

## **Contribución de las asociaciones de carreras de comunicación social (FADECCOS/REDCOM)**

### **Introducción**

Hemos solicitado esta reunión a la Comisión para la elaboración del Proyecto de Reforma, Actualización y Unificación de las Leyes Nros. 26.522 y 22.078 porque consideramos que desde las distintas carreras de comunicación del país tenemos mucho por aportar en el debate sobre la legislación y las políticas en materia de comunicación.

La Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo (REDCOM) y la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS) agrupan a 44 instituciones de enseñanza superior universitarias públicas y privadas en las cuales se dictan un número muy superior de carreras de pregrado, grado y posgrado (diplomaturas, tecnicaturas, licenciaturas, especializaciones, maestrías y doctorados) con el más alto nivel académico reconocido por los organismos educativos nacionales competentes y el campo disciplinario a nivel latinoamericano e internacional.

Ambas asociaciones, y las carreras que nuclean, participamos activamente en los debates que precedieron a la aprobación en el Congreso de la Nación de la Ley 26.522 y en su reglamentación; hemos integrado e integramos los organismos colegiados en los que la mencionada ley brinda representación a las universidades nacionales –Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA), directorio de RTA y Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos de Radio y Televisión Argentina-; y protagonizamos, además, numerosas actividades orientadas a promover los derechos a la información y la libertad de expresión, como basamento de la necesaria democratización de la comunicación.

Asimismo, corresponde señalar que hemos sido sumamente críticos del DNU 267 del actual gobierno, que legisló incumpliendo el principio de legalidad dispuesto por el estándar internacional en la OC 6/86 de la Corte IDH e implica un grave retroceso en materia de derechos.

### **El desarrollo de una nueva ley**

Consideramos que el desarrollo de una nueva ley debe partir de un amplio debate con la sociedad, que recoja los aportes de toda la ciudadanía en tanto titular de los derechos que la

legislación debe garantizar. **La instancia participativa no debe agotarse en un momento inicial de recolección de aportes de distintas organizaciones, sin conocer un borrador del proyecto en desarrollo. Esperemos ser convocados a discutir un anteproyecto de ley** como ocurrió entre marzo y agosto de 2009 con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Aquel proceso debe ser el piso a partir del cual pensar un debate social participativo y federal de la nueva legislación.

En segundo lugar, ambas redes coincidimos en que la ley de comunicaciones debe tener como punto de partida la consideración de la **comunicación como derecho humano**, lo que implica una total adhesión a los estándares definidos por el Sistema Interamericano de Derechos Humanos y por la UNESCO para la promoción de la diversidad, el pluralismo y la libertad de expresión. Insistimos en la noción de derecho humano porque reconocemos el riesgo que implica la *unificación* de leyes que refieren a materias que son diferentes -aunque converjan-. **Cualquier eventual contradicción entre los principios antedichos y los criterios de organismos como la OMC, el CIADI o la UIT debe resolverse privilegiando la perspectiva de los derechos humanos.**

Los representantes de REDCOM y FADECCOS consideramos que los nuevos **“21 puntos por el derecho a la comunicación”** propuestos por la Coalición por una Comunicación Democrática en su Congreso del 3 de marzo de este año, que incluimos en el anexo del presente documento, son una base fundamental para desarrollar una legislación en materia de servicios convergentes de comunicación.

### **Aportes desde las carreras de comunicación**

Nuestras carreras albergan múltiples investigadores e investigadoras que pueden realizar aportes en distintos aspectos involucrados en una ley de servicios de comunicación convergentes, cuyo conocimiento y capacidad crítica ponemos a disposición para discutir futuros borradores del proyecto. Como punto de partida, desde REDCOM y FADECCOS señalamos una serie de aspectos que consideramos fundamentales que sean tenidos en cuenta:

1. **La institucionalidad.** Se debe establecer un órgano de aplicación y control autónomo y autárquico que garantice la no injerencia del poder político y los sectores interesados según los estándares de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en la materia. En consecuencia, es preciso considerar la independencia respecto de las corporaciones económicas y no sólo del poder administrador. Su organización deberá contemplar la representación de los distintos sectores con una composición plural, en términos de representación política, federal y con participación de la sociedad civil y de las universidades con carreras de comunicación. También



es necesario incluir mecanismos transparentes y previstos por ley para la remoción de sus miembros y con posibilidad de revisión judicial. Es en este sentido -entre otros- que hemos señalado un retroceso en el DNU 267 con respecto a la conformación del directorio de la Autoridad de Aplicación, en particular la posible remoción de sus miembros por parte del Poder Ejecutivo “sin expresión de causa”. Resulta deseable que el mandato de los/as directores/as de la Autoridad de Aplicación sea descalzado temporalmente del mandato presidencial. Por otra parte, merece señalarse que la sobrerrepresentación de miembros propuestos por el Poder Ejecutivo o el partido gobernante daña la autonomía.

2. **Los límites a la concentración.** Como se planteó recientemente en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la concentración de la propiedad es una de las principales amenazas a la libertad de expresión en el continente. Se deben establecer reglas claras contra el abuso de posiciones dominantes, la propiedad cruzada y la concentración indebida con límites verticales, horizontales, por mercado nacional y local, para promover la diversidad y la pluralidad. En este sentido, consideramos que no alcanza con reglas de defensa de la competencia: el Estado debe intervenir *ex ante* para garantizar la distribución adecuada de facilidades, recursos e infraestructura esenciales. Vale destacar que este tipo de regulaciones fueron ratificadas en su constitucionalidad por la Corte Suprema de Justicia de la Nación.

3. **El reconocimiento de los medios universitarios y los medios comunitarios como actores fundamentales de la comunicación audiovisual.** Excluidos del decreto de radiodifusión de 1980, el reconocimiento de los medios de las universidades -que forman parte del sector público- y los comunitarios -sin fines de lucro- fue un aporte sustancial de la ley 26.522. Debe sostenerse la distinción de tipos de prestadores (público estatal y no estatal, con fines de lucro y sin fines de lucro), con la reserva del 33% para el sector no comercial y sin aplicar ningún tipo de principio de subsidiariedad.

Consideramos que deben mantenerse todos los derechos adquiridos por los sectores antes mencionados -incluidos los Fondos de Fomento Concursables para Medios de Comunicación- e incluso contemplar mayores políticas activas para ampliar su presencia en el espectro. No debe quitarse la posibilidad de venta de publicidad ni limitarse potencias en ningún caso. Asimismo, debe garantizarse explícitamente que las reglas de *must carry* para los cableoperadores incluyan a los canales televisivos universitarios y comunitarios (sin fines de lucro) presentes en las áreas de distribución.

Todos los medios públicos, incluidos los universitarios, deben contar con las mismas garantías de autarquía y fomento de la diversidad y pluralidad de voces.

**4. Extensión y prórroga de licencias. Criterios de transparencia.** Proponemos establecer la no renovación de aquellas licencias que hayan sido prorrogadas en virtud de cualquier legislación o decisión administrativa previa. Tampoco podrán extenderse las licencias vinculadas a personas físicas procesadas por delitos de lesa humanidad o defraudación al Estado o a los trabajadores.

Para todos los casos, resulta necesario dotar de transparencia al ejercicio de la propiedad de las licencias, impidiendo su transferencia sin intervención previa -y cotejo de legalidad- por parte de la autoridad regulatoria estatal. Así como restaurar el derecho a la información de las audiencias respecto al conocimiento de quienes ejercen la propiedad de los servicios de comunicación audiovisual, tal cual lo disponía la letra original de la ley 26.522.

**5. Definición del cable como servicio audiovisual,** en virtud del derecho comparado internacional y la legislación vigente en Argentina (25.000, 25.750, 26.035). Los prestadores de servicios de “comunicaciones convergentes”, cuando se trate de comunicaciones audiovisuales, deberían estar regulados en cuanto prestadores de este servicio. Es decir, si el servicio es audiovisual, la regulación que rige es la de audiovisuales, aun cuando se trate de operadores convergentes. Esto refiere específicamente a la determinación de obligaciones vinculadas a la garantía de diversidad y pluralismo que alcanza a los Estados nacionales dentro de las disposiciones de la UNESCO.

Así, dentro de las obligaciones más importantes se ubican las conocidas como *must carry* y *must offer*, surgidas de la regulación estadounidense. En el primer caso los cableoperadores están obligados a incorporar en su grilla determinadas señales, dispuestas por la normativa, para la distribución en sus redes. En el segundo, los productores de determinadas señales tienen el deber de ofrecerlas a los distribuidores del servicio de cable para que sean difundidas. Ambos tipos de obligaciones son aceptadas en todo el mundo.

**6. Ratificación de la legislación vigente en relación a cuotas de pantalla.** En un sentido similar a lo expuesto en el punto anterior se ubica la exigencia de cuotas de pantalla que refieren a origen y/o de producción de contenidos, sin afectar líneas editoriales. Esta idea de cuotas de pantalla nace con la directiva europea Televisión Sin Fronteras de 1989 y se mantiene hasta nuestros días como un modo de proteger las producciones audiovisuales nacionales. En este punto -y otros- la ley 26.522 adoptó un estándar de buenas prácticas para promover su industria audiovisual nacional y, sobre todo, en pos de proteger el trabajo nacional de sus realizadores,



técnicos y artistas. Del mismo modo se intentó proteger a la producción independiente y federal, limitando las transmisiones en red. Esos estándares deben ser recuperados.

**7. Eventos de interés relevante.** Como plantean el documento de 21 puntos de la Coalición por una Comunicación Democrática, consideramos que "se debe garantizar el derecho de acceso universal a los contenidos informativos de interés relevante tales como acontecimientos deportivos, culturales, científicos, políticos u otro género o especialidad, para lo cual se procurará que el ejercicio de los derechos exclusivos para la retransmisión o emisión televisiva de determinados acontecimientos no perjudique el derecho de la ciudadanía a seguirlos en directo y de manera gratuita, en todo el territorio nacional, sin discriminación de calidad o de cualquier naturaleza. La cesión de los derechos para la retransmisión o emisión no puede limitar o restringir el derecho a la información". A tal fin en la legislación modificada por el decreto 267 era el COFECA el que definía en audiencia pública junto a la Defensoría del Público el listado de eventos de interés relevante para el año siguiente y reclamaba su transmisión en servicio abierto. Así se puso fin a las prácticas anticompetitivas que llevaban adelante aquellas empresas que contaban con la exclusividad de los derechos de exhibición a través de señales pagas. Esto constituía una buena práctica que consideramos que la futura legislación debe recuperar.

**8. Tarifa social. Recuperación de la legislación derogada.** Independientemente de que no fuera puesto en marcha, merece recuperarse la propuesta de un abono social para los servicios audiovisuales. A partir de la definición de la comunicación como derecho humano, deben contemplarse formas de acceso a los servicios convergentes para los sectores con menos recursos.

**9. Elaboración de una política nacional de fomento al pluralismo,** que unifique todos los programas de apoyo a nuevos medios y forme parte del presupuesto nacional. Los fondos deberán asignarse por concursos llevados a cabo por un ente público no gubernamental. La sostenibilidad de la pluralidad de voces no puede quedar supeditada a las reglas del mercado. Es preciso, entonces, definir una arquitectura institucional que combine distintas fuentes de financiamiento para fomentar el funcionamiento del sector de entidades sin fines de lucro, de pueblos originarios, universitario y de micro y pequeñas empresas de arraigo local mediante aportes económicos para la adquisición de equipamiento, actualización tecnológica, garantía progresiva de trabajo registrado, producción de contenidos por medio de la realización de concursos y proyectos que reflejen los valores históricos, regionales y sociales definiendo una producción del territorio nacional con inclusión social.

**10. Medios públicos.** Tal cual fue planteado por los originales *21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación*, los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población. Deben respetarse las frecuencias reservadas y asignadas para la recepción gratuita del canal de TV pública nacional y de Radio Nacional, así como las frecuencias de las emisoras de TV provinciales y municipales. Vale destacar, que los servicios de la radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma y deben respetarse las asignaciones de frecuencias a las universidades públicas nacionales, así como debe recomponerse la obligación de su presencia en las grillas de televisión por cable.

**11. Publicidad oficial.** Proponemos regular la publicidad oficial en el sector de medios audiovisuales para impedir su uso discriminatorio, mientras se sanciona una ley que abarque a todos los medios y plataformas. En este sentido destacamos los criterios planteados en el 8° de los nuevos "21 puntos por el derecho a la comunicación" (ver anexo).

**12. Definición de servicio público regulado a todo servicio TIC entre operadores y todo aquel con llegada a usuarios finales.** La norma Argentina Digital sólo lo obligaba entre prestadores. Sin embargo, hace varios años que diferentes entidades de usuarios y consumidores reclaman la definición de servicio público para la telefonía celular. Al mismo tiempo si se considera el acceso a internet como un derecho humano la demanda se profundiza. En el quinto de los nuevos 21 puntos la CCD plantea: "Los servicios de comunicación audiovisual y de los operadores convergentes deben ser considerados como servicios de interés público; en tanto que los servicios esenciales de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en todas las modalidades de prestación de conectividad, deben ser considerados como servicio público. En este sentido se deben evitar situaciones anticompetitivas de los prestadores con poder predatorio sobre el mercado y asegurar el establecimiento de tarifas razonables y transparentes".

**13. Determinación de interoperabilidad e interconexión de las redes en condiciones no discriminatorias, transparentes y basadas en criterios objetivos dispuestos por ley.** Muchas localidades hubieran quedado completamente excluidas del acceso a servicios de calidad, si no fuera por los esfuerzos llevados a cabo por Pequeñas y Medianas Empresas y por asociaciones de usuarios organizados para suministrar a sus propias comunidades una mejor calidad de vida. La imposición de regulaciones simétricas sobre actores asimétricos podría generar desincentivos, desinversión o paralización de obras planificadas por estos actores, causando un perjuicio sobre



los actuales usuarios y las fuentes de trabajo. Se propone entonces tener particularmente en cuenta las condiciones de Poder Significativo de Mercado a los fines de reducir las asimetrías para permitir un horizonte más justo para las empresas de menor envergadura que por desigualdad económica pueden quedarse excluidos de la prestación de los servicios. Debe ser un objetivo que la mayor parte de estos criterios se establezcan por ley y no por resoluciones delegadas en la autoridad de aplicación.

**14. Neutralidad de red. Definir de acuerdo al dictamen de comisión del senado en oportunidad del debate de Argentina Digital.** Establecer la neutralidad en la red, con el fin de asegurar a los usuarios de Internet el derecho a acceder, utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación, servicio o protocolo a través de Internet, sin ningún tipo de restricción ni discriminación.

Los prestadores de servicios de telecomunicaciones, públicos o privados, que brinden servicios de conectividad mediante cualquier modalidad o soporte, deben quedar impedidos de:

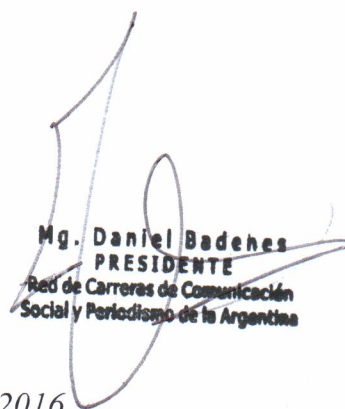
- a) Bloquear, interferir, discriminar, entorpecer, degradar o restringir la utilización, envío, recepción, ofrecimiento o acceso a cualquier contenido, aplicación, servicio o protocolo salvo orden judicial o expresa solicitud del usuario;
- b) Fijar el precio de acceso a Internet en virtud de los contenidos, servicios, protocolos o aplicaciones que vayan a ser utilizados u ofrecidos a través de los respectivos contratos;
- c) Limitar arbitrariamente el derecho de un usuario a utilizar cualquier hardware o software para acceder a Internet, siempre que los mismos no dañen o perjudiquen la red.

Los prestadores de servicios de telecomunicaciones, públicos o privados, que brinden servicios de conectividad mediante cualquier modalidad o soporte deberán suministrar al usuario toda la información asociada a las condiciones de prestación del servicio, incluida velocidad, calidad y prácticas de gestión de tráfico.

**15. Determinación clara de actores con poder significativo de mercado.** El texto original de la 27.078 establece “Poder significativo de mercado. Es la posición de fuerza económica que le permite a una o más personas que su comportamiento sea, en una medida apreciable, independiente de sus competidores. Esta ventaja competitiva puede estar fundada en la cuota de participación en el mercado nacional de referencia, en la propiedad de facilidades esenciales o en la capacidad de influir en la formación de precios. Involucra también cualquier otra situación que posibilite la adopción de prácticas anticompetitivas distorsivas como en el caso en que por el grado de integración vertical u horizontal está en condiciones de determinar la viabilidad económica de un competidor actual o potencial en el mercado”

Esa definición de poder significativo de mercado no avanza en la calificación clara de tal a los participantes en el mercado respectivo. No define porcentajes. El decreto 764 definía como poder significativo tener ingresos del 25%, respecto de los totales anuales de un determinado servicio. A su vez no considera que las cooperativas son entidades sin fines de lucro basadas en el esfuerzo propio y en la ayuda mutua, en las cuales los dueños del capital y los destinatarios del servicio provisto son los propios usuarios que de manera autogestionada cubren sus propias necesidades al estricto costo. La relación existente entre la cooperativa y su socio es una relación asociativa y no comercial. Por lo tanto las actividades son encuadradas dentro de la definición del “acto cooperativo” y no del “acto de comercio”. Consecuentemente, al no existir relación comercial entre el prestador y sus usuarios, nunca puede existir poder dominante, poder significativo o poder monopólico.

**16. Participación de las universidades y la sociedad civil en la determinación de los destinos del fondo de servicio universal.** La administración del fondo fiduciario de Servicio Universal debería contemplar la participación de la sociedad civil y las universidades en su control. Deberían desarrollarse audiencias públicas para el establecimiento de prioridades de asignación de fondos.



Mg. Daniel Badeses  
PRESIDENTE  
Red de Carreras de Comunicación  
Social y Periodismo de la Argentina

*Buenos Aires, 13 de julio de 2016*

**Fadeccos**  
Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social





## 21 puntos por el derecho a la comunicación

**Aprobados por unanimidad en el Congreso Nacional por una Comunicación Democrática, 3 de marzo de 2016.**

*En 2004 un conjunto de organizaciones populares, de derechos humanos, medios comunitarios, cooperativos y PyMEs, sindicatos, trabajadores de la comunicación, universidades, pueblos originarios, consensuamos 21 Puntos por una Radiodifusión Democrática que fueron la base del debate que dio lugar a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 en 2009.*

*Esa ley y el proceso de debate fueron valorados como un ejemplo en el mundo y por todos los organismos internacionales competentes en la materia. Luego de su aprobación, fue judicializada por grupos concentrados de medios y, tras una audiencia histórica en 2013, la Corte Suprema de Justicia ratificó la plena constitucionalidad de la norma.*

*Posteriormente, la creación de AR-SAT por ley 26.092 y la sanción de la Ley de Argentina Digital agregaron recursos y mecanismos para la regulación de un sector altamente concentrado en el marco de la convergencia tecnológica.*

*El actual gobierno, mediante el uso de la fuerza policial y a través decretos inconstitucionales resolvió apartarse de la voluntad popular expresada en años de debates y plasmada en el Congreso Nacional. Asimismo, el contenido de esos decretos resulta violatorio de los estándares internacionales de derechos humanos.*

*El nuevo escenario nos exige defender lo conquistado y reclamar por lo que falta para garantizar el pluralismo y la comunicación democrática en todos los soportes.*

*Las organizaciones que integramos la Coalición por una Comunicación Democrática reafirmamos los principios que formaron la Iniciativa Ciudadana de 2004, rechazamos lo actuado por el gobierno nacional, reclamamos la plena vigencia y aplicación de las leyes votadas democráticamente y presentamos este documento de 21 puntos que amplía el horizonte de nuestros debates y propuestas para una comunicación democrática en todos los medios, formatos y plataformas.*

**1. LA COMUNICACIÓN ES UN DERECHO HUMANO QUE INCLUYE TODOS LOS SOPORTES Y PLATAFORMAS.** La comunicación es un derecho humano universal y no una mercancía. Comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea en forma oral, escrita, impresa o artística o por cualquier otro procedimiento. Esta definición comprende a todas las formas de comunicación de las personas, incluyendo todos los medios y soportes, cualquiera sea la tecnología utilizada para la difusión y recepción de contenidos. Las reglamentaciones y decisiones a nivel nacional, provincial y municipal deben cumplir y respetar los tratados y convenios internacionales en la materia.

**2. LIMITACIÓN DE LA CONCENTRACIÓN PARA PROMOVER LA DIVERSIDAD Y EL PLURALISMO.** Los monopolios y oligopolios, así como el abuso de posiciones dominantes o la



concentración indebida, conspiran contra la democracia al restringir la circulación de ideas, informaciones u opiniones. La regulación debe promover la pluralidad y diversidad para asegurar el pleno ejercicio de la libertad de expresión. No alcanza con reglas de defensa de la competencia: la comunicación es un bien social -no privativa de empresas, medios o periodistas- y debe garantizarse una distribución adecuada de facilidades, recursos e infraestructura esenciales (frecuencias radioeléctricas, papel y otros insumos básicos, mecanismos de distribución de las publicaciones impresas y contenidos, acceso a redes).

**3. ROL ACTIVO Y PRESENTE DEL ESTADO.** Como garante de los derechos humanos, corresponde al Estado el rol de crear, fomentar y preservar la diversidad en la gestión de medios, soportes, redes y posiciones satelitales. El Estado debe desarrollar mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento del pluralismo y la diversidad, y promover un plan nacional de alfabetización comunicacional que incluya el derecho humano a la comunicación en las currículas académicas. También debe preservar capacidad regulatoria sobre todos los recursos, insumos, infraestructuras y facilidades esenciales sobre las que se prestan servicios de comunicación para fines tales como: experimentación, cumplimiento con las obligaciones de servicio universal, prestación de servicios, fomento de la participación de organizaciones sin fines de lucro, PyMEs y prestadores públicos, parlamentarios, universitarios, provinciales o municipales.

**4. RESERVA Y SOSTENIBILIDAD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.** Para garantizar la participación de las distintas corrientes en el debate público resultan indispensables la legalización y la reserva de frecuencias terrestres de radio, televisión y servicios conexos destinadas al sector social-comunitario y personas jurídicas sin fines de lucro (33%), al sector público en sus tres poderes -ejecutivo, legislativo y judicial- y en sus tres niveles -nacional, provincial y municipal-, a los organismos descentralizados como las universidades y a los actores públicos no estatales. Deben proponerse políticas públicas dirigidas a la sostenibilidad de las organizaciones de la comunicación -comunitarias, cooperativas, de gestión privada sin fines de lucro, de pueblos originarios y de las pequeñas y medianas empresas de arraigo local- que vinculen la producción de contenidos con pantallas, antenas y medios gráficos, en especial en las zonas despobladas o con menos recursos. Se deben sostener políticas de asignación de recursos con sentido social y federal, mediante la aplicación de asignaciones como las previstas por el Fondo de Servicio Universal y el Fondo de Fomento Concursable (FOMECA) y políticas de fomento a la industria gráfica de revistas culturales.

**5. SERVICIO E INTERÉS PÚBLICO.** Los servicios de comunicación audiovisual y de los operadores convergentes deben ser considerados como servicios de interés público; en tanto que los servicios esenciales de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en todas las modalidades de prestación de conectividad, deben ser considerados como servicio público. En este sentido se deben evitar situaciones anticompetitivas de los prestadores con poder predatorio sobre el mercado y asegurar el establecimiento de tarifas razonables y transparentes. El acceso a facilidades esenciales para la comunicación, incluido el soporte gráfico, debe ser considerado de interés público.

**6.- ACCESO UNIVERSAL Y NO DISCRIMINACIÓN.** Es obligación del Estado asegurar que en el acceso a los servicios de comunicación audiovisual y de las TIC esté prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o de nacionalidad, edad, discapacidades, condición



social o económica, condiciones de salud, religión, sexualidades, identidad de género, o cualquier otra que atente, anule o menoscabe la dignidad humana, los derechos y libertades de las personas. Asimismo, el Estado debe adoptar todas las medidas pertinentes para asegurar, con independencia de la localización geográfica, el acceso universal en condiciones de calidad y a precios justos y razonables. El abono social a los servicios de comunicación audiovisual y de los operadores convergentes debe considerarse una vía adecuada para garantizar estos derechos. Asimismo, debe garantizarse la accesibilidad comunicacional universal para las personas con discapacidad o en riesgo de exclusión mediática.

**7. AUTORIDAD DE APLICACIÓN CON PARTICIPACIÓN FEDERAL Y SOCIAL. GOBERNANZA DE LAS COMUNICACIONES E INTERNET.** La regulación de los medios de comunicación es legítima sólo si es implementada por un órgano que se encuentre protegido contra la indebida interferencia política y de otra índole, de conformidad con los estándares internacionales de derechos humanos.

Debe contar con personería jurídica y patrimonio propio, con control parlamentario y representación federal y sectorial en la gestión, incluyendo en su directorio a representantes de los estados provinciales, universidades nacionales y de las organizaciones de trabajadores/as, operadores comerciales y entidades del sector comunitario, cooperativo y social, y usuarios. Entenderá en la administración y control del espectro radioeléctrico y en las plataformas y servicios de las TIC, en la promoción de la industria audiovisual nacional y el federalismo en la producción de contenidos.

Los Estados deben garantizar la participación equitativa de todos los actores relevantes para la gobernanza de las comunicaciones e Internet, fomentando la cooperación reforzada entre las autoridades, la academia, la sociedad civil y las organizaciones sociales, la comunidad técnica y el sector privado, entre otros actores, tanto a nivel internacional como nacional.

**8. DISTRIBUCIÓN JUSTA DE LA PUBLICIDAD PRIVADA Y PÚBLICA.** Es obligación del Estado poner en marcha las regulaciones necesarias para una distribución justa de la publicidad, tanto estatal como privada, para que contribuya a la existencia y desarrollo pleno de la pluralidad de medios en todos los formatos. Deben establecerse cuotas de distribución con carácter federal y hacia los medios comunitarios, de cooperativas, mutuales, sindicales, PyMEs con arraigo local, etcétera. En cuanto a la publicidad estatal, en todas las jurisdicciones, se deben establecer por ley u ordenanza mecanismos que impidan la distribución arbitraria y discriminatoria como mecanismo de censura indirecta. Su distribución debe respetar criterios equitativos y transparentes, orientados al público objetivo de cada campaña, evitando la discriminación por línea editorial o informativa, ubicación geográfica, cuestiones partidarias o tipo de prestador.

Deberán excluirse las señales y plataformas extranjeras que no tengan contenidos de producción nacional de la posibilidad de difusión de publicidad de cualquier origen.

Se deberá diferenciar la publicidad de los mecanismos directos o indirectos de subsidios al pluralismo, tales como el acceso a créditos oficiales y regímenes impositivos especiales.

**9. PROPIEDAD DIVERSIFICADA.** Para asegurar el pluralismo y la diversidad, así como adecuadas condiciones de competencia económica, es necesario mantener los estándares internacionales que regulan la propiedad cruzada y las posiciones dominantes en el mercado. Los servicios serán prestados armónicamente por operadores de gestión privada comerciales, de gestión privada sin fines de lucro, comunitarios y públicos estatales y no estatales, así como formas



asociativas mixtas públicas y privadas. La legislación deberá preservar el patrimonio nacional mediante la mayoría accionaria del Estado en empresas esenciales para brindar servicios de comunicación, así como evitar que -salvo en el caso de los medios públicos estatales- la concentración de la propiedad en manos de un mismo titular supere el 35% del mercado nacional, o que la suma de soportes en el plano local implique el control del mercado local.

**10. LICENCIAS LOCALES Y NACIONALES.** Las licencias serán de alcance local cuando se trate de servicios audiovisuales no satelitales, o nacional, cuando se trate de servicios de telecomunicaciones y de tecnologías de la información respectivamente. La prestación de servicios de distribución de contenidos audiovisuales por cualquier medio o plataforma, de manera lineal o a demanda, implicará que parte de los servicios convergentes estarán sujetos a obligaciones en el ámbito local. En estos casos, los titulares deben presentar ante la autoridad competente un proyecto cultural, generar contenidos propios y respetar las cuotas de producción de contenidos. Las licencias podrán transferirse con previa autorización siempre que haya transcurrido un período razonable desde la habilitación del servicio y siempre y cuando sus titulares hayan cumplido con sus obligaciones previas (previsionales, sindicales y con las sociedades gestoras de derechos) y el objetivo sea preservar la actividad del medio. Es requisito para la renovación de cualquier licencia la realización de audiencias públicas.

**11. CONTENIDO NACIONAL, PROPIO, LOCAL E INDEPENDIENTE.** Cuando se trate de la distribución de contenidos audiovisuales de alcance masivo por cualquier soporte, se deben incluir cuotas de pantalla y difusión de producción nacional, propia, independiente y local. Se debe promover el acceso y la inclusión de contenidos nacionales -de ficción o interés general- en los catálogos o portales cuando se trate de servicios TIC de comercialización de contenidos en territorio argentino. Respecto del consumo de contenidos no lineales por Internet, a través de servicios de pago abonados desde territorio argentino, se debe incorporar a dichas plataformas en el registro y sujeción de cumplimiento de obligaciones fiscales con destino específico a la producción de contenidos nacionales.

**12. ENFOQUE PLURAL E INCLUSIVO EN LA GESTIÓN DE MEDIOS Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS.** Los medios de comunicación, en todas sus formas de gestión y soportes, deben fomentar e incluir en sus producciones la perspectiva de géneros e identidades de género diversas, contemplar el tratamiento de problemáticas socioambientales y promover la inclusión social, el diálogo intercultural, la integración latinoamericana y la diversidad cultural.

**13. PRIVACIDAD DE LOS DATOS.** Las normas que regulen la actividad deben garantizar que se respete y proteja el derecho a la privacidad, incluso en el contexto de las comunicaciones digitales. También debe haber mecanismos nacionales de supervisión independientes, efectivos y transparentes así como la rendición de cuentas por las actividades de vigilancia de las comunicaciones y la interceptación y recopilación de datos personales que realicen tanto el Estado como particulares.

**14. NEUTRALIDAD E INTERCONEXIÓN TRANSPARENTE.** La regulación deberá garantizar que el tratamiento de los datos y el tráfico de contenidos personales y privados en Internet no sea objeto de ningún tipo de discriminación en función de factores como dispositivos, contenido, autoría, origen y/o destino del material, servicio o aplicación. Lo que persigue tal



principio es que la libertad de las personas usuarias para acceder, elegir, utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación o servicio por medio de Internet no esté condicionada, direccionada o restringida, por medio de bloqueo, filtración, velocidad, precios o interferencias. Los proveedores de servicios de conectividad están obligados a interconectarse en el territorio nacional en condiciones no discriminatorias, transparentes y basadas en criterios objetivos y comunes.

**15. EL ACCESO A INTERNET ES UN DERECHO HUMANO.** Se debe garantizar el acceso universal a los servicios de Internet, en tanto es una capacidad habilitante para la realización efectiva del derecho a buscar, recibir y difundir información en su doble dimensión, individual y colectiva. El Estado nacional debe garantizar el Servicio Universal, entendido como el conjunto de Servicios de TIC que deben prestarse a todos/as los usuarios/as, así como un plan nacional de alfabetización digital que permita el ejercicio de este derecho.

**16. ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.** Todas las personas tienen el derecho de acceder y disponer libremente de la información pública y de interés público conforme la Convención Americana sobre Derechos Humanos. El acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de todas y cada una de las personas. Los Estados nacional, provincial y municipal están obligados a garantizar su ejercicio sobre los principios de transparencia, interés público y la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales. Este principio sólo admite limitaciones excepcionales que deben estar establecidas previamente por ley formal para el caso que exista un peligro real e inminente que amenace la seguridad nacional en sociedades democráticas.

El acceso a la información pública incluye a toda la información disponible respecto de prestadores de servicios audiovisuales y de servicios de TIC, mediante la creación de un registro único, público, federal y de libre acceso.

**17. SOBERANÍA EN LAS COMUNICACIONES.** El desarrollo de la ciencia, la industria, y la tecnología nacional de telecomunicaciones, tanto como sus recursos culturales y patrimonio audiovisual constituyen un valor estratégico de la Nación que requieren, conjuntamente, la administración soberana del espectro radioeléctrico. Este debe ser considerado como un recurso intangible, finito y de dominio público, cuya administración, gestión y control es responsabilidad indelegable del Estado nacional. Para la prestación de las facilidades satelitales se dará prioridad al uso de satélites de fabricación argentina. Las redes públicas de fibra óptica, los satélites geostacionarios de telecomunicaciones en órbita, las posiciones satelitales reservadas a ARSAT por ley, las antenas e instalaciones terrestres y satelitales de la Televisión Digital Abierta deben continuar siendo de propiedad pública e intransferibles, pues operan como garantía de la soberanía comunicacional y de diversificación de la propiedad con pluralismo.

**18. DERECHO DE ACCESO A CONTENIDOS DE INTERÉS RELEVANTE.** Se debe garantizar el derecho de acceso universal a los contenidos informativos de interés relevante tales como acontecimientos deportivos, culturales, científicos, políticos u otro género o especialidad, para lo cual se procurará que el ejercicio de los derechos exclusivos para la retransmisión o emisión televisiva de determinados acontecimientos no perjudique el derecho de la ciudadanía a seguirlos en directo y de manera gratuita, en todo el territorio nacional, sin discriminación de calidad o de cualquier naturaleza. La cesión de los derechos para la retransmisión o emisión no puede limitar o restringir el derecho a la información.



**19. DERECHOS DEL PÚBLICO Y LOS USUARIOS. RECTIFICACIÓN.** El público, los lectores y las audiencias de los servicios audiovisuales y usuarios de las TIC y servicios de operadores convergentes tienen derecho a que los contenidos respondan a conductas éticas. Tales contenidos, incluyendo la publicidad emitida en el territorio nacional, deben ajustarse a los estándares internacionales de respeto a los derechos humanos. Especialmente deben desestimar la consideración de niñas, niños y adolescentes como consumidores.

Los contenidos evitarán que se promuevan o inciten tratos discriminatorios, que se menoscabe la dignidad humana, que haya violencia simbólica contra las mujeres o personas LGTBI, o comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud física y psíquica de las personas y la integridad de niñas, niños y adolescentes. El funcionamiento, ampliación y federalización de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual es relevante para custodiar estos principios. También constituyen un aporte fundamental la existencia del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia con representación plural, federal y especializada, así como de otros organismos que expresen a los intereses del público y las audiencias.

Las normas que regulen la prestación de servicios de la comunicación respetarán los derechos de la ciudadanía mediante acuerdos y contratos transparentes y no podrán incluir cláusulas restrictivas o condicionantes de su libertad de elección de otro licenciatario o prestador, o condicionen su rescisión o la desconexión de cualquier servicio adicional contratado.

Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de difusión y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.

**20. PRODUCCIÓN Y TRABAJO DIGNO.** La adopción de normas que estimulen el pluralismo, la diversidad, la no concentración y la producción de equipamiento y contenidos locales, propios y nacionales, constituyen una vía directa para el desarrollo de una industria tecnológica nacional y para la promoción del trabajo en todas las áreas de creación, producción, emisión, distribución y acceso a contenidos gráficos, audiovisuales y de las tecnologías de la información y la comunicación. Se debe asegurar en los mismos una relación laboral en forma libre, registrada, igualitaria, segura y humanamente digna, con resguardo de la salud psicofísica y respeto a las incumbencias profesionales correspondientes a la actividad de las comunicaciones. Se debe contemplar la situación de personas que acrediten capacidades, condiciones y/o competencias producto de su experiencia laboral específica. El sostenimiento y desarrollo de una industria nacional de contenidos audiovisuales, conjuntamente con las cuotas de pantalla para la producción de ficción cinematográfica y audiovisual deben ser políticas de estado y estar promovidos por ley.

**21. REGULARIZACIÓN CON PLENOS DERECHOS.** El Estado adoptará las medidas necesarias para la regularización de todos los servicios de comunicación audiovisual o de Tecnologías de la Información y la Comunicación que tengan trámites pendientes de resolución por cuestiones no imputables a quien lo solicita en los organismos competentes. Tales trámites incluyen la adjudicación de licencias, resolución de concursos, asignación de frecuencias o habilitaciones o títulos necesarios para el pleno ejercicio de los derechos adquiridos en el marco legal vigente al momento de la solicitud o el que resulte más beneficioso para quien lo solicita, y cuya realización se haya demorado por cuestiones técnicas, administrativas o de cualquier naturaleza.