



ACTIVIDAD PARTICIPATIVA

COMISIÓN PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE REFORMA, ACTUALIZACIÓN Y UNIFICACIÓN DE LAS LEYES NROS. 26.522 Y 27.078

14 de diciembre de 2016

Miembros de la Comisión presentes:

Silvana Giudici, Andrés Gil Domínguez, Héctor Huici.

Organizaciones participantes y representantes:

Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA)

Luis Tarsitano (miembro de Consejo Ejecutivo)

Andrés D´Alessandro (Director Ejecutivo)

Es una organización nacional sin fines de lucro fundada en 1962, que actualmente agrupa a 180 empresas periodísticas de todo el país, editoras de diarios, periódicos, revistas y sitios web. Desempeña un rol cada vez más activo en la defensa y promoción de la libertad de prensa, piedra fundamental del sistema democrático y republicano argentino. Gracias a su tarea, Adepa se ha transformado en un paraguas de protección frente a los ataques a la prensa y a todo aquel que quiera expresarse libremente. También impulsa acciones judiciales en defensa de la libertad de prensa, el derecho a la información y la independencia de la industria periodística.

Comisión Usuarios ENACOM

Ricardo Nasio (Coordinador)
Ricardo Vago

En la Comisión de Usuarios del ENACOM están representadas las organizaciones de Defensa del Consumidor, debidamente registradas ante la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor, con interés en el ámbito de las telecomunicaciones.

Colegio de Abogados de la Ciudad (CACBA)

Noelia Reyes

Desde su nacimiento, el Colegio ha albergado a prestigiosos abogados de nuestra ciudad quienes, unidos por el deseo de mejorar la profesión día a día, han participado y colaborado voluntariamente con su crecimiento y grandeza.

Una de sus preocupaciones son los problemas que afectan el funcionamiento diario de nuestra justicia.

Red Intercable

Jorge Di Blasio (Presidente)
Lucio Gamaleri (Vicepresidente)
Fabián Di Cicco (Gerente General)

Red Intercable es una organización integrada por cableoperadores independientes de Televisión por Cable de la República Argentina, que hace de la sinergia de empresas su valor máspreciado. Actúa como mandataria de más de 230 pymes con presencia en más de 580 localidades de 21 provincias argentinas, alcanzando un universo potencial de más de 610.000 hogares.

Las instituciones presentes hicieron uso del tiempo estipulado en el reglamento para realizar sus presentaciones las cuales constan en la versión taquigráfica de la reunión.

Los miembros de la Comisión realizaron preguntas a los expositores quienes ampliaron los conceptos de sus presentaciones. Habiéndose cumplido los objetivos de la convocatoria se dio por concluida la actividad.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la sede del ENACOM sita en la calle México 571, a los catorce días del mes de diciembre de 2016, a la hora 14 y 10:

Sra. Coordinadora (Giudici).- Buenas tardes a todos. Gracias por acercarse a la comisión redactora. Esta es la reunión número 20 de esta modalidad, que dimos en llamar “reuniones participativas”. Ustedes saben que la comisión redactora, creada por Resolución 9 del ministro de Comunicaciones, establece la responsabilidad de esta comisión en la redacción de la nueva ley de comunicaciones, y una de las primeras decisiones que tomamos dentro de esta comisión fue la de encarar reuniones y distintas modalidades de participación para la sociedad, porque nos parece que es una ley muy importante, que tiene que tener contemplada en ella todas las voces, sobre todo aquellas que tienen interés dentro de su ámbito de acción, tanto en materia de contenidos como en materia de radiodifusión, de telecomunicaciones y también de Internet.

Como se imaginan, en veinte reuniones a lo largo del año –empezamos en abril- hemos escuchado a muchas organizaciones. Más de 70 organizaciones han acudido a este tipo de reuniones durante el año, y además, realizamos cinco debates académicos, en una actividad realmente federal, recorriendo toda la Argentina. Hemos ido a Jujuy, a Córdoba, a Rosario, a Mendoza, a la UBA, en la Ciudad de Buenos Aires, así que fue realmente un año muy intenso de participación. Además tenemos dos seminarios internacionales realizados, donde pudimos establecer comparaciones con las regulaciones convergentes de distintos países del mundo, y una consulta digital, que todavía está abierta, y que termina en el día de mañana, para que todos los ciudadanos, independientemente de participar o no en alguna organización vinculada a esta temática, puedan opinar desde cualquier lugar del país.

Así que terminamos un año realmente muy intenso de reuniones, en donde todos nos hemos enriquecido escuchando y aprendiendo de las distintas posturas.

Hoy los recibimos, entonces, en la última reunión del año, y ustedes son las últimas organizaciones en participar. Les quiero aclarar un poco la metodología: son 15 minutos por organización. Luego de esos 15 minutos, los miembros de la comisión formulan preguntas; en el orden en que se van formulando esas preguntas, se responden, y si alguna organización tiene algo para agregar, es en ese momento en el que pueden hacerlo.

Por otra parte, pueden presentar material escrito, digital, gráfico, audiovisual, como quieran hacerlo, a partir de este momento hasta el día de mañana, que es cuando cierra definitivamente la posibilidad de hacer aportes a la comisión.

Por lo tanto, vamos a darles entonces la palabra. Les pedimos respetar los 15 minutos. El secretario de la comisión les va a ir marcando el tiempo a medida que se acerque el final.

Vamos a empezar con la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas, ADEPA. Nos acompañan hoy Luis Tarsitano, que es miembro del Consejo Ejecutivo, y Andrés D'Alessandro, que es el Director Ejecutivo.

ADEPA es una organización nacional sin fines de lucro fundada en 1962, que actualmente agrupa a 180 empresas periodísticas de todo el país, editoras de diarios, periódicos, revistas y sitios web. Desempeña un rol cada vez más activo en la defensa y promoción de la libertad de prensa, piedra fundamental del sistema democrático y republicano argentino.

Andrés, te damos la palabra.

Sr. D'Alessandro.- Muchas gracias; muchas gracias a todos los integrantes de la comisión, y a Silvana, por la convocatoria.

Lo mío es simplemente para darle la palabra a Luis Tarsitano, que va a leer un documento que preparamos para presentar ante ustedes, comisionados. Está bien dicho, ¿no? Son comisionados. Quería excusar simplemente al doctor Badeni, quien no nos pudo acompañar porque tenía otra actividad, pero que también participó en el trabajo de elaboración de ADEPA que, como bien señalaba Silvana, la perspectiva que viene a aportar, y que siempre ha sostenido a lo largo de todas las discusiones relacionadas con radiodifusión o telecomunicaciones, tiene que ver con la defensa de la libertad de expresión y de la libertad de prensa. Así que Luis Tarsitano, que es miembro del Consejo Ejecutivo, es director de Institucionales de El Tribuno de Salta y de El Tribuno de Jujuy, y presidente de honor de la Asociación Internacional de Radiodifusión, quien va a leer el documento.

Sr. Tarsitano.- Muchas gracias, Andrés.

Reitero mi agradecimiento a los miembros de la comisión, y también a los colegas que van a hacer uso de su expresión y darán su opinión sobre el tema.

Les pido ante todo perdón, porque voy a leer. No es mucho, pero lo voy a leer. Espero entrar en los 15 minutos.

ADEPA fue invitada para expresar su posición ante la discusión de una nueva regulación convergente en medios audiovisuales y de telecomunicaciones.

Frente al proceso de elaboración de un anteproyecto de ley, que tiene por objeto la reforma, actualización y unificación de las leyes 26.522 y 27.078 y el establecimiento de los principios sobre los cuales se basará la ley de comunicaciones convergentes, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas –ADEPA- reitera la necesidad de actuar con prudencia y aplicando un enfoque empírico para evitar la reiteración de los errores cometidos y en que se incurrió al sancionar la 26.522.

Por la supremacía otorgada a ciertas concepciones ideológicas, esta norma, además de ser arbitrariamente restrictiva de la libertad de expresión, nació superada por los avances tecnológicos y los avances doctrinarios que se forjaron en las Naciones Unidas,

en la UNESCO, y que generaron las Cumbres Globales sobre la Información, que duraron del año 2003 al 2007, comenzando en Punta Cana, América Central, y terminando en Túnez, África, en el año 2005. Aspiramos a que no se repita una frustración similar. En este caso, afirmamos o reafirmamos la necesidad de ubicar a la libertad de expresión, el acceso a la información pública y el pluralismo como elementos esenciales de la convergencia entre los servicios audiovisuales y las telecomunicaciones.

Hace ya más de veinte años que nuestra entidad destaca que nos enfrentamos a una nueva etapa de la historia de la humanidad, que es la era de la comunicación social sin restricciones. Esta etapa, en sus aspectos políticos, económicos y culturales, coincide con la tendencia hacia la conformación de una sociedad internacional y la gestación de una comunidad global, en un proceso dinámico y creciente de desregulación de los medios técnicos de comunicación social, que excluye toda intromisión gubernamental destinada a delimitar los contenidos de la libertad de expresión.

Esa realidad nos impone un desafío cotidiano, cual es el de tolerar el amplio ejercicio de la libertad de expresión, con la convicción de que sus eventuales falencias en un lapso inmediato o mediato, medido con los parámetros de aquella historia de la humanidad, jamás podrán ser desterrados por leyes, sino con la educación para vivir en libertad y la consecuente condena espontánea de la sociedad.

Sobre la base de esa concepción, y siguiendo los lineamientos establecidos ya hace décadas en diversos documentos internacionales, como dije antes, de la ONU, UNESCO, de la OEA, a través de su Convención Americana sobre Derechos Humanos, ADEPA reitera la ineludible necesidad de que las normas legales que se proyecten sobre la materia se abstengan de regular los contenidos de las emisiones y se limiten a contemplar una concordancia armónica tan solo en los aspectos tecnológicos, sin llegar al extremo de utilizar esa misma vía para limitar o desconocer la amplia libertad de expresión que está garantizada por nuestra Constitución Nacional, por los tratados internacionales sobre derechos humanos antes mencionados, que se adecuen a ella, como así tampoco a la amplia gama de diversos derechos reconocidos por nuestro ordenamiento jurídico.

Estas recomendaciones básicas formuladas por ADEPA están respaldadas por la experiencia, que no puede ser omitida por la invocación de las más variadas hipótesis forjadas por un esnobismo intelectual o las regulaciones legales existentes en otros países, que además de ser inútiles para ellos, no responden a las tradiciones republicanas argentinas.

Es así que ADEPA califica de retrógradas a las normas que establecen los objetivos a los cuales deben responder los contenidos de los pensamientos que se manifiestan por los medios de comunicación, porque su inserción en las normas, unida a la facultad otorgada a la autoridad administrativa para aplicar sanciones por aquellas conductas que no se encuadran en los contenidos legales, constituyen un exceso que se mimetiza con la censura.

Otro tanto acontece con las normas que facultan al Estado a imponer restricciones para satisfacer necesidades generadas por la seguridad nacional y que en la práctica se transforman en vergonzosas campañas de propaganda gubernamental. El gobierno bien puede concretar ese objetivo declarando el estado de sitio o utilizando sus propios medios de comunicación social, pero sin restringir el desenvolvimiento de los demás imponiendo restricciones a los contenidos.

También se encuentran las normas que crean impuestos específicos para los medios, a veces proporcionales al monto de la facturación bruta, apartándose de la doctrina que califica como muestras de censura previa a todas las imposiciones tributarias aplicables en forma exclusiva y excluyente a los medios de comunicación social.

Este sistema, que suele ser presentado bajo la falta apariencia de un canon, en rigor es un impuesto que grava el proceso de comunicación, algo inadmisibles en este siglo XXI.

Normas regulatorias deben evitar las tan usuales violaciones de los artículos 17, 20 y 28 de la Constitución Nacional, estableciendo trabas arbitrarias para el desenvolvimiento de las empresas de comunicación social, con la consecuente colisión con el incremento de los puestos de trabajo y la inversión de capitales que traen aparejadas las cláusulas del progreso a las cuales aluden los incisos 18 y 19 del artículo 75 de nuestra Constitución.

Nuestra entidad aspira a que la comunicación social no sea calificada legalmente como un bien social y a los servicios de comunicación como servicios públicos o como servicios de interés público, expresiones que son utilizadas para justificar generalmente las violaciones más escandalosas a la libertad de expresión y a las empresas de comunicación social, tirando por la borda el contenido claro del artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, tal como acontece en los regímenes dictatoriales que todavía se nutren de conceptos arcaicos utilizados en los siglos XIX y XX. En rigor, los servicios y la actividad de la comunicación mediante la libertad de expresión tienen y responden a una finalidad social, para satisfacer, siguiendo con la terminología de los autores españoles, el ejercicio de los derechos de informar y a la información, en el marco amplio de la convergencia para la comunicación.

En este sentido, es conveniente plantear una cuestión central en el proceso que nos convoca. Los procesos de convergencia en la industria mediática datan de los años ochenta, en el auge de la TV por cable, pero es en los noventa, con la aparición de Internet a nivel global, cuando el fenómeno se magnifica y se profundiza. Este fenómeno, que impacta tanto en el plano tecnológico como en el empresarial, con la expansión de las redes fijas y móviles de comunicación, comenzó a transformar velozmente la configuración de la profesión periodística, y por ende, también a las redacciones, su arquitectura, sus organigramas, un proceso que aún continúa en nuestros días y que se ha tornado imparable con la irrupción de las redes sociales y el uso intensivo de teléfonos inteligentes por parte de la gente en todas partes del mundo.

Tal fue el impacto de los cambios que se fueron produciendo paulatinamente en la industria que el de convergencia ya era un concepto de moda hace casi diez años. En junio de 2006 se realizó en Moscú el Congreso anual de la WAN, que es la Asociación Mundial de Periódicos. Premonitoriamente, en ese encuentro ya se hablaba de algo que hoy es una realidad: la convergencia de distintas plataformas, como el soporte de papel con el diario en la web, las fotos, videos o infografías, que facilitan la cobertura multimedia. A esto habría que agregar los móviles y prácticamente era una premonición.

Sin embargo, tres años después, después del congreso internacional, en 2009 surgió la conocida ley 26.522, que por supuesto no hizo caso a ninguno de los antecedentes previos, y en muchos casos las citas que trae son falsas.

Es de esperar que una nueva legislación encare este problema no abordado por la anterior, a través de una normativa que busque, entre otras cosas, impulsar la conectividad de banda ancha a través de la expansión de las redes fijas y móviles y que, sobre esta normativa, se consolide una mayor oferta de medios y contenidos.

Voy a sintetizar diciendo lo siguiente: primero, que se abstenga de introducir toda norma que imprima contenidos obligatorios a las emisiones.

Segundo, evitar las transferencias acríticas, consistentes en la adopción de modelos o soluciones imperantes en la legislación extranjera, partiendo del preconcepto de que ellas son buenas y sin analizar su adecuación a las modalidades sociales locales.

Recordemos una vez más que jurídicamente la Argentina es un país que registra una amplia y sólida libertad de expresión, mucha mayor a la que se advierte en algunos otros países latinoamericanos, como así también a la que se presenta en las naciones europeas, que culturalmente prosiguen sujetas a ciertas restricciones a la libertad de expresión propias de las monarquías del siglo XVIII y de la burguesía del siglo XIX.

Tercero, evitar toda imposición tributaria de naturaleza específica y únicamente aplicable a los medios.

Cuarto, limitar la intervención de la autoridad administrativa a la regulación de aspectos técnicos que permitan coordinar el funcionamiento de los medios de comunicación, a los fines de su excelencia y el cumplimiento de las normas internacionales.

Quinto, suprimir toda restricción directa o indirecta de la libertad de expresión.

Sexto, simplificar la conformación y funcionamiento del organismo administrativo de aplicación; privilegiar en su composición las características de idoneidad, imparcialidad, solvencia técnica, y garantizar el cuestionamiento de sus decisiones ante la Justicia Federal, cuando sean afectados derechos subjetivos.

Sentar la base para el diseño de políticas públicas en materia de comunicación convergente, que den mayor sustentabilidad a la industria nacional de producción de contenidos informativos, y establecer criterios para limitar potenciales incompatibilidades

o conflictos de interés en el caso de explotación de medios por concesionarios de negocios estatales, tales como las obras públicas, el azar, la energía y toda otra actividad que requiera el brevet de servicio público.

Garantizar la equidad en el tratamiento regulatorio y fiscal, como ya hemos dicho; propiciar la protección de la propiedad intelectual de los productores de contenidos; otorgar a las licencias la necesaria seguridad jurídica para sostener las inversiones que se hagan, que exige la producción de contenidos de calidad y la transformación tecnológica.

Promover el ordenamiento del espectro radioeléctrico a través de un plan técnico que tenga en cuenta un análisis de las potencialidades reales de cada mercado, y en el que además se tengan en cuenta las variedades de calidad periodística y solidez económica de los medios, y también, un prudente equilibrio con los otros servicios de telecomunicaciones. Se sabe, a nivel internacional, la puja del espectro radioeléctrico entre los medios de radio y televisión y las compañías telefónicas. Tratar de evitar esas rispideces.

Generar una competencia real de plataformas de servicios integrados para mejorar la calidad y el valor de las comunicaciones que reciben los usuarios en un entorno convergente, y cierro diciendo que tengan mucha suerte y que este papel mañana lo van a tener como un aporte que hace nuestra entidad, con toda buena fe y respeto hacia todos los que expresan su opinión a esta comisión. Muchas gracias.

Sra. Coordinadora (Giudici).- Muchísimas gracias.

Vamos a pasar ahora a la Comisión de Usuarios que funciona en el ámbito del ENACOM. Nos acompañan Ricardo Nasio, que es el coordinador, y Ricardo Vago.

En la Comisión de Usuarios del ENACOM están representadas las organizaciones de defensa del consumidor debidamente registradas ante la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor, en el ámbito de las telecomunicaciones. Sus quince minutos, gracias.

Sr. Nasio.- Buenas tardes. Creo que no va a hacer falta tantos minutos, porque lamentablemente, después de nueve meses que está la comisión trabajando, recién hoy pudimos tener la suerte de poder asistir y participar en una reunión, justamente la última.

Lamentablemente no se nos ha informado, siempre se nos ha marginado a esta comisión, basta decir que es una comisión que trabaja dentro del ENACOM y nunca ningún director nos vino a saludar; con eso les digo todo. Nunca nos dieron la bienvenida, excepto...

Sr. Gil Domínguez.- Doctor Nasio: me parece que tiene una confusión. Primero, la comisión no funciona en el ámbito del ENACOM; la comisión funciona dentro del ámbito del Ministerio de Comunicaciones. Y en segundo lugar, ninguna organización ha participado en esta reunión más de una vez...

Sr. Nasio.- Bueno, si quiere hablar usted en lugar de mí, ¿por qué no hace una cosa? Anote

todas las aclaraciones, escribálas, y cuando termine yo, las plantea, porque si no, vamos a estar como esos cachivaches de televisión.

Le estoy manifestando que lamentablemente no nos han convocado en un tiempo oportuno; no hay tiempo material, nos dicen que mañana está la consulta digital, y lamentablemente quiero que aclaren este manifiesto, que dice: "La comisión ha convocado a representantes de consumidores". No sé cuándo lo editaron, pero recién hoy estamos acá, lo cual nos conmueve. Queremos observar esto que estamos viviendo y, al mismo tiempo, con este poco tiempo material, queremos pedir que dentro de esta ley se vea la posibilidad de que todo el servicio de comunicaciones móviles sea servicio público, que se cree un registro nacional de infractores y se vea lo del medio ambiente, porque acá lo del medio ambiente parece como si no existiera en todos estos sistemas.

Por ahora, nada más, y lamentablemente, perdonen si manifesté algo que le agravia a usted o a la directora. Es más, quiero aclarar que la directora y Gastón fueron los únicos que realmente en nuestra comisión nos ayudaron e hicieron darnos fuerza.

Sr. Gil Domínguez.- Si me permite, le quisiera aclarar algunos temas y algunos temas personales. Esta comisión trabaja en el marco del Ministerio de Comunicaciones, no del ENACOM. Esta comisión trabaja ad honórem; en mi caso, yo ni siquiera soy funcionario. Esta comisión desde febrero está escuchando a todas aquellas organizaciones que han querido participar, con la misma cantidad de tiempo, en condiciones igualitarias, y yo lamento que teniendo la oportunidad de poder escucharlo a usted, como representante de los usuarios y con su experiencia, no nos haya hecho ningún aporte relevante y realmente se haya dedicado en este poco tiempo a una suerte de ataque frontal a nosotros. Yo lo lamento.

Sr. Nasio.- Parece que no me escuchó o no me entendió bien. Yo le dije que, atento a que no nos dieron la oportunidad en un tiempo material adecuado, y de informarnos para poder evacuar y proponer nuestros temas, lamentablemente -le estoy diciendo- hoy es la última reunión; hace nueve meses que está esto...

Sra. Coordinadora (Giudici).- Entonces tendrían que tener preparado el material.

Discúlpeme, le quiero decir una cosa. Es la primera vez que estamos rompiendo la metodología de la reunión. En veinte reuniones, nunca nos pasó esto. Así que le voy a pedir que nos atengamos a los 15 minutos que tenemos cada organización, y después, cuando empieza el momento de las preguntas, usted podrá aclarar lo que quiera.

Vamos a seguir ahora con la próxima...

Sr. Nasio.- Bueno, pero a mí me están pidiendo aclaraciones.

Sra. Coordinadora (Giudici).- Después le voy a dar su tiempo, cuando tengamos las preguntas.

Vamos a seguir, por respeto al resto de las organizaciones, con el Colegio de Abogados. Tenemos presente a la doctora Noelia Reyes, muchas gracias por venir.

Desde su nacimiento, el Colegio ha albergado a prestigiosos abogados de nuestra ciudad, quienes unidos por el deseo de mejorar la profesión día a día, han participado y colaborado voluntariamente con su crecimiento y grandeza.

Una de las preocupaciones son los problemas que afectan al funcionamiento diario de nuestra Justicia. La escuchamos, Noelia.

Sra. Reyes.- Disculpen, pero tampoco voy a hacer uso de la palabra. Vengo en representación de Diego Alonso, que habitualmente trabaja en el ámbito de la comisión, en representación del Colegio de Abogados, así que lo excuso a él y un poco vine a escuchar las ideas para transmitirle luego el mensaje y ver si podemos hacer alguna presentación también antes de mañana.

Sra. Coordinadora (Giudici).- Muy bien. Les recuerdo que la comisión termina mañana con las actividades participativas. Todavía hay una consulta digital, en la web, que ha recibido más de 700 aportes, donde cada uno, como ciudadano, puede también ingresar una opinión. Hasta el día de mañana hay plazo.

En el caso, entonces, del Colegio de Abogados, esperamos hasta el día de mañana, si quieren hacer su presentación.

Sra. Reyes.- Gracias.

Sra. Coordinadora (Giudici).- De la Red Intercable nos acompañan su presidente, Jorge Di Blasio; el vicepresidente, Lucio Gamaleri, y el gerente general, Fabián Di Cicco.

Red Intercable es una organización integrada por cableoperadores independientes de Televisión por Cable de la República Argentina, que hace de la sinergia de empresas su valor máspreciado. Actúa como mandataria de más de 230 pymes con presencia en más de 580 localidades de 21 provincias argentinas, alcanzando un universo potencial de más de 610.000 hogares.

Los escuchamos.

Sr. Di Blasio.- Buenos días a todos los que están aquí presentes en esta ocasión. Queremos agradecer y destacar la apertura en términos de la comunicación que venimos recibiendo a lo largo de todo este año. Hay un concreto cambio de paradigma en la comunicación de todas las entidades que tienen que ver con lo que a nuestra actividad principal se refiere.

Nosotros venimos del mundo de la comunicación audiovisual y hemos encontrado, en los meses que lleva adelante esta gestión, la receptividad en términos de la comunicación que nos ha permitido exponer nuestras problemáticas y plantearlas ante todos los ámbitos que entienden en esta cuestión.

Ahora bien, adoptando la modalidad que ustedes han llevado a cabo, yo también voy a dar lectura a un documento que vamos a dejar en la comisión, que consta de una serie de propuestas, así que vamos a dedicarle el tiempo a exponer dando lectura al documento, para ser más precisos y totalmente respetuosos del tiempo necesario.

El nuevo marco regulatorio establecido a partir del dictado del decreto 267 reconoce la convergencia como una realidad presente en nuestros días. Luego de la falta de inversiones y reglas de juego poco claras, es inminente que la industria del entretenimiento y la comunicación en el país se vea fuertemente influenciada por la convergencia de servicios y la modalidad de los mismos. Se trata de un proceso ya iniciado pero que, por diferentes razones, no tiene aún altos niveles de visibilidad. Más allá de cualquier debate que se pretenda dar, queda claro que el usuario final se convertirá en protagonista principal de estas transformaciones, y con su poder de elección y permanencia, establecerá claramente el umbral de exigencias en materia de servicios.

En este contexto, consideramos que la futura ley de comunicaciones convergentes debería concebirse pensando en favorecer el desarrollo ordenado de nuevos servicios convergentes, creando adecuados marcos de competencia para los distintos actores dispuestos a participar del mercado. Esto implica una justa valoración de quienes han desarrollado la industria hasta el presente y una apertura paulatina, fuertemente regulada y ponderada para los entrantes.

En este punto resulta oportuno describir a la comisión redactora el aporte diferencial que realizan los operadores pymes de la República Argentina. A pesar de la falta de un marco regulatorio dinámico y moderno que contribuyera a desarrollar las potencialidades de la industria de los servicios de comunicación en este país y la indiferencia del Estado durante más de cincuenta años en cuanto a reconocer el rol diferencial de los medios pymes en pos de la federalización de la industria, son estos los que, con sus redes alternativas de "última milla", hacen posible en cientos de pueblos de la República Argentina la prestación de servicios de televisión e Internet. Eso ocurre hoy en la República Argentina.

En efecto, allí donde no llegan grandes operadores por falta de rentabilidad, son medios pymes los que compensan la falta de inversión de los grandes operadores. Las cifras son contundentes. Nuestro país cuenta con unos 2.279 gobiernos locales, entre municipios, comunas y otros, de distinta envergadura, pero son unos 2.279, de los cuales, según conocemos, el 36 por ciento se encuentran servidos –en términos de los servicios que estamos hablando– por operadores pymes, siendo en muchos casos también los que ofrecen conexiones de Internet. Implica esto que más de 800 localidades del país están servidas por pymes, representando solamente el 10 por ciento del universo de usuarios.

De lo expuesto se deduce que estamos hablando de pequeños operadores que hacen o brindan grandes servicios o equilibran las oportunidades que tienen los distintos ciudadanos de este país, más allá del lugar donde viven.

En resumen, el concepto de convergencia tecnológica está relacionado con el despliegue de redes físicas y modernas, aptas para la prestación de servicios convergentes. Entendemos que este despliegue de última milla solamente se hará realidad de la mano de cableoperadores pequeños cuando existan condiciones favorables de inversión con posibilidades ciertas de repago de la misma.

Lo expuesto implica que una apertura sin consideraciones particulares puede poner en riesgo la dinámica y continuidad de un sector que es el que más hace por la federalización de las comunicaciones convergentes en el país.

Ahora bien, habiendo descrito el aporte diferencial que realizan las pymes, hemos de adentrarnos en nuestra propuesta y en nuestra perspectiva acerca de la futura ley de comunicaciones convergentes.

La convergencia tecnológica entre medios audiovisuales y telecomunicaciones, caracterizada por la convergencia entre diversas tecnologías en los servicios de video, telefonía e Internet de banda ancha, es una realidad indiscutible en el mundo de hoy, que no solo beneficia a los usuarios y consumidores sino a toda la población y al sistema democrático en su conjunto. Los sectores de medios audiovisuales y telecomunicaciones, merced a la evolución de distintas tecnologías asociadas y al despliegue de redes físicas de fibra óptica han eliminado las barreras que originalmente las separaban.

Desde nuestra perspectiva, el problema no radica en la necesidad y conveniencia de una regulación común, sino en el hecho de que no puede regularse con eficiencia y preservando lo existente sin distinguir las características de los distintos actores que habrán de participar en la prestación de servicios convergentes, y lo que se pretende en términos de objetivos a cumplir, como parte de la aplicación de una nueva normativa, se encuentra reflejado –entendemos nosotros- en los 17 principios que regirán la ley de comunicaciones convergentes, dados a conocer oportunamente por la comisión redactora.

Entendemos entonces que el conjunto de principios que regirán la ley representan la esencia del pensamiento del gobierno en cuanto al marco regulatorio que habrá de impulsar para favorecer el desarrollo ordenado de los servicios convergentes. La amplitud y diversidad de los mismos abre sin embargo una serie de interrogantes, y por qué no, estimula en nosotros ciertas buenas expectativas, por cuanto el cumplimiento de algunos de aquellos principios a los que estamos refiriéndonos, en un país con las características demográficas de la República Argentina, solamente será posible si existe una real vocación de sostener medios audiovisuales locales capaces de garantizar la pluralidad de voces, la no discriminación y la libertad de expresión como precondiciones estructurales del Estado constitucional de derecho.

Estos principios –no me voy a extender ahora en mencionarlos- fundamentalmente, de la lectura que hemos dado a los mismos, son el principio número 1, el 2, el 4 y el 17, que se apoyan, en su cuestión conceptual, en la pluralidad de voces, en la no discriminación, en la participación de los medios comunitarios, y si hacemos referencia a esas 800 localidades servidas por pymes, donde hay un canal propio que les da cabida a las poblaciones locales, solamente son cumplibles mientras estas empresas tengan vida, y estas empresas pueden tener vida si existe una regulación que las distinga.

En tal sentido, el régimen regulatorio que finalmente se establezca en el país se constituirá en factor de desarrollo en tanto y en cuanto favorezca las inversiones en redes físicas con límites claros y perdurables en el tiempo.

La incertidumbre que existe en los cableoperadores pymes en el momento, habida cuenta de una falta de claridad, no hace otra cosa que coartar o demorar las inversiones que están dispuestos a realizar. En efecto, estamos hablando de inversiones que superan holgadamente los 3.500 millones de pesos en el conglomerado de empresas pymes de las que estamos hablando. Sin perjuicio –todo ello- de la capacidad de creación de empleo local, esto implica mano de obra calificada, arraigada a los sitios donde se presta servicio. Las empresas pymes podemos entenderlos largamente porque nuestra lucha tiene años, para que adquieran visibilidad, y entendemos que estamos en el lugar adecuado para que finalmente esto pueda traducirse en hechos concretos. Nosotros tenemos expectativas favorables; no obstante, queremos dejar planteadas una serie de propuestas para que obviamente la comisión las evalúe.

Estas propuestas las voy a leer en su título y estamos en capacidad de poder respaldar cada una de ellas o dándole lectura al contenido que respalda cada una de las propuestas o bien exponerlas, como ustedes mejor consideren conveniente.

La primera de ellas es mantener la imposibilidad de acceso de los prestadores de servicios telefónicos, básico y móvil, a la prestación del servicio satelital de televisión directa al hogar. Esto es, estamos diciendo que lo que se contempló en el decreto 267/15, donde se dice que las compañías telefónicas no presten servicios de televisión directa al hogar, sea continuado en la futura ley de comunicaciones convergentes. Todo esto lo podemos fundamentar holgadamente.

Extender el plazo de restricción de acceso de los prestadores de servicios de telefonía básica y móvil a la prestación de servicios de radiodifusión por suscripción por vínculo físico y/o radioeléctrico en las zonas de prestación donde opera un prestador pyme, de hasta 80.000 habitantes. Tenemos toda una fundamentación para respaldar lo que estamos diciendo.

Mantener la imposibilidad de acceso de los prestadores de televisión directa al hogar como prestadores de servicios de telecomunicación, y en particular, Internet satelital. También lo podemos fundamentar.

Establecer la obligatoriedad de disponer de espacios para difundir contenidos locales a prestadores de servicios de televisión por suscripción.

Establecer procedimientos de control efectivo y en tiempo real para impedir incumplimientos por parte de las cooperativas de servicios públicos que presten o pretendan prestar el servicio de televisión por radiodifusión por suscripción.

Regular a los servicios de video por demanda, es decir, los servicios hoy conocidos como OTT.

Crear las facilidades para acceso a servicios móviles por parte de las empresas pymes.

En los dos minutos que me quedan, voy a leer nuestras conclusiones.

La industria del cable nació en la Argentina de la mano de los operadores pioneros, todos ellos pequeños y medianos emprendedores que arriesgaron todo en pos de suplir la falta de presencia del Estado en la protección cultural de nuestro territorio. Es bueno y necesario que se sepa: son pymes las que desde hace años, en su área de prestación, contribuyen a reducir la brecha digital mediante la provisión de servicios de televisión de Internet y banda ancha. Son pymes las que invierten capital propio y generan miles de puestos de trabajo con arraigo local. Son pymes las que enarbolan el estandarte de la soberanía y la identidad cultural.

Una nueva ley, que se precie de justa y equitativa, debería contemplar esta realidad, además de conservar y mejorar las condiciones que permitieron el nacimiento, crecimiento y desarrollo de una industria nacional comprometida con el país. Debe contener limitaciones a servicios que operan sin inversión en infraestructura y privilegiar el despliegue de banda ancha por fibra óptica, que tal como lo hay señalado la CEPAL, por cada 10 por ciento de aumento de despliegue, puede llegar a aumentar hasta 2 puntos el PBI en países como el nuestro. Debe ser una ley que convierta a la industria en un motor de desarrollo social, tal como lo hemos sido nosotros.

Una nueva ley debería contemplar un campo de juego nivelado y posibilitar el acceso rentable a la convergencia de servicios y movilidad de los mismos por parte de los actores pymes. Sin acceso a la movilidad y sin condiciones que contemplen las asimetrías no habrá desarrollo ni industria; solo negocios para los oportunistas de siempre.

Poner en riesgo la continuidad de este sector significa apagar las posibilidades de comunicación independiente y el verdadero desarrollo de la banda ancha en cientos de localidades de la República Argentina.

Sin más, y en el convencimiento de que la comisión redactora no podrá sino receptar positivamente nuestras propuestas, en pos de los objetivos que le encomienda el decreto N° 267, saludamos a ustedes con mucha cordialidad y agradecemos, por supuesto, nuevamente la deferencia que han tenido en recibirnos y otorgarnos estos 15 minutos que para nosotros representan muchísimo más en términos del valor que tienen, por haberle dado visibilidad, Silvana y miembros de la comisión, a nuestra organización.

Estamos sumamente agradecidos por ello.

Sra. Coordinadora (Giudici).- Muchas gracias a ustedes.

La metodología, entonces, ahora es que los miembros de la comisión formulan alguna pregunta; en el orden que se formulan, ustedes las responden, y también es el momento para agregar o aclarar alguna cosa, por lo exiguo del plazo.

De todas maneras, quiero decirles, en cuanto a la posibilidad de enviar documentación, no solo las presentaciones, sino documentación que quieran agregar, que hasta el día de mañana pueden hacerlo. Fíjense en la página de Internet del ENACOM, en el botón de la comisión redactora, donde tenemos un montón de material que ya ha sido aportado por las organizaciones que vinieron, como para que ustedes vean que no

es solamente digital. También pueden ser presentaciones audiovisuales, en PowerPoint y demás.

Andrés, ¿querés preguntar vos?

Sr. Gil Domínguez.- Sí, tengo dos pequeñas preguntas. Para ADEPA y Red Intercable, les quisiera preguntar a ambos si tienen alguna idea de cómo debiese ser la regulación de la OTT, si tienen algún punteo o algunos aspectos, y a Red Intercable le quería preguntar si están de acuerdo con lo que se debatió en el Congreso, cuando se ratificó el DNU 267, tanto en la comisión bicameral como en el plenario de la Cámara de Diputados, y después, con la declaración posterior, en términos de establecer una barrera de ingreso a las Telco por cinco años en localidades de hasta 80.000 habitantes, de ingreso de TV por satélite y TV por cable, si eso de alguna manera respondería a la inquietud de proteger a las pymes frente a la convergencia.

Sr. Tarsitano.- Si bien el tema de las OTT no es un tema particular de nuestra entidad, sí somos conscientes de que en todo proceso de transición digital las OTT tienen unas ciertas ventajas internacionales que pueden afectar los contenidos locales. Hay ciertas facilidades a nivel internacional que inclusive son bastante difíciles de regular para ustedes, pero el Sol no se puede tapar con las manos; llegan, entran a la casa de todo el mundo y sin pedir permiso.

Desde el punto de vista de la gráfica, la radio y la televisión abierta, es como una especie de amenaza, y de alguna manera habría que, como decía el caballero, nivelar. A veces no necesariamente hay que regular, sino que hay que encontrar mecanismos de nivelación. Repito que Netflix se preocupa muy poco por lo que hace en la Argentina porque todo lo maneja desde otro lado, y no solo él sino otras OTT, no se preocupan por los lugares donde van, no tienen restricciones de los lugares donde emiten, pero sí son, no diría una competencia desleal, sino desnivelada. Para un productor de contenidos nacional, generar un contenido es mucho más difícil, porque no tiene la fuerza, el poderío que el que puede tener una OTT. O sea, yo creo que la comisión tiene que mirar ese tema; no estoy capacitado para decir si lo tiene que regular. Si me preguntan como profesional de la radiodifusión, les diría que sí, porque yo vengo de una asamblea en Costa Rica, de mi asociación, y no hay ningún radiodifusor que no proteste por las OTT, por las móviles. Todos están protestando porque, evidentemente, si bien los mercados se van ampliando, se hace más difícil sostenerlos para los que están en esto. Como decía el caballero, él está en una localidad sirviendo a 50.000, a 30.000 o a 40.000 habitantes, y cumple una actividad que es requerida por su gente, y él no tiene el poder de decir que no a Netflix o a otro. Nadie -ni esta comisión- tiene el poder de pararlo. Pero a lo mejor lo tiene que ver, tiene que buscar una forma de nivelación; no sé cuál es el mecanismo, pero que crea preocupación en todos los productores de contenidos, de gráfica, radio, televisión y servicios de cable, sí, genera preocupación, como la van a generar otros fenómenos tecnológicos que están apareciendo.

Sr. Di Blasio.- Primero quiero agradecer la pregunta, porque nos da la posibilidad de incursionar en temas para los que tenemos una sensibilidad bastante especial. Creo que hay que separarla un poquito para entender mejor conceptualmente a qué nos estamos refiriendo con cada cosa. Voy a ver si hago esto.

Me voy a tomar la atribución de que nos hagamos carne un poquito de la pregunta que le formuló a la gente de ADEPA, para recoger el guante de esto de las OTT.

Nosotros estamos dejando una propuesta de por dónde pensamos que podría ir la cosa, pero a pesar de esto, fíjense la paradoja: el mundo OTT es el mundo de la televisión que viene, la televisión de lo que quiero, cuando quiero, donde quiero, está emparentada fuertemente con las OTT. Nosotros no tenemos un problema de piel con las OTT por el hecho de que existan. El Sol con la mano no se tapa; existe igual. Y los usuarios, como dijimos en nuestra presentación, mi estimado amigo, representante de los usuarios, son los que mandan. No importa dónde vivan, si viven en Loncopué, provincia del Neuquén, o en la Capital Federal; no importa dónde esté un ciudadano, tiene derecho a recibir los mismos servicios con la misma calidad, y en la medida que este ciudadano tiene menor edad, sus hábitos para acceder a los servicios han cambiado de un modo tal que uno no puede paquetizar una cantidad de contenidos y dárselos, "Tomá, esto es lo que vas a ver todos los meses". Estos pequeños, que van a ser grandes dentro de no muy poco tiempo y van a tener que tomar decisiones, que ya las están tomando a nivel de sus hogares, quieren ver lo que quieren, cuando quieren.

¿Tenemos tiempo para esto? ¿Podemos ampliar?

Sra. Coordinadora (Giudici).- Pueden ampliar, sí.

Sr. Di Blasio.- Entonces, el mundo OTT nosotros entendemos que hay que darle por donde le cabe, que es la cuestión impositiva, la cuestión tributaria, diseñar formas de gravar impositivamente el OTT que viene internacional. En Red Intercable somos conscientes de esta evolución de los usuarios y de la voluntad que cada uno de ellos va a expresar para elegir qué quiere, cuándo quiere, dónde, preguntas que en nuestra organización estamos tratando de responder porque entendemos que el futuro de la pyme no puede ser pedirle al Estado "Queremos cuatro años más..." -o cinco, ocho o diez, o lo que dijo la bicameral- "...de reserva de mercado".

Nosotros no queremos reservas de mercado para tener mercado cautivo; que se entienda bien. Nosotros queremos ser competitivos, queremos ser rentables, y si mañana le pedimos a un boxeador de 120 kilos que pelee con uno de 60 kilos, hablando de la nivelación, al boxeador de 120 kilos le voy a tener que atar la mano para que la pelea sea pareja, hasta que el chiquitito haya crecido o le haya encontrado la vuelta al grandote. Es la lucha entre David y Goliat; no es ni más ni menos que eso. Nosotros nos sentimos con esta capacidad. A los OTT hay que gravarlos, hay que buscar de monetizar los OTT que vienen de afuera para fortalecer los que haya adentro, y en ese sentido hay una capacidad que entendemos lo suficientemente prolífica a nivel de la comisión y de los que trabajan en la redacción de la nueva ley. Es decir, hay una inteligencia instalada para poder detectar estas necesidades. Pero al mundo OTT no lo podemos combatir desde negarlo o decir que no existe. Todo lo contrario, la propia Red Intercable está desarrollando su OTT porque necesita contestar esas preguntas. ¿Pero dónde va a ir el OTT de Red Intercable? En las redes propias. ¿Y quién puso la plata para desplegar esas redes para llegar a esos usuarios, para darles calidad y diversidad de servicios?

Entonces, seamos cuidadosos con quién hizo la inversión para posibilitar que esa misma gente pueda seguir haciendo inversiones, que creen un círculo virtuoso en el sentido de competitividad, rentabilidad, para reinvertir y ser más competitivos, y hacer un círculo virtuoso en lugar de uno vicioso.

Creo que había algo de los TDH en la pregunta, de qué opinábamos del dictamen de la bicameral. Claramente, primero estamos agradecidos de que por primera vez en cincuenta años de actividad, no voy a decir parlamentaria, porque el país tuvo varios años de dictadura donde el Parlamento tenía unos candados bastante fuertes, pero yo me retrotraigo a las leyes que hubo en nuestra industria, la 22.285, de la dictadura, con todo lo que sabemos, más las reformas que le hizo Menem primero y Kirchner después. Me olvido de la 19.798, de telecomunicaciones, de 1990, gracias a la cual se estableció en algún momento, por algún decreto que hubo después, un duopolio por diez años a Telefónica y Telecom. ¿Para qué eran los diez años en los que ellos no tenían que competir? Para fortalecerse. La adquisición de la antigua ENTEL y el desmembramiento en Telefónica y Telecom, ¿por qué se produce? Se produce para dividir y crear una ficticia competencia, porque se dividieron el país –y a las pruebas me remito-, y tuvieron diez años para fortalecerse, a cambio de lo cual pagaron una compañía nacional más barata.

Esa es la historia, con sus más y sus menos. Pero lo cierto es que este período de reserva de mercado existió. La pregunta es para qué se hacen las cosas. Como dije, están las leyes 19.798, 22.285, la 26.522, de comunicación audiovisual, en 2009; la 27.078, que nos amargó un verano, porque otra vez estábamos ausentes. Levantábamos la mano en todos lados, “Acá estamos”, “Acá están las pymes, por favor, téngannos en cuenta”, “Somos 800 municipios”. Con este pregón venimos desde la época de José Toledo, en los comienzos de Red Intercable, y nunca nos escucharon como este año.

Esto se tradujo por primera vez en palabra fuerte, escrita, en ese dictamen. Por lo tanto, estimado –el que nos hizo esta pregunta-, nosotros no podemos más que reconocer y agradecer que se nos haya tenido por primera vez en cuenta con un tiempo que entendemos que es exiguo igual, porque los cinco más cinco no responden a un proyecto de inversión que tenemos elaborado y que también puede respaldar cualquier consulta que nos puedan hacer, pero es reconocernos, es darle visibilidad a nuestro sector por primera vez y es una cuestión o una materia que francamente venía pendiente y por primera vez se instala. Ni hablar si se profundiza en esta ley, que tenemos fuertes expectativas de que así sea, porque las pymes somos, en nuestro ADN, competitivas, no rehuimos la competencia, que no es lo mismo, porque hay algunos que son competitivos pero no quieren competir. Nosotros no tenemos problema en competir con las herramientas del caso, en un terreno parejo, en las condiciones adecuadas, las mismas que tuvieron las telefónicas, si quieren: diez años. ¡Pucha, en diez años nosotros dibujamos en el agua!

Quiero completar con algo. Siempre nosotros pidiendo un poquito más...

Sr. Gamaleri.- De tantos años sin nada, estamos pidiendo porque sabemos que ahora podemos lograrlo.

Sr. Di Blasio.- Además, tenemos donde nos escuchen, y agradeciendo de vuelta y destacando la pregunta.

Los TDH no tienen nada que ver con la convergencia ni tecnológica ni de servicio. El concepto de comunicación audiovisual vía televisión directa al hogar es para servir zonas rurales, zonas donde no se puede llegar con redes de fibra óptica. Darle lugar a la proliferación de servicios de televisión directa al hogar de las compañías telefónicas es permitir que no inviertan, darles un share de mercado que hoy no tienen, para que no vuelva en nuevas inversiones, inversiones que harían falta primero para que hablemos por teléfono, cosa que hoy no podemos hacer. Primero, a lo suyo.

Por otra parte, los conceptos que tienen que ver con la convergencia tecnológica entendida como tal, que es la multiplicidad de pantallas para dar servicios, no tienen nada que ver con la televisión directa al hogar.

Por otra parte, la creación de puestos de trabajo, la posibilidad de canales locales para respetar los principios que están esgrimidos en los 17 principios que esta misma comisión ha enarbolado, no tienen nada que ver con los TDH en manos de las compañías telefónicas, que lo que buscarían es un share de mercado, un pedazo de mercado para facturar un poco más.

Gracias, y espero haber satisfecho la pregunta.

Sra. Coordinadora (Giudici).- Gracias. Voy a formular las preguntas; me las responden, si son tan amables, en el orden en que las formulo.

Para ADEPA, considerando que hicieron mucho hincapié en la libertad de expresión, es interesante observar a través de las reuniones que hemos tenido, que el periodismo migra a plataformas digitales y que, como todos sabemos, la crisis de la prensa gráfica se expresa no solo en la Argentina sino en todo el mundo.

En relación a los medios digitales, también la presentación aquí de la Cámara de Medios Digitales y de la Cámara de Radios Digitales nos alertó sobre los problemas de monetización que significa y sobre la retracción del mercado publicitario, que también opera en el sector de lo digital y de lo audiovisual. Entonces, quería saber si ustedes tenían alguna consideración para la nueva ley, respecto de este universo de los medios digitales, que en gran parte, muchos de sus asociados, de ADEPA, ya hoy cuentan con una versión digital. Entonces hablamos aquí, en todos estos meses, incluso de programas de reconversión para que aquellos medios que empiezan a tener peligro de supervivencia en gráfica podrían tener algún fondo de incentivo como para la reconversión digital; qué pueden aportar sobre esto, porque esto también forma parte de la convergencia.

A la Red Intercable, Andrés hizo una pregunta muy precisa sobre las OTT y ustedes se explayaron sobre eso. Mi pregunta va ahora más a lo que nosotros llamamos la promoción de la identidad cultural nacional. La ley 26.522 estableció un régimen de cuota de pantalla y puso en algunos casos –nos parece- en una situación muy restrictiva a aquellos operadores pequeños que no pueden cumplir con determinada exigencia de

producción nacional. También, una cosa que yo critiqué mucho en su momento, fue la restricción que se puso para la generación de contenidos propios, porque por un lado les decían que solo podían tener una señal propia, pero por otro lado les imponían cuotas de producción de pantalla. Entonces, era contradictorio: si vos tenés que sostener una señal sola, tenés que reducir tu producción. ¿Y cómo te podían exigir, a la vez, una producción local propia?

Estamos pensando en todos estos meses y tratando de encontrar una fórmula de equilibrio para proteger de manera efectiva nuestra industria audiovisual nacional, la producción independiente; incluso algo que Andrés siempre menciona: en la comisión se presentó también la Cámara de Animadores y nos contaron la creatividad y la importancia de la industria de animación audiovisual, algo que no estaba contemplado en la ley anterior.

Entonces, queremos realmente, a través de lo que se vaya a escribir, generar un impacto muy positivo y muy fuerte en la producción local de contenidos. Cómo imaginan ustedes, si lo han pensado, en función de los pequeños operadores, cuál sería la diferenciación, la cuota óptima para poder proteger esa industria nacional, pero también garantizar que pueda seguir operando el medio, y cómo ven esto en función de las OTT. Ya que hablamos de las OTT, qué les parece a ustedes, para hacer una cosa también muy efectiva, cómo a través de esta norma podríamos llegar a incorporar algunas cuestiones de protección de la industria local en las OTT también.

Para el tema de los consumidores, les quería consultar: está el principio número 4, de los 17 principios que ya ha trabajado la comisión, que es donde se expresa el objetivo de proteger a la comunicación audiovisual no solo como un bien colectivo sino también mirando mucho la perspectiva de los derechos de los usuarios y consumidores, no solo respecto de la prestación sino también del acceso a los contenidos y los servicios, si tienen alguna precisión sobre este principio o qué opinión tienen sobre eso.

Entonces, empezamos con ADEPA, Red Intercable y Consumidores.

Sr. Tarsitano.- Gracias. Nosotros tenemos una suerte y también una desgracia. Quizás la suerte es que en nuestra mesa participan dueños de medios gráficos, revistas, etcétera. Como bien decías, Silvana, muchos tienen sus propias webs. Nosotros estamos haciendo una incorporación muy fuerte de medios digitales nativos, o sea, que no tienen su concordancia con la gráfica ni con la televisión, sino que son puramente online periodísticos.

Ahora, acá hay un tema. Justamente esto de poder mirar nos lleva a decir lo siguiente. La transición digital nos encuentra y encuentra acá, en nuestro país, como en un montón de países, en un estado de desventaja. ¿Por qué digo que es un estado de desventaja? Porque los nuevos jugadores que han aparecido no solo tienen una gran fortaleza en cuanto a la tecnología y al manejar matemáticamente cosas que, no voy a decir medios tradicionales, porque queda feo, pero en la historia de los medios jamás se usaron algoritmos matemáticos; se usaron mentes y esfuerzo de la gente para comunicar.

Ahora, estos players, a diferencia de los que estamos en un lugar, ya no soy players que se manejan a nivel local o regional, sino que se manejan desde sus centrales

o en Estados Unidos o en Europa, y muchos de ellos ni siquiera tienen una sucursal en la Argentina. Me estoy refiriendo a Google, a Facebook y a todos estos jugadores que han sido nuevos para todos, han sido nuevos para el cable, han sido nuevos para la radio, para la televisión y para la gráfica, y que realmente esto es como el síndrome de Uber. ¿Qué puedo hacer? ¿Qué pudieron hacer? Nada más que decir en un juzgado que no era un delito penal. Después, no hay directivos, nadie paga impuestos. Sin embargo, Uber es exitoso en todas partes del mundo. ¿Quién podría decir que Facebook o Google no es exitoso? Habríamos tomado antes de llegar la noche. O sea, son exitosos pero tienen determinados beneficios que tampoco nosotros podemos regular, porque están en otro lado, se mueven con otras reglas de juego, pero ellos entran fácilmente en nuestras casas.

Lo que nosotros vemos, desde ADEPA, es que esta transición, obligada, tanto de un medio pequeño, una revista, como hasta un medio grande, es algo insoslayable. Entonces, es insoslayable y uno tiene recursos escasos, porque en general, la mayoría de sus socios son pymes. Como aquí se dijo, en el caso nuestro también; de 200 socios, el 80 por ciento son pymes, que no pueden en este momento hacer ese proceso de transición. Entonces, cualquier ayuda que pueda generarse para cualquier medio de comunicación en ese proceso de transición, es válida. ¿Cómo? No lo sé. Lo que no quiere decir que no se busque algún mecanismo. De todas maneras, límites a estos proveedores internacionales y a estos players es muy difícil de ponerlos. En Europa se está viendo las dificultades de enemistarse con Google, que al final terminan rompiendo los acuerdos de colaboración y de apoyo, y ahora están de nuevo usando Google News. Entonces, en el caso de Brasil, hicieron un acuerdo en la ANJ, durante un montón de tiempo, de no usar los servicios de Google News, aguantaron un año y pico y se fue todo al demonio, la solidaridad empresaria desapareció. O sea, estos son fenómenos transnacionales que son difíciles; son difíciles para ustedes, que tienen la obligación de encontrar una regulación.

Sr. D'Alessandro.- Quería complementar lo que decía Luis en relación a las propuestas. Hemos presentado una serie de iniciativas al Poder Ejecutivo. Tenemos la suerte ahora, como decían recién los colegas de Intercable, que desde el Estado se escucha no solamente a la sociedad civil sino también a las entidades empresarias. Eso me parece que también es destacable. Si bien no estamos evaluando eso en este ámbito, justamente una de las cuestiones en que falló la anterior ley tuvo que ver con la falta de participación de la industria. Ustedes lo marcaron muy bien y desde ADEPA también se sostuvo permanentemente.

Entonces, frente a esa motivación o a esa voluntad de diálogo por parte del Estado hemos presentado una serie de propuestas, las vamos a anexar a los documentos que mandemos a la comisión, que tienen que ver justamente con un programa de reconversión, básicamente -para no explayarme demasiado- en función de la adquisición de tecnología y la capacitación de los planteles profesionales, porque justamente los medios han trabajado en una serie de prácticas profesionales vinculadas con otra dinámica de la industria y justamente ese proceso requiere un reaprendizaje de esto que marcábamos recién.

Sr. Tarsitano.- Independientemente del formato y de la plataforma.

Sr. D'Alessandro.- Así es. Vamos a acompañar el documento.

Sr. Tarsitano.- Esto le cabe al cable, le cabe a la radio, le cabe al diario, le cabe a la revista y les cabe a las páginas web.

Sra. Coordinadora (Giudici).- Muchas gracias.

Entonces, Red Intercable...

Sr. Di Blasio.- Como decía mi amigo Jack, vamos por partes. (Risas.)

En cuanto a la parte que tiene que ver con el contenido local, que es una de las cuestiones centrales que le dan sustento, que justifican y que por cierto dan brillo a las pymes, es justamente la posibilidad de ofrecer un canal de comunicación para todos aquellos que visitan las localidades donde estamos, y fundamentalmente para aquellos que viven en esas localidades. No hay otras expresiones, no hay otra forma, en muchos pueblos y ciudades del país, de expresarse a través de un medio audiovisual, que a través del pequeño cable de la localidad.

Ahora bien, como bien lo expuso Silvana, la 26.522 se extralimitó y planteó una serie de cuestiones, de obligaciones para todos los prestadores, y nos metió a todos en el mismo baile. De vuelta esto de no distinguir a uno de otro. Y nos pidió seis horas de programación propia. Había un corte allí, no me acuerdo dónde estaba, pero sé que eran seis horas para pequeñas localidades, muy pequeñas; había la posibilidad de hacer un canal regional, de regionalizarse, pero era exigua la cantidad. La mayoría caía dentro de la obligatoriedad de las seis horas, de las cuales el 30 por ciento tenía que ser de producción propia, y de ese 30 por ciento, el 10 por ciento tenía que ser producción local independiente.

Entonces, el cableoperador dijo: "Yo con esto no puedo", y ahí apareció Red Intercable. No vamos a decir que Red Intercable es la salvadora de nada; somos nosotros mismos, que vemos nuestros problemas, es decir, identificamos necesidades, porque las conocemos y las sufrimos; él presta servicio en Castex, provincia de La Pampa, y sabe perfectamente lo que cuesta un camarógrafo, cuánto cuesta una cámara; no es que viene en un proyecto de inversión. Él lo sufre, yo lo sufro, él también, más allá de tener un cargo ejecutivo en la empresa.

Ahora bien, para focalizarme, en esa oportunidad, en Red Intercable, nosotros empezamos a producir una cantidad de horas para compensar lo que el cableoperador requería como programación propia. Entonces, le decían: "Dos horas tienen que ser propias, de las seis a las que estás obligado". Entonces, la cuenta fue fácil: "Desde Red Intercable tenemos que poder generar, vía alguna forma creativa, cuatro horas de programación", y creamos, hace ya siete años, lo que se llama plataforma de contenidos complementarios.

Amí me cargan porque nosotros le ponemos nombre a todo, pero la plataforma de contenidos complementarios es un equipo de gente que detecta productoras en Capital Federal y en distintas partes del país, evalúan los contenidos -que pueden ser de interés para nuestras localidades-, los pasa por una suerte de tamiz, los prepara y arma un paquete de cuatro horas, que lo sube al satélite Red Intercable y en cada localidad se baja. Entonces, cada localidad pudo cumplir con la cuota que le exigía -no sé cómo definirla- la

ley 26.522; yo digo que es una ley que nació vieja, pero no quiero meterme en ese tipo de cuestiones.

La ley 26.522 exigía seis horas, de las cuales cuatro las suplíamos mediante esta suerte de alquimia ingenieril y de contenidos, y le quedó al cableoperador la durísima tarea de producir dos horas diarias, y sábados y domingos.

Señoras, señores, en un pueblo de 500 o de 700 abonados, llegar a producir dos horas propias por día no es posible. No hay noticias; tiene que salir el camarógrafo a matar gatos, y por el otro lado mandar a un periodista que diga: "Estamos preocupados por la aniquilación de los gatos". O sea, fabricar noticias. No es posible, en términos prácticos; ni hablar de que nos habían pedido cámaras del nivel de los grandes estudios. Una cosa hecha en un escritorio en la Capital Federal.

Ahora bien, ¿qué proponemos nosotros? Porque nosotros estamos diciendo que la comisión, y los que tengan que trabajar en esto en el futuro, creen los instrumentos para incentivar de alguna forma y para que no se pierda esto. Por ejemplo, hace unos días, en Capital Federal, tuvo lugar un evento en donde hubo 600 señales que presentaron sus contenidos propios, desde pueblos pequeños hasta las grandes producciones que se hacen a nivel de cable, llámense las que puedan hacer C5N, TN, las que puedan hacer canales que tienen una dotación profesional o tecnológica muy fuerte.

En ese mundo, el cableoperador pequeño encuentra el incentivo para seguir produciendo. No obstante, lo que nosotros hemos pensado que debe hacer el cableoperador es tener a disposición un canal o una posición –si es un servicio digital– para los contenidos propios. Esta era una parte de la pregunta y esta es la propuesta que nosotros hacemos.

A nivel de la producción de contenidos, habría que articular con los productores de contenidos para hacer lo que ha hecho Red Intercable, que tiene un expertise de siete años, de haber creado una plataforma para dar solución a esa cuestión. Porque nosotros no solo evaluamos la productora de Capital Federal; les decimos a nuestros propios cables: "Manden sus producciones; aquí se evalúan". Entonces, un ciudadano que vive en Junín de los Andes, que jamás podrá asistir a las fiestas del carnaval en Salta, gracias a la articulación que hace Intercable, ese ciudadano está sabiendo que hay un carnaval y que quizás alguna vez pueda viajar a visitar ese lugar porque ya tiene el incentivo creado. Esta es la manera en que la Red Intercable trabaja desde hace muchos años.

Me olvidé de una señal educativa, la segunda del país. La primera fue TV Quality, para los que hace algunos años que están en la industria, y después vinimos nosotros, para remar, remar y remar, hicimos Conexión Educativa y ahí está. Está medio inclinada –vamos a decir las cosas como son–, pero si le arrimo un estetoscopio, late; no es La Bombonera, pero late. Esta es una parte, la relativa a los contenidos.

Se preguntó algo de los OTT. Nosotros mismos, como dije unos minutos atrás, estamos trabajando en la creación de nuestro propio OTT, pero en un entorno pyme. ¿Qué significa eso? Integrándolo con las tecnologías que ya tenemos distribuidas en el

país, es decir, haciendo lo posible para los empresarios que componemos la organización, porque a otro tipo de servicio no podemos acceder, llámese costo, disponibilidad de ancho de banda, tecnología a instalar, las amenazas que sabemos que existen y que hay que confrontar. Todo lo que nombró usted son OTT, y no se pueden parar. Basta solamente con ver las visitas que tuvo esta señora que compró una máscara de un gorila: tuvo cerca de 1.600 millones de visitas porque ella lo subió a Facebook e hizo una pavada de 20 segundos, y hoy es la mujer más conocida del planeta.

Entonces, ese tipo de cuestiones son necesarias porque es la televisión que viene; hay que acompañarlas creativamente desde el punto de vista impositivo, y a lo que se haga a nivel nacional, incentivarlo. Porque si no, ¿qué hacemos nosotros? Nuestro OTT lo llevamos a Uruguay y no pagamos impuestos. De ninguna manera. Las cosas se producen acá, a siete cuadras de donde estamos -o menos, porque la oficina de Intercable está en Belgrano 615-; ahí mismo se desarrollan este tipo de cuestiones, con un equipo de profesionales creados a tal fin. Pero realmente necesitan estos OTT, en un entorno pyme, una cuestión central que no podemos soslayar y que es fundamental decirle: contempla la inclusión de contenido local. Este es el factor distintivo, uno de los tres principales que tiene el OTT que está desarrollando Intercable: cada cableoperador sube su contenido a "la nube", donde el operador de Castex ve ese contenido y lo baja para que lo vea su ciudadano. Es lo que viene haciendo Intercable en los últimos siete años, pero en un entorno OTT.

Es decir que la preocupación la teníamos porque detectamos la necesidad, nos pusimos a trabajar en eso y tenemos expectativas de que en el primer trimestre del próximo año -no vamos a hacer un gran lanzamiento porque no nos acompañan las cuestiones elementales para hacer ese tipo de cosas- tengan una muestra y un brochure de en qué consiste, para que todos lo podamos conocer acabadamente.

Sr. Nasio.- Si me permiten, antes de que exponga el arquitecto Vago -si lo estiman pertinente-, quisiera mencionar que nuestro deseo es lo que quiere el ministro: que Internet haya en todos los lugares del país; también que la comunicación audiovisual privada se pueda exhibir en un establecimiento público, para que tenga acceso la gente de menores recursos. Hoy en día esto es muy clave, y que la información sea clara y precisa.

Ahora le paso la palabra al arquitecto Vago.

Sr. Vago.- Muchas gracias.

Desde la perspectiva del usuario, el punto 4, se plantea la mayor cantidad de alternativas posibles al menor costo posible. Lo que pasa es que, siendo de la provincia de Buenos Aires, la única forma de integrarse o de saber lo que pasa en la provincia de Buenos Aires es a través de cable local. No hay otro nivel de información.

Ahora, el usuario plantea permanentemente que paga por el cable y cuánta propaganda hay en el cable. Ese es un tema que se necesita clarificar: cuánto es lo permitido. A veces es muy abusiva la propaganda. Los jóvenes entran directamente en el mundo Netflix, en un mundo que se escapa; se escapa porque viven otra realidad a través de los medios digitales. Ahora, la importancia para el usuario es mantener libertad, pero también

un equilibrio de identidad. Una autoridad regulatoria tiene que pensar desde la identidad cultural hasta la accesibilidad. El equilibrio entre las OTT, impositivo, porque no invierten, no pagan impuestos, no tienen inscripciones, no atacarían la libertad del usuario; si no, sería racional para el usuario que existiese un equilibrio impositivo, aunque determinadas posiciones, como Netflix, salgan más caras cumpliendo las leyes argentinas, por pasarse o verse en la Argentina.

Sr. Nasio.- Y también sería muy lindo que cuando exhiban la publicidad pongan los minutos o segundos del tiempo que va a durar.

Sra. Coordinadora (Giudici).- Muchas gracias a todos. Hemos terminado, entonces, no solo esta reunión sino todo el ciclo de reuniones participativas. Les agradecemos que, si hay material para enviar, lo hagan durante esta tarde o mañana a la mañana, sin falta, y les agradecemos a todos ustedes la presencia esta tarde aquí.

-Es la hora 15 y 42.