucrados en la producción y la contratación, en la región, de los servicios técnicos vinculados a la misma.

La Ley N° 12.485, en su artículo 27, señala que por lo menos el 10% de las emisiones deben destinarse a promover la producción audiovisual independiente, estrenada en canales comunitarios y universitarios y de programadores independientes.

El artículo 16 de la Ley ya citada establece las cuotas de pantalla de contenido Brasileño para las señales extranjeras en los que denomina canales de espacio calificado que estarán obligadas a emitir un mínimo de 3 horas 30 minutos semanales de contenido Brasileño de las cuales al menos un 50% debe ser producidos por productoras brasileñas independientes.

El artículo 17 establece que en los paquetes ofrecidos por los operadores de TV de pago (los MSO) por cada 3 canales de espacio calificado al menos 1 debe ser brasileño, lo que implica una cuota de señales además de la cuota de contenidos antes mencionada.

Esta ley permitió generar un sector independiente de producción televisiva fuerte, al incluirlo en el negocio de la TV Paga, ya que de este modo prácticamente todos los canales, nacionales e internacionales, que conforman los paquetes de programación de la TV Paga, exhiben y coproducen contenidos brasileros realizados por **Productoras Independientes**.

También en Brasil se estableció el llamado “**Fondo Sectorial del Audiovisual**” como fomento a la producción independiente, gestionado por ANCINE, que actualmente ronda los Cuatrocientos Millones de Dólares (US\$ 400.000.000), aplicados al fomento de la producción y distribución de contenidos audiovisuales brasileros.

Este fondo se compone de recursos del Tesoro Nacional y también con recursos de multas e intereses por el incumplimiento de las normas de financiamiento y con cinco por ciento (5%) de recolección de algunas de las fuentes del Fondo de Fiscalización de las Telecomunicaciones (Fistel).

6. CANADÁ

Canadá, a través de la Broadcasting Act, ha generado un apoyo a la industria audiovisual sin precedentes, teniendo como principios fundamentales: i) el desarrollo y puesta en conocimiento del público del talento canadiense, b) la maximización del uso de la creatividad canadiense, y c) la utilización de la capacidad del sector de la producción independiente.

Así, la Broadcasting Act estableció un sistema de cuotas para regular el contenido de la programación canadiense, requiriendo a los licenciatarios públicos dedicar no menos del sesenta por ciento (60%) de la programación del Prime Time a la emisión de programas canadienses y no menos del cincuenta por ciento (50%) a los licenciatarios privados.

7.NORMATIVA EUROPEA:

Impuestos en la venta de contenido digital como e-books, aplicaciones de celular y servicios OTT

- Directiva 2008/8/EC: Hasta fines del 2014 las ventas de contenido digital en Europa tributaban el V.A.T. (nuestro IVA) en función al país en el cual la compañía tenía localizada su empresa y por ello muchas compañías como Netflix se instalaban en Luxemburgo o Irlanda con tasa impositivas sustancialmente menores a otros países. Desde Enero del 2015 de acuerdo a la normativa europea esos impuestos deben pagarse en función al país de residencia del consumidor tributando al fisco de cada país.

La Directiva Eeuropea 89/552/cee y directiva de servicios de comunicación audiovisual (2010):

La Directiva Europea 85/552/CEE, llamada comúnmente “TELEVISION SIN FRONTERAS”, con la finalidad de fomentar la distribución y producción de programas televisivos europeos, estableció que

las televisiones de la CEE reserven una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión a obras europeas, con exclusión del tiempo dedicado a las informaciones, a manifestaciones deportivas, a juegos, a la publicidad, a los servicios de teletexto y a la televenta (artículo 4). Además, los organismos de radiodifusión televisiva deben reservar, como mínimo, el 10 % de su tiempo de emisión o el 10 % de su presupuesto de programación a obras europeas de productores independientes (artículo 5).

En mayo de este año la Comisión Europea propuso una actualización de su normativa de Comunicación Audiovisual, como parte de su estrategia para el mercado único digital. Fundamentan la actualización a que “en la actualidad, los espectadores no solo miran contenidos de vídeo a través de sus canales de televisión, sino que, cada vez más, también lo hacen a través de servicios de vídeo a la carta y plataformas de intercambio de vídeos (YouTube). Por ello la Comisión quiere lograr un mayor equilibrio de las normas que se aplican hoy día a las empresas de radiodifusión tradicionales, a los proveedores de vídeo a la carta y a las plataformas de intercambio de vídeos. La Comisión obligará a los proveedores a la carta a incluir en sus catálogos al menos una participación del 20 % de contenidos europeos.

3. Modificaciones propuestas

En líneas generales CAPPA propone incorporar al nuevo marco regulatorio instrumentos que promuevan la producción nacional e independiente, generando condiciones de competencia entre los actores del sector que favorezcan la pluralidad y diversidad en la oferta de programación televisiva y cinematográfica, así como en los catálogos de las plataformas VOD ya que en la actualidad, los espectadores no solo miran contenidos audiovisuales a través de canales de televisión, sino que también, cada vez más, lo hacen a través de plataformas web con servicios de video bajo demanda, así como también plataformas de intercambio de videos. Todo ello con énfasis en el fomento del trabajo para las Productoras Nacionales Independientes.

3.1 MODIFICACIONES EN LAS DEFINICIONES DE LA LEY 26.522

Actualmente el artículo 4 de la Ley 26.522 incluye definiciones confusas, como ser la de Producción Nacional, ya que mezcla y confunde tres criterios distintos para definirla, que son:

- La territorialidad (dónde se produce);
- Los capitales con que se produce; y;
- Las personas (técnicos, actores, directores, etc) con quiénes se produce.

Proponemos modificar la definición incluyendo las posibilidades de coproducción de una forma más clara y que incluya taxativamente al concepto de **Productora Nacional**.

El punto anterior nos lleva a definir **Productora Nacional**, término y concepto que no está actualmente contemplado en la Ley. Por analogía y aplicación del mismo criterio contenido en el art. 29 de la Ley 26.522 se establecería un límite de participación accionaria extranjera del 30%.

También dentro del art. 4 habría que corregir el concepto de **Coproducción** ya que la actual redacción no contempla la posibilidad de coproducción entre dos Productoras, ya sean nacionales o nacional y extranjera.

3.2 REGULACION DE LOS CONTENIDOS DE LOS SISTEMAS Y SEÑALES DE TV POR SUSCRIPCIÓN Y DE LOS SERVICIOS OTT

Aun cuando los sistemas de televisión por suscripción y los servicios OTT sean considerados como servicios TIC solicitamos se mantenga la regulación sobre los contenidos de las señales y las cuotas de pantalla que más abajo solicitamos.

3.3 MODIFICACIONES EN RELACIÓN A LAS CUOTAS DE PANTALLAS

En base a las redefiniciones del punto 3.1, entendemos que deberían incluirse modificaciones en el art. 65, mediante el cual sólo se permita a los licenciatarios y autorizados a prestar servicios de televisión por suscripción fija o satelital a emitir o retransmitir señales cuyo contenido cumpla con una cuota de Producción Nacional Independiente (conforme la reformulación del concepto explicado en el punto 3.1).

Las producciones originales creadas por las empresas de la nueva industria audiovisual necesitan pantallas que las exhiban y que sean aptas para co-crear modelos de negocios.

Las señales nacionales e internacionales de los servicios de TV por suscripción física y satelital han sido las grandes ausentes en las regulaciones establecidas en la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Tal como ya se mencionó, Argentina es un país con una fuerte presencia de la TV paga que durante muchos años fue el país de mayor penetración fuera de los Estados Unidos y hoy es el tercero después de Canadá, y EEUU que es el primero. Sin embargo, esas señales no tienen ninguna obligación de cuota de producción local e independiente como sí ocurre con los canales.

Creemos que las estas señales deberían cumplir una mínima cuota de producción local e independiente similar a la existente en otros países de la región y el mundo. Esto significaría una poderosa fuente genuina de generación de nuevos proyectos y puestos de trabajo, contribuyendo enormemente a la internacionalización de nuestras empresas y los contenidos generados localmente.

Junto con otras cámaras y referentes del sector audiovisual hemos propuesto lo siguiente:

- Establecer para las señales nacionales y extranjeras que se transmitan en territorio nacional cuotas mínimas horarias para la emisión de producciones nacionales independientes, en estreno, sobre una base de 3,5 hs semanales en horario de 12:00hs a 24:00hs, que sean producidas por Productoras Nacionales Independientes (estas cuotas son similares a las hoy vigentes en Brasil) estableciendo un período gradual de entrada en vigencia para que esa cantidad de horas se alcance a partir del 3er año.
- Prever que los sistemas de incentivos desde el estado, como los fondos de fomento del INCAA y otros mecanismos prioricen la asistencia a estas producciones, reconociendo los derechos sobre las mismas a las Productoras Nacionales Independientes.

Además, también entendemos que es necesario incluir una modificación en las cuotas de pantalla que la Ley 26.522 exige a las **señales de aire** del área metropolitana que incluya:

- Aumentar la cuota de Producción Nacional Independiente a 40% de la programación de Producción Nacional en estreno.
- Debería organizarse en franjas horarias y mantener un porcentaje del prime time para producción nacional e independiente.

Con relación a los servicios OTT de video bajo demanda tanto los basados en suscripción (SVOD), los transaccionales (TVOD) o los basados en publicidad (AVOD) entendemos que el primer paso que debe darse es el de establecer normas por las cuales todas aquellas empresas que brinden servicios a usuarios radicados en la República Argentina deban registrarse en el país y emitir facturas de venta tributando los correspondientes impuestos nacionales y locales como I.V.A., Impuesto a las ganancias, impuestos al alquiler de videos o los gravámenes establecidos para las señales que hoy integran los ingresos del INCAA o el ENACOM.

Decimos que este es un primer paso necesario porque hoy muchos de esos servicios están compitiendo deslealmente con los proveedores locales al no tributar los mismos impuestos y simultáneamente el crecimiento de los mismos en desmedro de otras alternativas nacionales supone un desfinanciamiento del fisco argentino. Realizado este primer paso, **creemos que la mejor forma de establecer una cuota para la producción local e independiente en este segmento es fijar que deban destinar un porcentaje de su facturación en Argentina, por ejemplo un 20%, a la adquisición o producción de contenido nacional de los cuales al menor un 50% debería ser provisto por productoras nacionales e independientes.**

El segmento de los servicios OTT es el de más rápido crecimiento de los últimos años y el que tiene mayor posibilidad de crecer en el futuro inmediato y no puede quedar fuera de las regulaciones que establezca la nueva ley de comunicaciones convergentes. Al mismo tiempo muchos servicios que empezaron siendo solo distribuidores de contenidos hoy son productores rivalizando con canales y señales de la TV paga y abierta, tal es el caso de Netflix que planea para el 2021 llegar a tener el 50% de su oferta de contenido (librería) en series y programas originales.

3.4 MODIFICACIONES EN RELACIÓN AL FOMENTO PARA TV Y SERIES WEB

Proponemos formalizar el esquema de concursos para producción de programas para TV y Plataformas Web recientemente publicados por el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos y el INCAA, e institucionalizar la utilización de fondos específicamente orientados a estos fines dentro del marco de la nueva Ley de Comunicaciones Convergentes.

El apoyo del Estado para la generación de contenidos para el mercado interno y la exportación, en coproducción con pantallas públicas y privadas, es un punto de partida insoslayable para la atracción de nuevas inversiones.

En los últimos tiempos, estos fondos se han distribuido de manera arbitraria, inorgánica y con dificultades, por lo que es necesario crear un ente específico para la promoción de la producción de contenidos audiovisuales no cinematográficos para TV y Nuevas Plataformas.

Por todo ello entendemos que un buen ejemplo a aplicar es el del “Fondo Sectorial del Audiovisual” de Brasil para el fomento de la producción independiente y distribución de contenidos audiovisuales brasileños. Este fondo, tal como mencionamos más arriba, se compone de recursos del Tesoro Nacional y también con recursos de multas e intereses por el incumplimiento de las normas de financiamiento y con cinco por ciento (5%) de recolección de algunas de las fuentes del Fondo de Fiscalización de las Telecomunicaciones (Fistel).

Creemos que no es necesario usar fondos del Tesoro Nacional para esto fines toda vez que la propia industria audiovisual y los servicios de comunicaciones que se nutren de ella pueden proveer los recursos necesarios para conformar el fondo de fomento para la producción de contenidos audiovisuales no cinematográficos. Ya hoy un 25% de los gravámenes que del Ex AFSCA se derivan al INCAA deberían dedicarse a la promoción de la producción de contenidos para televisión (Art. 97 del Decreto 1225/2010), a esto pueden agregarse los gravámenes que tributen las señales de los servicios de radiodifusión por suscripción así como los que se establezcan para los OTT en sus diferentes modalidades y también con parte de los gravámenes que hoy tributan las empresas de telecomunicaciones que brindan servicios de ISP y transmisión de datos tanto por redes fijas, como satelitales o radioeléctricas.

Esto último que es similar a lo que ocurrió en Brasil al derivar un porcentaje del Fondo de Fiscalización de las Telecomunicaciones (Fistel) al Fondo Sectorial del Audiovisual gestionado por ANCINE es de cierta forma y guardando las distancias equivalente a lo que aconteció en nuestro país en el año 1994 cuando se incrementó el fondo de fomento a la cinematografía nacional con una parte de los gravámenes que en ese momento pagaban al COMFER los canales de aire, los sistemas de TV de pago y las señales. Actualmente se estima que más de un 40% del tráfico de internet tanto física como móvil corresponde a contenidos audiovisuales, las nuevas generaciones casi no ven televisión en la forma a la que estamos acostumbrados sino que consumen los contenidos televisivos en otras pantallas y en forma no lineal, por ello consideramos que derivar parte de los gravámenes que tributan

las empresas de comunicaciones que dan servicios de internet con vinculo físico o móvil para un fondo de fomento a la produccion de contenidos no cinematográficos es una forma para que los usuarios que disfrutan de esos contenidos y las empresas que realizan la venta de las conexiones que permiten ese trafico contribuyan con la industria audiovisual que los produce.

4. Conclusión

La CAPPA, tal como mencionamos precedentemente es una asociación de empresas nacionales independientes que trabajan para el fortalecimiento de la industria audiovisual argentina con el objetivo de proteger y promover la producción audiovisual nacional independiente generando contenidos originales en todos los géneros y para todo tipo de pantallas.

Trabajamos para detectar y organizar los intereses específicos de este segmento emergente de la industria, en permanente diálogo con otros actores del ámbito público y privado, y por dicho motivo entendemos fundamental incluir las modificaciones propuestas en el proyecto de reforma, actualización y unificación de las Leyes 26.522 y 27.078, para que no se alteren o afecten principios fundamentales de la industria.

Solicitamos encarecidamente se ponga especial énfasis en el fomento de la actividad para **Productoras Nacionales Independientes**, generando cuotas de pantallas a cumplir por todas las señales que emiten en el territorio nacional, sean de aire, pagas, nacionales o internacionales.

Es fundamental que en la Ley de Comunicaciones Convergentes no se alteren las condiciones de cumplimiento de las regulaciones sobre contenido existentes para los servicios de televisión por suscripción que eventualmente pasen a considerarse como de telecomunicaciones, así como se regulen los servicios OTT obligándolos a operar bajo las leyes del país incluyendo la tributación de los impuestos que graven la actividad y el cumplimiento de cuotas de producción nacional e independiente.

Por todo ello, Sres. Miembros de la Comisión les solicitamos tengan en cuenta nuestros aportes al momento de redactar el proyecto de reforma, y nos encontramos a disposición para reunirnos y realizar todos los debates que sean necesarios en pos de lograr estos objetivos.