

La regulación de los medios masivos de comunicación es una de las empresas más delicadas que enfrenta el Estado moderno. Esto es así porque buena parte de los objetivos, proyectos e intereses que desarrollan los hombres en las complejas sociedades contemporáneas, tanto en el ámbito público como en el privado, están condicionados en su generación y materialización por tales medios masivos.

Por otra parte, ellos son un instrumento indispensable de gobierno en sociedades en las que el contacto directo entre gobernantes y gobernados es, por necesidad, cada vez más esporádico y limitado.

Los medios de comunicación constituyen, entonces, uno de los más importantes instrumentos de poder social y, como tales, son codiciados por todos los sectores o grupos que procuran ejercer ascendencia o influencia sobre el resto de la sociedad. La regulación de los medios tiene el efecto de distribuir ese poder.

El sistema mixto propuesto, que es hacia el que parece que convergen prácticamente todas las democracias pluralistas, cualquiera que sea el sistema del que se haya partido originariamente, es el que mayores posibilidades ofrece para que los medios de comunicación masiva reflejen la diversidad y el pluralismo que son indispensables tanto para una expansión de la autonomía equitativamente distribuida como para desarrollar un debate democrático lo más amplio, racional e imparcial posible.

ISBN 950-23-0400-4

FC. 0300



Editorial Universitaria de Buenos Aires

ADIO FUSION

Proyecto y Dictamen
del Consejo para la
Consolidación de la
Democracia



EUDEBA

Consejo para la Consolidación de la Democracia

Radiodifusión: Proyecto y Dictamen del Consejo
para la Consolidación de la Democracia / Consejo para la
Consolidación de la Democracia - 1ra. ed.

Buenos Aires, EUDEBA, 1988

240 p.

ISBN: 950 - 23 - 0400 - 4



Sistema de Bibliotecas y de Información (SISBI) UBA

RADIO DIFUSION

RADIO DIFUSION

**Proyecto y Dictamen
del Consejo para la
Consolidación de la
Democracia**

 **EUDEBA**



EUDEBA S.E.M.
Fundada por la Universidad de Buenos Aires

© 1988

EDITORIAL UNIVERSITARIA DE BUENOS AIRES
Sociedad de Economía Mixta
Rivadavia 1571/73
Hecho el depósito que marca la ley 11.723
ISBN: 950 - 23 - 0400 - 4
IMPRESO EN LA ARGENTINA

PROLOGO

La participación popular directa o indirecta en las decisiones, que es inherente a todo gobierno democrático, requiere que la gente tenga conocimiento de los hechos relevantes para esas decisiones y de las distintas propuestas alternativas.

En las sociedades complejas, que se caracterizan por el desarrollo de estructuras en las que intervienen gran cantidad de individuos que guardan entre sí relaciones anónimas y que están involucrados en procesos causales intrincados, el único modo de conocer aquellos hechos relevantes, de coordinar el comportamiento colectivo y de intervenir en el debate público es mediante los medios de comunicación masivos, tanto gráficos como audiovisuales.

Esta función de enriquecer el debate colectivo como sustrato del sistema resulta perturbada si esos medios de comunicación no presentan con suficiente transparencia la información sobre la realidad, si no reflejan los diversos intereses que pueden estar afectados por las decisiones, si no actúan como canal fluido de transmisión de las expectativas recíprocas que son necesarias para que prospere la cooperación social y si no se presentan sin discriminación alguna las diferentes ideologías y concepciones que pueden prescribir decisiones diversas. Ello generalmente ocurre cuando los medios representan o desarrollan intereses particulares que prevalecen sobre la preocupación profesional por servir de vehículo de información, entretenimiento e ideas. Si el debate democrático se desvirtúa cuando se lo concibe, a la manera corporativa, como un mero choque de intereses en lugar de como una confrontación de diversos principios que pretenden justificar un cierto balance entre ellos desde un punto de vista imparcial, ese debate se desvirtúa aún más si el medio en donde tiene lugar el choque o confrontación desarrolla sus propios intereses, que compiten con los otros.

Es por eso que la democratización del sistema de medios de comunicación de masas es una precondition para la consolidación del sistema democrático. Ello justifica que el señor Presidente de la Nación requiera un dictamen y anteproyecto de Ley de Radiodifusión a este Consejo, luego de que durante varios años diferentes sectores de los poderes del Estado, de los partidos políticos y de los mismos medios, abogaran por soluciones contrapuestas.

El Consejo para la Consolidación de la Democracia elaboró el dictamen y el anteproyecto que aquí se publican, junto con estudios preliminares, siguiendo un método que es común a todas sus iniciativas:

Se analizaron los proyectos existentes en la materia y se reunieron comisiones técnicas que analizaron tales proyectos, así como la legislación comparada y estudios relacionados con el tema. A su vez se cursaron más de cien invitaciones a organismos relacionados con la Radiodifusión, a entidades representativas y a especialistas en la materia para que por escrito y en muchos casos personalmente, expusieran sus ideas ante el Consejo.

Se llegó a la conclusión de que la regulación de los medios de radiodifusión debía asegurar que ellos sirvieran tanto al enriquecimiento del debate colectivo como al desarrollo de la autonomía individual y que para ello era necesario producir una gran apertura y expansión del sistema existente; descentralizar los focos de distribución de licencias, dando por primera vez activa participación a Provincias y Municipios; pluralizar las vías de acceso al sistema, expandiendo el sector privado y comunitario y desdoblando el público en uno gubernamental y otro en el que estén representados los grupos parlamentarios, las universidades y otras entidades educativas y culturales; evitar, aun con sanciones penales para la simulación, que ningún grupo tenga una posición monopólica o dominante por vía del control de múltiples medios de modo que su opinión prevalezca sobre las restantes; velar porque consideraciones comerciales no se superpongan a consideraciones de bien público, limitando el tiempo de publicidad y el contenido de publicidad dañina para la salud física y psíquica promoviendo las expresiones artísticas de origen nacional, asegurando espacios en que se traten cuestiones de interés social, previéndose el derecho de rectificación de informaciones falsas y creándose una defensoría del público para canalizar los reclamos de los destinatarios de los medios.

Está de más decir que este dictamen y anteproyecto del Consejo tiene sólo el carácter de propuesta discutible y revisable para las decisiones que en su momento deberán adoptar los órganos con capacidad constitucional decisoria en esta materia.

Como lo habíamos esperado, cuando el dictamen y el anteproyecto del Consejo se dieron a conocer, algunos medios de comunicación pública y entidades que los agrupan, tuvieron expresiones que demuestran la necesidad de profundizar la apertura y el pluralismo en el sistema de medios, de modo de enriquecer el debate colectivo, tal como se propicia en esos documentos.

La mayoría de esas reacciones dejan traslucir intereses corporativos o comerciales sin que se despliegue un esfuerzo argumentativo por justificarlos, como debe hacerse según se dijo en todo debate democrático, sobre la base de principios aceptables desde un punto de vista imparcial. Ello se ve

favorecido por el hecho de que los defensores de distintos principios, o concepciones que expresan diversos enfoques del interés general—los políticos y sus partidos—no siempre se superponen a aquellas expresiones sectoriales.

Aspiramos a que esta publicación del dictamen, anteproyecto y estudios del Consejo pueda servir como aporte para una genuina discusión pública de ideas, no importando si éstas coinciden o no con las sugerencias que se hace en aquellos documentos.

**MIEMBROS DEL CONSEJO
PARA LA CONSOLIDACION DE LA DEMOCRACIA**

COORDINADOR

Dr. CARLOS SANTIAGO NINO

CONSEJEROS

Dr. OSCAR E. ALBRIEU

Dr. JOSE A. ALLENDE

Dr. ISMAEL AMIT

Dr. GENARO CARRIO

Dr. RAUL TADEO DELLEPIANE

Dr. GUILLERMO ESTEVEZ BOERO

Dr. RENE GERONIMO FAVALORO

Gral. Brig. (RE) RICARDO FLOURET

Dr. JULIO HIPOLITO OLIVERA

Dra. EMMA V. PEREZ FERREIRA

Dr. OSCAR R. PUIGGROS

Dr. ANGEL F. ROBLEDO

Rydo. FERNANDO STORNI

Dr. JORGE TAIANA

Dr. ALFREDO I. A. VITOLO

Sra. MARIA ELENA WALSH

Dr. ARMANDO CARO FIGUEROA

Dr. GREGORIO WEINBERG

Dr. EMILIO WEINSCHELBAUM

ASESORES DE LA COMISION DE RADIODIFUSION

Dr. HENOCH AGUIAR
Dr. MARCELO ALEGRE
Dr. CARLOS BALBIN
Sr. PABLO DE BASE
Lic. NORA BLAYE
Dr. GABRIEL BOUZAT
Dr. MIGUEL DE DIOS
Dr. ROBERTO GARGARELLA
Dr. MIKE MEIER
Sr. ROBERTO DE MICHELE
Sr. JORGE NOGUER
Sra. MARCELA RODRIGUEZ
Dr. RAFAEL RUIZ AYALA

I

FUNDAMENTOS

La filosofía de una Ley de Radiodifusión

1 - La regulación de los medios masivos de comunicación es una de las empresas más delicadas que enfrenta el Estado moderno. Esto es así porque buena parte de los objetivos, proyectos e intereses que desarrollan los hombres en las sociedades complejas contemporáneas, tanto en el ámbito público como en el privado, están condicionados en su generación y materialización por tales medios masivos.

Por otra parte, ellos son un instrumento indispensable de gobierno en sociedades en las que el contacto directo entre gobernantes y gobernados es, por necesidad, cada vez más esporádico y limitado. Los medios de comunicación de masas constituyen, de este modo, un contexto que interactúa con la mayoría de los planes y aspiraciones que los individuos tienen y son, además, el equivalente al ágora o al foro de la antigüedad, en cuanto ámbito de contacto de los ciudadanos con los asuntos públicos.

Los medios de comunicación constituyen, entonces, uno de los más importantes instrumentos de poder social, y, como tales, son codiciados por todos los sectores o grupos que procuran ejercer ascendencia o influencia sobre el resto de la sociedad. La regulación de los medios tiene el efecto de distribuir ese poder y no es por nada que sea objeto de casi tantas expectativas, tensiones y presiones como el establecimiento de una estructura constitucional.

Para evitar que esos factores distorsionen la formulación de un régimen legal adecuado, es necesario poner en claro desde un comienzo cuáles son los principios básicos de filosofía política que deben inspirar la regulación legal de los medios de comunicación masivos.

Prácticamente todo el pensamiento desarrollado en torno a este tema en el marco de las democracias pluralistas contemporáneas coincide en la relevancia decisiva de dos principios básicos, y sólo hay disenso acerca de su respectivo peso y de su relación. Ellos, son los principios de la expansión de la autonomía individual y del enriquecimiento del debate democrático, que están conectados con valores fundamentales de aquellas democracias

pluralistas. Analicemos brevemente la relevancia de cada uno de estos principios para el uso de los medios de comunicación.

1.1 – La piedra fundamental del edificio de las sociedades abiertas y pluralistas es la idea de que es valiosa la libre autodeterminación de cada individuo en la elección y materialización de su propio plan de vida y de que es, consecuentemente, disvaliosa toda interferencia, por parte de otros individuos y organizaciones, contra esa libertad de elección y materialización. Esta posición no implica necesariamente que no haya planes o ideales de vida mejores que otros, pero sí implica que si la materialización de algunos de ellos tiene un valor intrínseco, ese valor depende de la adhesión espontánea al ideal en cuestión y se desvanece tan pronto se intenta imponer. Esto supone que el Estado debe ser neutral en materia de moral privada, constituida por ideales de virtud personal y por proyectos de vida, lo que está consagrado en el artículo 19 de nuestra Constitución Nacional cuando exime de la autoridad de los magistrados y reserva sólo a Dios las acciones privadas de los hombres –o sea las acciones que al no afectar los intereses de terceros, sólo pueden lesionar la moral personal o privada–.

Una reformulación fundamental en esta idea básica del liberalismo social y político se produjo cuando se advirtió que la neutralidad del Estado respecto de ideales y planes de vida no se satisface con un mero comportamiento pasivo de no interferir con las elecciones de los individuos. Esto es así porque las posibilidades reales que los individuos tienen de elegir y materializar proyectos vitales no depende sólo de esa no interferencia sino de su acceso a recursos naturales y sociales. Ese acceso está dado por la distribución que resulta de la estructura social y económica, estructura que no es un hecho de la naturaleza sino que está respaldada por el poder coactivo del propio Estado. De este modo, la actitud pasiva del poder público, lejos de implicar neutralidad, supone favorecer los planes de vida de quienes se ven amparados por el statu quo. La genuina neutralidad exige proveer activamente los recursos necesarios para elegir y concretar proyectos de vida a aquellos individuos que carecen de ellos como resultado de la “lotería natural” o de la estructura social.

El acceso, en carácter de emisor y receptor, a los medios de comunicación social es esencial para el desarrollo de la autonomía en la selección y materialización de planes de vida. En primer lugar, porque sólo a través de esos medios se puede tener, en la sociedad actual, una información suficiente sobre las alternativas de vida disponibles en el contexto social y sobre sus implicaciones fácticas. En segundo lugar, porque muchos proyectos vitales, como la actividad artística por ejemplo, requieren la coordinación con un número indeterminado de personas en diversas fases de la actividad; para ello es necesario tomar contacto a través de esos medios. En tercer término,

porque el aprovechamiento del ocio que cada vez ocupa un lugar más central en los planes de vida de la gente, suele incluir experiencias artísticas y diversiones que se suministran a través de estos medios con más facilidad y menor costo que cualquier otra alternativa.

1.2 – El segundo principio básico de aplicación relevante al acceso a los medios de comunicación masiva es el del enriquecimiento del debate colectivo. Es un lugar común, decir que el desarrollo de una discusión amplia, libre y racional es esencial para una democracia pluralista, hasta el punto en que ella ha sido llamada “el gobierno de la discusión por excelencia”. La democracia es un procedimiento de solución pacífica de conflictos mediante la obtención de consenso, y no hay consenso genuino sin una previa confrontación de ideas, en la que se consideren imparcialmente todos los puntos de vista. Incluso es posible concebir a la democracia como una forma institucionalizada de discusión tendiente a determinar qué principios de moralidad social son aceptables desde una perspectiva imparcial y racional.

Cuanto más amplia y libre sea esa discusión, más probabilidades hay de que los principios que son consensualmente adoptados para dirimir conflictos y establecer un esquema de cooperación, son los que serían aceptados si se tomaran en cuenta racional e imparcialmente todos los intereses relevantes.

Esto implica que es fundamental que el debate democrático sea lo más amplio posible y que todos los que participan en él puedan expresar sus intereses y los principios que los podrían legitimar, así como que conozcan los intereses e ideales de los demás. En una sociedad compleja ello no puede lograrse sólo a través de los oradores callejeros sino que requiere el acceso a los medios de comunicación masiva. Esos medios son indispensables para enriquecer el debate público, proveyendo toda la información que es necesaria para adoptar decisiones colectivas, reflejando en forma imparcial los diversos intereses involucrados y proporcionando un foro para las diversas ideas y propuestas sin hacer discriminación alguna sobre la base de su contenido. Adicionalmente, el acceso a los medios de comunicación masiva es indispensable para el ejercicio de un gobierno democrático, que requiere la publicidad de sus actos y el consiguiente control crítico.

1.3 – Como se dijo, el pensamiento desarrollado en el marco de las democracias pluralistas no difiere acerca de la relevancia de estos dos principios para regular los medios de comunicación masiva sino acerca de su prelación y su peso relativo.

Una corriente, asociada a la defensa de una democracia elitista, que se preocupa, sobre todo, por lo que Constant llamaba “las libertades de los modernos”, sostiene la prioridad del principio del desarrollo de la auto-

nomía individual sobre el principio del enriquecimiento del debate colectivo. Hay una razón subyacente para este orden jerárquico: los partidarios de esta concepción suelen interpretar el principio de la autonomía en forma restringida asignando al Estado el mero papel pasivo de no interferir con la elección de planes de vida que la gente hace, empleando los recursos obtenidos al amparo de la estructura social vigente. Esta modalidad de Estado requiere una restricción de las demandas de la población, lo que supone limitar su participación promoviendo una actitud apática frente al proceso político, cosa que se logra desalentando el debate público. Desde este punto de vista, la misión fundamental de los medios de comunicación masiva es ser instrumento del desarrollo de la autonomía individual, de acuerdo a la capacidad para ejercer esa autonomía que surge de la estructura social existente. El enriquecimiento de la discusión pública es un rol accesorio de los medios de comunicación social, que se ejerce principalmente para permitir el recambio de las diversas élites en el poder y para facilitar su control mutuo.

En el otro extremo del espectro democrático están los partidarios de una democracia populista, (a quienes principalmente inquietan "las libertades de los antiguos" en la distinción de Constant) que dan prioridad al principio del enriquecimiento del debate colectivo sobre el principio del desarrollo de la autonomía individual. Desde este enfoque, se suele ver al segundo principio como instrumental en relación al primero, ya que lo que se valora en la autonomía es la expresión de intereses e ideas que contribuye a hacer más rico el espectro de alternativas entre las que se debe decidir colectivamente. En realidad, este enfoque suele estar asociado con algún escepticismo sobre la posibilidad de desarrollar una genuina autonomía individual, poniendo el acento en el carácter esencial que tiene la inserción en una comunidad para la realización de una persona; de este modo se prefiere hablar de autodeterminación colectiva. En todo caso, la autonomía individual debe ceder, según este enfoque, toda vez que ella esté en pugna con el enriquecimiento del debate público.

En lo que se refiere específicamente al acceso de los medios de difusión pública esta posición procura asegurar la prelación del principio del enriquecimiento del debate público sobre el de la expansión de la autonomía, admitiendo sólo el uso de los medios, en función de intereses individuales, cuando ello no interfiera con los requerimientos para el desarrollo del proceso político y en tanto se promuevan virtudes y planes de vida valiosos para la vida pública, como la solidaridad o la militancia política. Esto implica una cierta tendencia a admitir formas latentes o manifiestas de perfeccionismo, que está en pugna con la neutralidad del Estado en materia de elección y materialización de planes de vida.

Sin embargo, ninguna de estas prioridades parece estar justificada: el debate democrático no puede supeditarse a la autonomía individual, ya

que ese debate tiende a dirimir conflictos de principios generales para regir la vida social, mientras que a través del ejercicio de la autonomía se expresan intereses y proyectos de índole personal o autorreferente; tampoco la autonomía puede concebirse como un instrumento del debate democrático, ya que cuando ella es objeto de una distribución igualitaria, establece una esfera de acción de cada individuo que no puede estar supeditada al resultado de decisiones colectivas. En realidad la conexión entre autonomía y democracia podría hacerse a través de la discusión, ya que mientras el proceso democrático constituye como se dijo, una forma institucionalizada de la discusión racional, el principio de autonomía tal vez esté presupuestado en toda discusión. De cualquier modo, la expansión de la autonomía individual y el enriquecimiento del debate colectivo parecen constituir dos valores independientes, sin que ninguno deba someterse al otro, aunque a veces la realización de uno puede contribuir a la concreción del otro, así como también puede haber situaciones en que el intento de materializar uno de ellos reste recursos escasos para la realización del otro. En el caso del acceso a los medios de comunicación masiva pueden darse tanto casos de potencialización recíproca de ambos valores como de pugna, y cuando esto último ocurre no hay más remedio que procurar un equilibrio para satisfacer uno y otro hasta cierto grado.

2 - Una vez que se han acotado los principios básicos de filosofía política que tienen relevancia en la regulación del acceso a los medios de comunicación masiva, cabe referirse a la estructura institucional que debe enmarcar ese acceso. Corresponde hacer dos aclaraciones iniciales:

La primera es que esa estructura institucional, cualquiera que ella sea, no tiene un valor intrínseco sino que sólo tiene un valor instrumental respecto de la satisfacción de los principios antes examinados.

En este tema, como en otros, es necesario estar prevenidos contra esa forma de dogmatismo que consiste en tratar a los medios como si fueran fines. De este modo, el valor de una mayor o menor injerencia estatal o de una mayor o menor iniciativa privada depende de probar en qué medida una y otra contribuyen causalmente a expandir la autonomía individual igualmente distribuida y hacer más amplio, imparcial y racional el debate colectivo.

La segunda aclaración que es necesario hacer es que no debemos caer en el simplismo de suponer que aquí enfrentamos una disyuntiva entre la propiedad privada, comunitaria o estatal de las empresas que controlan medios de comunicación.

La injerencia de diversos agentes en los medios de comunicación se produce a través de una gran diversidad de mecanismos que se superponen y se combinan de distintas formas y actúan en diferentes etapas de la emisión

de mensajes a través de esos medios. Por eso es que conviene recurrir a una categoría más abstracta y general para tratar este tema: la de los mecanismos de distribución del acceso a los medios masivos de comunicación.

2.1 – El primer mecanismo de distribución, cuya eficacia para materializar los principios de autonomía y de debate colectivo es necesario analizar, es el del mercado.

Las ventajas que tiene el mercado para proveer a la elección y materialización de planes de vida son evidentes. El mercado es un procedimiento descentralizado y neutral de satisfacción de preferencias, según el cual los recursos para materializarlas fluyen de acuerdo a la intensidad y difusión de esas preferencias, sin tomar en cuenta su contenido ni las características de sus titulares. De este modo, se evita todo elemento de perfeccionismo y de discriminación y se maximiza la eficiencia en el aprovechamiento de los recursos disponibles, ya que el mercado garantiza que esos recursos satisfagan en grado máximo el conjunto de preferencias de los individuos que operan en él consideradas en forma agregativa. Por otro lado, el mercado también asegura que cada individuo sea responsable de sus propias preferencias e intereses, evitando que ellos sean asimilados a accidentes o deficiencias de los hombres; esto es así porque el mercado determina que cada individuo cargue con el costo de preferencias caras, sea por la escasez de los recursos disponibles para satisfacerlas o sea por el carácter peculiar, no compartidas por otros, de las preferencias o intereses en cuestión. En el caso del acceso a los medios de comunicación masiva, el mercado garantiza que los mensajes o programas que se emitan satisfagan las preferencias más intensas de la mayoría de la gente, sea cual sea el mecanismo comercial a través del cual se cobre el costo de esas preferencias. Esto ocurre en las dos puntas de la emisión del mensaje; tanto quien lo produce como quien lo recibe tendrá un mayor o menor costo, que se mide por la satisfacción de sus otras preferencias, según cuánta gente lo acompañe en su preferencia de emitir o recibir ese mensaje.

Pero las limitaciones del mercado para satisfacer la autonomía individual igualmente distribuida son también obvias. En primer lugar, el mercado no siempre funciona correctamente ya que existen una serie de prácticas, como las de monopolio, que subvierten su mecanismo y afectan su eficiencia en la satisfacción de preferencias; aún los más fervientes defensores del mercado, admiten que debe haber una acción estatal dirigida a impedir que él se desnaturalice a través de tales prácticas. La formación de monopolios y oligopolios es un riesgo permanente en el caso de los medios de comunicación masiva, debido tanto a la escasez de los recursos disponibles (como son las ondas de radio y televisión) como a los grandes capitales que

son necesarios para explotar esos recursos. En segundo término, aun cuando el mercado funcione bien es un hecho conocido que, dada la desigualdad de recursos con los que cada individuo interviene en él, el costo de la satisfacción de cada preferencia en término de otras es marcadamente desigual, ya que al tener más recursos iniciales puede satisfacer sus preferencias menos intensas sin afectar las más intensas, cosa que no ocurre con quienes tienen menos recursos. De este modo, el mercado está lejos de ser la institución democrática que sus partidarios suponen; en realidad él no es absolutamente neutral de las preferencias, ya que discrimina a favor de quienes tienen más recursos iniciales (sin contar con el hecho de que tiende a profundizar las diferencias de esos recursos). En el caso específico de los medios de comunicación, el tratamiento desigual que produce el mercado se advierte no tanto en el extremo receptor (aunque aún como aquí hay desigualdades evidentes) sino en el extremo emisor: es obvio que quienes más recursos tienen pueden satisfacer a menor costo sus proyectos mediante la emisión de mensajes que los satisfacen.

En tercer término, como bien ha sostenido el Doctor Juho H. G. Olivera, los medios de difusión son bienes públicos, en el sentido de que el consumo de una persona no reduce la cantidad disponible para el consumo de los demás; y es una proposición establecida de teoría económica que el mercado no es el medio más eficiente para producir bienes públicos, tanto en cantidad como en calidad suficiente, dado que la producción óptima de tales bienes se alcanza cuando el costo marginal relativo es igual, no a la utilidad marginal relativa para cada consumidor, como ocurre en el caso de los bienes privados, sino a la suma de las utilidades marginales relativas de los consumidores.

En cuarto término, el mercado no es absolutamente neutral en un segundo sentido que se combina con el anterior: el mercado no sólo actúa sobre la base de preferencias, sobre todo mediante la publicidad. Esto hace que quienes tienen más recursos puedan condicionar las preferencias de los demás, de modo de orientarlas en la dirección que produce una satisfacción más fácil de sus propias preferencias. Es muy obvio cómo esto ocurre en el caso de los medios masivos de comunicación, a través de los cuales se fomenta el gusto por programas de poco costo (como las series o grabaciones importadas que insumen mucho menos recursos que los programas hechos ad-hoc en los medios locales). Por último, si bien es plausible que el mercado haga a cada uno responsable de sus preferencias y proyectos, haciéndolos cargar con el costo de su satisfacción que depende de qué difundidos ellos están, lo cierto es que el principio de autonomía individual igualmente distribuida exige que se de oportunidad a la gente para elegir y satisfacer proyectos peculiares e idiosincráticos; de lo contrario, se discrimina a favor de los proyectos de vida rutinarios y conformistas. El mercado sólo permite satisfac-

cer preferencias inusuales a quienes tienen más recursos, puesto que la falta de difusión de una preferencia la hace extremadamente cara.

Estas limitaciones del mercado para satisfacer el principio de expansión de la autonomía individual igualitariamente distribuida determinan que él deba ser complementado con otros mecanismos de distribución del acceso a los medios de comunicación masiva.

¿Qué pasa con la capacidad del mercado para enriquecer el debate colectivo? En primer término, sus ventajas en este sentido son también claras. Su carácter descentralizado y su relativa neutralidad respecto del contenido de las ideas y proyectos que se proponen a la consideración colectiva hacen que el mercado permita la difusión de información y de ideologías sin discriminaciones irritantes; cualquier intento de coartar el acceso público a una cierta idea hace que haya un incentivo para propagarla porque se convierte en un producto que goza de demanda potencial y de insuficiente oferta. Pero las limitaciones del mercado para enriquecer el debate colectivo son todavía más obvias que en el caso de la expansión de la autonomía individual. No sólo se reproducen los inconvenientes de las prácticas que perturban el mercado, como los monopolios, de la desigualdad de recursos y del condicionamiento de las preferencias, sino que aquí esos inconvenientes se agravan por el hecho de que cuando se trata no de preferencias personales sino de modelos de organización social hay una preferencia respecto de la cual el mercado no puede ser neutral: la preferencia por el propio mercado como mecanismo de distribución de recursos. Esta preferencia incorporada al mercado se advierte claramente en el caso de los medios de comunicación a los que se tiene acceso a través del mercado. Por otra parte, el inconveniente de las preferencias minoritarias es verdaderamente grave en relación al enriquecimiento del debate público: el procedimiento democrático resulta viciado si desde un principio las propuestas minoritarias tienen menos oportunidades de exposición. Algunas de estas desventajas del mercado en cuanto promotor del debate público se reflejan en estos párrafos del profesor Owen Fiss de la Universidad de Yale: "El mercado –aun cuando opere fluida y eficientemente– no asegura que todos los puntos de vista van a ser oídos, sino sólo los que son abogados por los ricos, los que pueden obtener crédito o los que pueden armar un producto que atraiga a suficientes avisadores o suscriptores para mantener la empresa... El mercado constriñe la presentación de cuestiones de interés público de dos formas distintas. Primero, el mercado privilegia a grupos selectos haciendo programas, revistas y diarios especialmente sensitivos a sus deseos y necesidades. Uno de esos grupos consiste en aquéllos que tienen el capital suficiente para adquirir o hacerse propietarios de una estación de televisión, diario o revista; otro grupo consiste en aquéllos que controlan los presupuestos publicitarios en las empresas; y todavía otro grupo está com-

puesto por aquéllos que son más capaces de responder entusiastamente a la publicidad de las empresas y es más probable que lo hagan.

El número de los integrantes del último grupo es indudablemente bien grande (ya que probablemente incluye a cada chico de nueve años que puede presionar a sus pares para que le compren ésta o aquella cosa), pero no es coextensivo con el electorado. Ser un consumidor, aun uno soberano, no es lo mismo que ser un ciudadano. En segundo lugar, el mercado hace que incidan en las decisiones sobre política editorial y programación, factores que tienen que ver con la obtención de ganancias y con la eficiencia en la asignación de recursos (mirando las cosas desde un punto de vista societario) pero muy poco que ver con las necesidades democráticas del electorado. Para un hombre de negocios, los costos de producción y el beneficio que es probable que se genere son factores altamente pertinentes para determinar qué shows ofrecer, o qué publicar en un diario, un mercado perfectamente competitivo va a producir shows y publicaciones cuyos costos marginales igualan los beneficios marginales... Pero no hay una relación necesaria o aun probabilidades entre obtener ganancias (y aún asignar recursos eficientemente) y proveer al electorado la información que necesita para hacer elecciones libres e inteligentes acerca de políticas gubernamentales, la estructura del gobierno, o la naturaleza de la sociedad.

El punto fue bien entendido cuando liberamos nuestros sistemas educativos y nuestras universidades del mercado y se aplican con fuerza igual a los medios de comunicación masiva".

2.2 – Frente a estas limitaciones del mercado para satisfacer los principios de expansión de autonomía y de enriquecimiento del debate colectivo, el mecanismo alternativo al que con más frecuencia se recurre para distribuir el acceso a los medios de comunicación es el que está constituido por las decisiones de órganos políticos.

Cuando ponemos este mecanismo en función del principio de expansión de la autonomía individual sus ventajas parecen claras. Desde que se trata de un mecanismo que opera sobre la base de decisiones deliberadas, parece posible ajustar los resultados a las exigencias de una distribución igualitaria de la autonomía individual. De este modo, se puede procurar que los medios de comunicación provean el máximo posible de información sobre diferentes formas de vida o actividades que resultan valoradas según un ideal u otro, ofreciendo también datos que permitan evaluar racionalmente las consecuencias de optar por uno u otro plan de vida. También se puede intentar que los medios estén abiertos, tanto en su extremo emisor como en el receptor, a la mayor diversidad posible de expresiones artísticas, intelectuales, culturales, gustos estéticos, formas de esparcimiento, modalidades de contacto interpersonal, etc., excluyendo cualquier tipo de discriminación y

en especial, las que están fundadas en la valoración de los contenidos del estilo de vida para el cual el material resulta relevante, en los recursos de quienes están interesados en él, y en el número de éstos últimos. Las decisiones políticas deberían procurar ofrecer más recursos para elegir y materializar planes de vida a aquellos menos favorecidos por la naturaleza o la estructura social: los discapacitados, los pobres, etc.. En el caso de los niños, tales decisiones deberían estar orientadas a abrirles horizontes proporcionándoles recursos intelectuales y espirituales para ejercer su autonomía cuando lleguen a la edad de la razón, sin imponerles un cierto ideal de vida.

Pero este panorama idílico no resulta de fácil concreción en la realidad. Uno de los problemas que enfrenta el mecanismo de distribución basado en decisiones políticas es el de la ineficiencia en el aprovechamiento de recursos (que resulta en una frustración innecesaria de preferencias), la que se suele producir cuando se genera una burocracia intermedia que no percibe beneficios directos en función de los mejores resultados de su actividad. Esta ineficiencia no justificada no sólo se debe a los vicios usuales de desidia o corrupción sino a que toda burocracia desarrolla intereses propios que no siempre coinciden con la función del servicio público. Esto se agrava cuando individuos de la burocracia tienen una ideología que no se compadece con el principio de expansión de la autonomía igualmente distribuida, de modo que no mantienen la necesaria neutralidad activa frente a cualquier proyecto de vida.

En relación al principio de enriquecimiento del debate colectivo, el mecanismo de distribución de acceso a los medios de comunicación, que está basado en las decisiones políticas, también parecen superar los defectos del mercado: esas decisiones pueden orientarse hacia la mayor concentración de la atención, compatible con el principio de autonomía, en los asuntos públicos y hacia la difusión del mayor espectro de opiniones posibles, independientemente de su contenido o de cualquier característica de quienes generan esas opiniones, incluyendo el número. Por otro lado, dado que estamos presuponiendo como *conditio sine qua non* que las autoridades que toman las decisiones son de origen democrático, el único presupuesto ideológico incorporado al sistema es el valor de la democracia, lo que no es en sí mismo objetable.

Sin embargo, aquí también estas ventajas tienen claras limitaciones: quienes toman las decisiones políticas suelen estar motivados por la intención de conservar el poder y es frecuente que cometan diferentes tipos de abusos y que incurran en actitudes parciales con tal de favorecer a la posición ideológica partidaria o grupal que ellos representan. Por otro lado, el riesgo de corrupción no es escaso en un sistema en que los incentivos de los funcionarios no guardan relación con la magnitud de los intereses que ellos pueden afectar o beneficiar.

2.3 – Otro mecanismo alternativo de distribución del acceso a los medios de comunicación social es el que podríamos denominar de “auto-gestión comunitaria”. Este mecanismo implica que tengan injerencia en la distribución del acceso de los medios, asociaciones o grupos espontáneos de ciudadanos o entidades públicas no gubernamentales como universidades o partidos políticos. En realidad éste es un mecanismo mixto ya que él requiere una incidencia permanente de decisiones políticas, acerca de qué grupos o entidades tienen este poder distribuidor, que tiene un alcance mucho mayor que las decisiones políticas que se adoptan cuando se entrega ese poder al mercado. Este mecanismo tiene algunas ventajas, ya que no está condicionado por los recursos económicos, como ocurre en el caso del mercado, ni por el peso de una burocracia y del sectarismo político, como ocurre cuando la distribución se hace a través de decisiones políticas directas. No obstante, algunas de estas limitaciones se reproducen aquí también debido a la incidencia recién mencionada de las decisiones políticas y de la relativa arbitrariedad de la distribución de segundo nivel que ellas deban efectuar (quienes tienen el poder de distribuir). Por el otro lado, no hay garantía de que en la distribución de primer nivel que deben realizar las asociaciones y entidades se respeten las exigencias de neutralidad respecto de planes de vida y de imparcialidad respecto de ideologías y propuestas políticas.

2.4 – Por lo que acabamos de ver, ninguno de los mecanismos más conocidos de distribución del acceso a los medios de comunicación masiva satisface plenamente los principios de expansión de la autonomía individual igualmente distribuida y de enriquecimiento del debate colectivo.

Sin embargo, es importante advertir que las ventajas y limitaciones de cada mecanismo en general no se superponen. Por ejemplo, mientras un mecanismo tiende a discriminar según la posesión de recursos o de acuerdo a la difusión de una preferencia, el otro tiende a discriminar de acuerdo al contenido intrínseco de las preferencias o propuestas.

Este hecho sugiere que las limitaciones de un mecanismo pueden verse neutralizadas por las ventajas de los otros si se combinan adecuadamente todos los procedimientos mencionados de distribución del acceso a los medios de comunicación masiva, o sea si se superpone el que está basado en el mercado, con el que está basado en decisiones políticas directas y con el que está basado en la auto-gestión comunitaria.

Esta pluralidad y diversidad de los mecanismos de distribución del acceso a los medios de difusión no debe tener una expresión exclusivamente “vertical” en el reparto del control de cada medio por parte de los distintos agentes involucrados en esos mecanismos, o sea el Estado Nacional, Provincial y Municipal, las empresas privadas, entes públicos no gubernamentales, asociaciones comunitarias, etc.. Debe haber también una integración “hori-

zontal" de los distintos mecanismos de modo que los diversos agentes actúen en diferentes etapas de la generación o el control de mensajes a través de un mismo medio.

Por ejemplo, el mecanismo político puede incidir a través de espacios en los medios privados para dedicarlos a la discusión de asuntos públicos o de una política de subsidios para promover expresiones minoritarias. El mercado puede tener incidencia en los medios públicos por medio de alguna publicidad limitada o de la compra de algunos espacios. La auto-gestión comunitaria, además de controlar sus propios medios, puede tener cabida tanto en los medios estatales como privados. Debería haber procedimientos independientes de control sobre todos los medios para cuidar que en el tratamiento de los asuntos públicos se reflejen los diversos puntos de vista, que se permita la réplica de opiniones que pueden afectar al prestigio de alguien, que la publicidad no sea abusiva, que los menores sean protegidos, que la burocracia de los medios públicos no se maneje arbitrariamente, etcétera.

Este sistema mixto, que es hacia el que parece que convergen prácticamente todas las democracias pluralistas, cualquiera que sea el sistema el que se partió originalmente, es el que mayores posibilidades ofrece para que los medios de comunicación masiva reflejen la diversidad y el pluralismo que son indispensables tanto para una expansión de la autonomía equitativamente distribuida, como para desarrollar un debate democrático lo más amplio, racional e imparcial posible.

El sistema mixto*

Dentro del diseño que se aconseja adoptar en materia de radiodifusión, aparece como especialmente importante el papel que le cabe al gobierno en el tema.

La intervención del gobierno es en principio necesaria para facilitar sus posibilidades de comunicación con la ciudadanía. De tal manera se le permite tanto la difusión de sus actividades, como así también la explicación de sus políticas.

Si la ciudadanía no tuviese la oportunidad de percibir claramente la forma en que se van articulando las acciones del gobierno, ni la posibilidad

* Cabe aclarar que el sistema propuesto ha sido diagramado teniendo en consideración el sistema constitucional vigente. Por consiguiente es probable que se requiera una modificación del presente proyecto en caso de reforma constitucional.

de conocer las razones que las sustentan, verá entonces fuertemente limitadas sus necesidades informativas, y el gobierno por su parte, la de crear consensos mínimos a partir de sus acciones públicas. Si se considera valioso que los individuos formen su opinión libremente debe advertirse que esa libre auto-determinación se ve debilitada si permanecen vigentes dificultades para acceder a una información amplia sobre todos los temas de interés público.

En tal sentido, el poder político debe contribuir a maximizar la autonomía de los individuos brindándoles las herramientas necesarias para facilitar una mejor elección.

La responsabilidad del gobierno en esta materia trasciende entonces las comunicaciones sobre su gestión para completarse con propuestas y criterios que signifiquen un enriquecimiento de la capacidad de decisión de la gente. El poder de los representados se incrementa en la medida en que pueda contar con mayores juicios. Reconociendo este hecho, el Premio Nobel de la Paz Sean Mc Bride, en su carácter de Presidente de la "Comisión Internacional de Estudio sobre los Problemas de Comunicación", creada por la UNESCO, señaló en el discurso inaugural de la Comisión que "La comunicación está estrechamente ligada con las estructuras de poder. Una comunicación unilateral o incluso bilateral, refleja y respalda las estructuras autoritarias y paternalistas.

La circulación multilateral de la información es un instrumento indispensable de la democratización y de una mayor participación de las masas en la formulación de las relaciones internacionales".

Los medios privados, en este sentido, parecen menos aptos en cuanto al compromiso de una distribución igualitaria de la autonomía, debido a condicionamientos económico-comerciales.

Sin embargo, si nuestra contribución al enriquecimiento del debate público a través de los medios de comunicación se limitase a consagrar la coexistencia de medios privados y públicos, correríamos el riesgo de provocar un corte demasiado profundo entre ambos, pudiendo incluso facilitar el desarrollo de una contraposición indeseable entre medios públicos y medios privados.

Pareciera conveniente entonces propiciar la creación de organismos que puedan fijarse objetivos equidistantes tanto de los objetivos de los entes públicos gubernamentales de aquellos de los entes privados.

Hasta el momento vimos que mientras los medios privados fijan con fuerte independencia sus propuestas comunicativas, los medios masivos del gobierno asumen la responsabilidad de explicitar las políticas que dicho gobierno realiza y contribuyen a la vez a favorecer el desarrollo del principio de autonomía, acercando a la población mayores elementos de juicios para la toma de sus decisiones.

Un ente público no gubernamental, junto a ellos, contribuiría por su parte a enriquecer el debate público a través de propuestas alejadas tanto de aquellas pautas fundamentalmente comerciales, como de aquellas otras fijadas por el propio gobierno. Entes de similares características podemos encontrar en Gran Bretaña, Canadá, Francia, Japón, etcétera.

Su misión sería la de ofrecer opiniones de calidad que garanticen un mayor pluralismo, una mayor diversidad y una más amplia participación de la comunidad. En tal sentido, al clausurarse la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación llevada a cabo en 1979, se remarcó especialmente la necesidad de impulsar una amplia y activa participación de todos los sectores nacionales en el proceso de comunicación.

Ello podría realizarse, eliminando los obstáculos que impiden el intercambio y la circulación de la información, a la vez que se realizan acciones efectivas tendientes a reducir las disparidades en las posibilidades de acceso a la comunicación.

Un adecuado equilibrio entre los medios comerciales, comunitarios y gubernamentales pareciera satisfacer más plenamente el principio vinculado al desarrollo de una discusión más libre y racional.

En los acuerdos que los individuos logren a partir de tal debate, y los consensos que se alcancen desde entonces, estarán considerados la mayor cantidad de puntos de vista y se tendrán por lo tanto mayores garantías de imparcialidad.

El crecimiento y profundización del sistema democrático está fuertemente ligado a dicha posibilidad de confrontar ideas públicamente. Si desligásemos a los medios de difusión de dicha tarea estaríamos por omisión provocando que el debate crítico se desdibuje y contribuyendo al fortalecimiento de los intereses más poderosos y generalmente más alejados al pensamiento y a los deseos de las mayorías.

Tanto el enriquecimiento de la discusión pública como el desarrollo del principio de autonomía parecen verse optimizados así en un sistema que combine junto a los medios privados, a los gubernamentales y a aquellos otros públicos pero no gubernamentales.

El afianzamiento de este sistema mixto puede convertirse en un elemento importante para la consolidación del sistema democrático, y por tal motivo parece conveniente recomendarlo.

La materialización de este esquema exige la creación de tres órganos: Uno (Radio y Televisión Argentina) en la órbita del P.E.N. que cumplirá el rol de llevar a cabo el servicio de radiodifusión pública gubernamental.

Otro (Ente Nacional de Televisión) que estará a cargo del servicio público no gubernamental, donde exista participación del Congreso y la Comunidad (a través de una amplia Junta Asesora con representantes de las provincias y de los distintos sectores de la radiodifusión) tanto en la confor-

mación de dicho órgano, como, consecuentemente en la ejecución de sus fines.

Por último, como autoridad de aplicación, se crea la Junta Ejecutiva Nacional, que también debe acoger las propuestas del Poder Legislativo en su integración y que, por otro lado, tendrá administraciones descentralizadas -Juntas Regionales- que cumplen el propósito de federalizar el sistema.

Monopolios

Como expresamos previamente, la libertad de expresión no sólo implica la no interferencia del Estado y de los particulares y la prohibición de censura previa, sino también la acción del Estado orientada a una distribución igualitaria de los espacios y las ondas.

Los medios de comunicación social no son un mero reflejo de la realidad. A través de sus discursos orales, visuales y escritos intercambian significados sociales que van más allá de las noticias y datos fácticos. Brindan diversas versiones del mundo de ideología y valores.

En el proceso de producción y transmisión de la información se puede reafirmar o modificar estructuras existentes, fomentar la diversidad de opiniones y la difusión de conocimientos o manipular la información tendiente a obtener uniformidad de criterios, imposición de valores e ideas, etc., en función de intereses específicos.

La forma de consolidar una verdadera comunicación pluralista radica en no privilegiar ninguna de las fuentes de opinión, sean estatales o privadas, comerciales o no comerciales, locales o nacionales. La democratización de los medios de comunicación social, que implica el respeto, fomento del pluralismo y de la libertad de acceso a los mismos está centrada alrededor de la idea de imparcialidad. El Estado en su función de órgano de aplicación de ley y en la distribución de ondas disponibles debe comportarse con absoluta imparcialidad no privilegiando ningún grupo de interés ni factores de poder.

Son características de los medios de comunicación social la escasez de recursos disponibles, esto es de las ondas, y la necesidad de contar con grandes capitales para poder explotarlos.

Ello así, existe siempre el riesgo de concentraciones monopólicas y oligopolios.

El Estado debe asumir su responsabilidad dirigida a maximizar la autonomía de cada individuo y la búsqueda de una "situación ideal de discu-

sión", inherente al ejercicio democrático. Cuando la producción, acumulación y transmisión de información está en manos de unos pocos las posibilidades de elección del resto se ven notoriamente reducidas.

Se deben desarticular los mecanismos que están obstaculizando el pleno desarrollo de una conciencia crítica y reflexiva, favoreciendo la discusión y garantizando la pluralidad, mediante una distribución igualitaria de los recursos que evite la formación de monopolios y posiciones dominantes en el manejo de los medios.

A tal efecto, consideramos esencial la incorporación de una cláusula de carácter penal que haga punible la infracción a las reglas antimonopólicas propuestas, especialmente mediante la celebración de actos simulados. Estas conductas comportan formas especiales de fraude con un ámbito específico de realización, donde el bien jurídico protegido es el pluralismo y la libre concurrencia en la producción y transmisión de información.

Estos actos simulados han de estimarse significativos para el Derecho Penal por el grado que alcanzan. Demuestran gran complejidad para su investigación y persecución; además, se trata de una clase especial de autores que suelen disponer de medios para disimular u ocultar estos actos. Finalmente, estos actos se constituyen en factores determinantes en la formación de grandes concentraciones monopólicas, para cuya investigación se requiere personal especializado. Así, las posibilidades de combatir estos hechos en el sistema actual son escasos porque las normas vigentes son insuficientes y, fundamentalmente, por las dificultades de orden probatorio.

Bajo estas condiciones es aconsejable una incriminación distinta, que atienda primeramente al disvalor del resultado, con especial atención a los aspectos objetivos del comportamiento que determinan una perturbación del manejo de los medios y tienen aptitud para provocar concentraciones monopólicas u oligopólicas. El tipo penal que se propone permite alcanzar un conjunto significativo de conductas tendientes a la simulación.

Es importante extender la penalidad en el supuesto de personas jurídicas, aplicando en este caso la sanción a todos aquellos que tengan una función de administración, dirección y control. Debe destacarse que el tipo penal no sólo se refiere a hechos que tienen lugar durante el funcionamiento de la sociedad ya constituida, sino que también es aplicable a los actos cometidos en la fundación y constitución de la sociedad.

También se hace extensiva la punibilidad a todos aquellos que hubieren intervenido en la comisión del delito, ya sea bajo la forma de instigación o de toda forma de complicidad y encubrimiento.

Finalmente, se propone la aplicación de jurisdicción federal en el conocimiento de este delito.

La radiodifusión y los derechos individuales

Uno de los aspectos fundamentales de una Ley de Radiodifusión es la forma y alcance con que son regulados los derechos individuales en juego. Ello se refleja en otros puntos de la ley que son instrumentales con respecto a la protección de tales derechos.

Estos, reconocidos explícita o implícitamente por nuestra Constitución Nacional, deben ser determinados en sus límites y protegidos en función de las especiales características de la moderna radiodifusión.

El principio rector que debe prevalecer en esta reglamentación es el de la libertad, de manera de lograr un máximo de libertad posible para cada uno, compatible con una libertad igual para los demás. Es decir, lograr una distribución igualitaria de la libertad.

Esta idea de libertad en la radiodifusión está íntimamente relacionada con el pluralismo, la descentralización y la participación, que deben profundizarse para que los medios de comunicación cumplan con sus objetivos trascendentes.

Libertad de Expresión

La libertad de expresión es uno de los derechos humanos fundamentales. Es la manifestación básica de la autonomía de la persona; de su ejercicio depende la forma en que los individuos se van a relacionar y el tipo de sociedad que van a integrar.

La protección jurídica de la libertad de expresión implica que no se sufrirá ningún mal o perjuicio ante la declaración de cualquier opinión, con la única excepción de que la misma no importe un daño a terceros.

Debe destacarse la relación existente entre libertad de expresión y democracia. La justificación de la democracia está dada por el hecho de que es un sistema en el cual las decisiones colectivas se toman en el marco de un amplio debate y discusión públicos. Es esta posibilidad de escuchar distintos argumentos, sus críticas y sus réplicas, de conocer las opiniones de diversos sectores sobre el tema a decidir, lo que permite presumir la legitimidad de la decisión.

Esta necesidad de que se escuchen voces múltiples y que se expresen diversas opiniones y críticas, es valiosa por el hecho de que importa un reflejo del pluralismo social que se da en las modernas sociedades, como manifestación de la autonomía individual y colectiva, y por su contribución en la formación de consenso acerca de ciertas ideas básicas que, por haberse nutrido de distintos puntos de vista, por haber superado críticas y refutaciones, adquieren mayor valor de verdad.

Ahora bien, estas consideraciones nos llevan a una concepción más amplia de la libertad de expresión, que muestra dos dimensiones: una negativa y otra positiva.

En función de la dimensión negativa se debe prohibir toda acción que menoscabe esta libertad como por ejemplo la censura, la clausura de medios, la persecución de periodistas, etc.. Se la llama negativa porque exige del Estado y los particulares el deber de no interferir en la expresión de ideas, generando de esta manera una barrera protectora para dicha libertad. Pero que en una sociedad no exista censura ni se persiga a los periodistas no significa necesariamente que exista una pluralidad de opiniones, de distintos puntos de vista, etc.. Pueden existir monopolios ya sean estatales o privados, y dificultades técnicas o económicas que impidan el desarrollo de una comunicación pluralista. Es aquí donde cobra importancia la dimensión positiva de la libertad de expresión.

Con respecto a ésta, se debe considerar que la sola abstención de no interferir, es decir de los deberes negativos, no es suficiente y se exige la realización de ciertas acciones positivas. Estos deberes positivos están orientados a que el Estado, a través de diversos instrumentos, desarrolle una política tendiente a que todos tengan la oportunidad de expresar realmente sus ideas a través de los medios de comunicación.

Derecho a la Información

Las sociedades modernas han alcanzado un nivel de complejidad tal que los individuos requieren gran cantidad de información para la toma de decisiones, elección de planes de vida, etc.. Es necesario que se conozca el debate entre aquellos que sostienen determinado orden de ideas, políticas, valores, y quienes sostienen otros diversos, de forma tal que se pueda llegar a una noción de las posibles consecuencias frente a las decisiones a adoptar.

El derecho a la información comprende el de investigar, recibir y difundir información y opiniones, así como el de educarse a través de los medios sin limitación de fronteras e ideologías, y la recepción de radiodifusión sonora, televisión, teletexto y de emisiones de difusión satelital.

Como correlato a este derecho existe la obligación de difundir información veraz y objetiva, debiendo identificarse las fuentes y distinguirse aquella información concerniente a datos fácticos de las opiniones que las mismas merecen. Se deberá respetar la pluralidad informativa, ideológica y cultural, facilitando y promoviendo el pluralismo de fuentes y contenidos informativos. Por ello, se brindará protección contra cualquier acto que atente contra la libre circulación de las ideas y contra las prácticas monopólicas.

Derecho de Rectificación

FUNDAMENTACION

El derecho de rectificación se encuentra comprendido en un tema más amplio: la libertad de expresión, consagrada por el art. 14 C.N.. La libertad de expresión implica el libre juego de las opiniones diversas y de expresarlas por los distintos medios de comunicación. Por otra parte; supone el derecho a rectificar aquellas referencias agraviantes o inexactas que menoscaban la dignidad personal u ocasionan otros perjuicios.

Los individuos afectados sólo cuentan con las vías procesales ordinarias, lo cual implica enfrentar un trámite judicial, no siempre expeditivo, cuyos resultados suelen resultar extemporáneos. La corrección tiene lugar demasiado tarde, cuando el individuo ha sufrido las consecuencias de la asimilación de la información perjudicial por la comunidad. La misma, se forma una imagen disvaliosa del damnificado, justamente porque éste carece de la posibilidad de replicar en forma inmediata.

El derecho de rectificación, cuyas características fundamentales son la inmediatez y celeridad en la respuesta, representa la reparación del perjuicio sufrido o de los agravios morales que menoscaban la fama y estima social del damnificado, brindándole la oportunidad para dar a conocer sus explicaciones sobre las circunstancias del hecho en cuestión, en las mismas condiciones que produjeran su perjuicio, puesto que quien vierte la información agravianta utiliza un medio de comunicación tal que su comportamiento se agrava y el mensaje agresor ve multiplicada su difusión.

Como lo ha afirmado Bielsa, la realidad nos indica claramente la necesidad de proveer de medios legales y objetivos, tendientes a la defensa del derecho a la verdad y a la fe pública. La rectificación posibilita un mayor acercamiento al conocimiento de los hechos, y el debate que ocasione la aclaración, aportará mayores datos de certeza a la información pública.

OBJECIONES AL DERECHO DE RECTIFICACION

1) Restricción a la libertad de expresión:

Se ha objetado que el derecho de rectificación entraña una restricción a la libertad de expresión, prohibida por la Constitución Nacional.

Sin embargo, el art. 14 C.N. dispone que el derecho de publicar las ideas por la prensa sin censura previa deberá ser ejercido conforme a las leyes que lo reglamentan. Tal como lo ha sostenido nuestra Corte Suprema en innumerables fallos, los derechos no son absolutos. Así se expide en el caso el diario La Gaceta C/Prov. de Tucumán (26-10-50) "Cuando en el art.

23 (del texto de la Constitución de 1949, N° 32 de la vigente) se dispone que el Congreso Federal no podrá dictar leyes que restrinjan la libertad de imprenta, no se declara con ello la intangibilidad y el carácter absoluto de la última.

Lo que a la libertad de imprenta no puede imponerse son regulaciones federales o provinciales que la restrinjan de un modo incompatible con los caracteres que la propia Constitución le asigna”.

El mayor poder de los medios de comunicación con respecto a los particulares hace que éstos puedan manejar la información con impunidad dejando al individuo en un verdadero estado de indefensión.

Argumentar que el derecho de rectificación viola la libertad de expresión, es considerar a ésta última como monopolio de algunos individuos y no de cada uno de los hombres, desconociendo el principio de igualdad.

La libertad de expresión no puede ser considerada absoluta, y de ningún modo puede servir de justificación a la utilización de los medios de comunicación como instrumentos para difundir información que menoscabe la reputación de individuos o personas jurídicas. Por consiguiente la libre expresión de las ideas deberá compatibilizarse con el derecho al honor de los individuos, de forma tal que los mismos puedan rectificar aquellas opiniones inexactas que los agraven.

2) *Violación a los derechos de propiedad, de comercio y de industria:*

También se ha alegado que el derecho de rectificación lesiona los derechos de comercio e industria, puesto que la voluntad del que solicita la rectificación impondría, al titular del medio de comunicación, su difusión, consagrando una violación a la elección libre de lo que ha de publicarse. Sin embargo, esta objeción es incorrecta toda vez que no es la mera voluntad del damnificado quien ocasiona la rectificación sino que la misma es derivación de un hecho que lo perjudica, es la consecuencia de una información que no ha sufrido censura alguna, y que ha sido elegida previamente por el propietario del medio. La rectificación tiende a la reparación del perjuicio causado por un acto que significó la irrestricta manifestación de voluntad del titular del medio.

Con respecto a una posible violación del derecho de propiedad, también debe considerarse el hecho de que la rectificación responde a un acto anterior del titular del medio que fue ejercido con posibilidades de deliberación acerca de sus consecuencias.

ANÁLISIS DE ANTECEDENTES

El derecho de rectificación, así como el derecho de réplica consta de larga data en los sistemas comparados, ya sea a través de su consagración

constitucional: Portugal (art. 37, inc. 4); Grecia (art. 14, inc. 5); Yugoslavia (art. 40); Brasil (art. 141, inc. 5); Guatemala (art. 57); El Salvador (art. 6); Chile (art. 12); Perú (art. 2, inc. 5), como a través de la vía legislativa (Francia, Alemania, España).

La normativa más reciente es la de España, en su ley orgánica del 26 de marzo de 1984. La misma acuerda a toda persona, natural o jurídica, la posibilidad de rectificar la información inexacta, difundida por cualquier medio de comunicación social, cuya divulgación pueda causarle perjuicio.

Se implementan las vías procesales adecuadas para que este derecho no sea inhibido en su ejercicio y la réplica pueda tener el efecto reparador buscado.

Entre los antecedentes nacionales encontramos las Constituciones Provinciales de Chubut, Santa Cruz, Formosa, Neuquén, La Pampa, Santa Fe, entre otras, que consagran expresamente este derecho. Podemos señalar como características comunes en el reconocimiento del derecho a rectificar o responder a las opiniones difundidas públicamente y que menoscaban la reputación individual o de personas jurídicas: la celeridad e inmediatez entre la noticia agravante y la réplica, la gratuidad de la misma; la posibilidad de recurrir a la justicia y su pronunciamiento inmediato, ante la negativa a difundir la respuesta.

En cuanto al Pacto de San José de Costa Rica, en la parte I “Derechos de los Estados y Derechos Protegidos”, el capítulo II “Derechos Civiles y Políticos” en su art. 14 consagra el “Derecho de Rectificación o Respuesta”. Comprende dos supuestos: ante la información inexacta en sentido objetivo, la persona afectada podrá ejercer su derecho a rectificar los datos mencionados, en cambio ante opiniones agravantes de corte subjetivo podrá ejercer el derecho de respuesta.

El artículo mencionado se refiere a la difusión por cualquier medio legalmente reglamentado, aludiendo a todo medio idóneo para la emisión y difusión de las ideas, y sin caer en enunciaciones taxativas incapaces de comprender casos no previstos.

El párrafo prescribe que no se eximirán de otro tipo de responsabilidades en el caso que la conducta en cuestión diera lugar a otro tipo de acciones legales.

Finalmente, se prevé que para un eficaz amparo del damnificado toda empresa o publicación tendrá un responsable que no estará protegido por inmunidad o fuero especial alguno.

Por otra parte, la Convención establece en su art. 2° que: “si el ejercicio de los derechos y libertades mencionados en el art. 1° no estuvieran ya garantizados por disposiciones legislativas, o de otro carácter, los Estados parte, se comprometen a adoptar, con arreglo a sus procedimientos constitucionales y a las disposiciones de esta convención, las medidas legislativas o

de otro carácter que fueran necesarias, para hacer efectivos tales derechos y libertades”.

El mismo art. 14 remite a una ley que reglamente las condiciones en que será ejercido el derecho de rectificación o respuesta. Por consiguiente, existe un compromiso internacional que nos plantea la necesidad de encontrar la fórmula legal adecuada para proteger este derecho, sin perjuicio de considerar al mismo como uno de los derechos implícitos del art. 33 e integrante de la libertad de expresión.

CONCLUSIONES

El análisis de los antecedentes extranjeros y nacionales nos señala las características de este derecho: posibilidad de determinación de la persona damnificada, información inexacta, difusión de la rectificación por el mismo medio y en iguales condiciones, gratuidad, procedimiento judicial de suma celeridad. El propietario del medio podrá reclamar la indemnización correspondiente a la fuente de origen de la información inexacta o agravante. La réplica no podrá constituir un agravio o inexactitud perjudicial al titular del medio. La difusión de la rectificación no es eximente de otras responsabilidades legales.

La incorporación del derecho de rectificación no sólo satisface principios elementales de justicia, sino también fortalece el derecho a la información, comunicación y defensa del individuo, así como la libertad de expresión y la responsabilidad de los medios.

La publicidad en los medios de comunicación

Las decisiones que en forma no coactiva toman los individuos en cuanto a qué modelo de vida adoptar, se ven enriquecidas cuando a éstos se les presenta el mayor número de opciones. No es necesario extenderse demasiado para explicar que el rol de los medios de comunicación en este sentido es fundamental. A través de ellos el hombre logra un grado de intercambio de información acerca de otros hombres, culturas, ideas, costumbres y formas de vida difícil de lograr por otros medios.

Por otro lado, las sociedades democráticas modernas han alcanzado un nivel de complejidad tal que hace que los ciudadanos requieran una cantidad de información para adoptar una decisión. Es importante que se

visualice el debate de quienes sostienen un conjunto de ideas frente a quienes sostienen otras distintas, para tener una noción precisa acerca de las consecuencias de las posibles decisiones a adoptar.

Los medios de radiodifusión tienen como función facilitar ambos procesos por vía de su programación.

El funcionamiento de los medios de comunicación depende en gran medida de los recursos que logren obtener mediante publicidad comercial. Los costos que estas actividades insumen no pueden ser cubiertos con la sola venta del producto, sino que requieren de un ingreso adicional.

Como en otras cuestiones, aquí también se diferencian los medios impresos de aquellos que utilizan ondas de radio. En los medios gráficos el consumidor puede obviar la publicidad y concentrar su atención exclusivamente en el material de su interés. En los medios radiales o televisivos la publicidad es una parte integrante del mensaje que, en muchos casos, interfiere con los deseos del espectador respecto de la programación. En otras palabras, mientras que, en los medios gráficos es casi irrelevante la proporción entre publicidad y contenido, en los medios radiales esta relación es de gran importancia y afecta directamente intereses del espectador.

Los medios audiovisuales tienen, además, una limitación muy fuerte en este sentido. En nuestro sistema las emisiones no se “venden” al consumidor, como en el caso de un periódico que eventualmente puede llegar a financiarse aun sin publicidad, sino que requieren ineludiblemente del apoyo publicitario.

El problema de la relación entre programación y publicidad puede tener, al menos, dos enfoques:

Por un lado se puede sostener que no existe un límite de tiempo rígido para el espacio publicitario y que éste se regulará en base a la oferta que tenga cada emisora para cada una de sus programaciones. Así, en los horarios centrales el espacio publicitario puede extenderse hasta ocupar buena parte del tiempo disponible, mientras que en aquellos momentos en que la cantidad de oyentes es mínima y por ende no hay una gran oferta publicitaria, la duración de la programación prevalece sobre aquella.

Por otro lado puede asumirse una posición según la cual la emisora debe tener en cuenta, básicamente, el contenido de la programación, asignando un espacio fijo dentro de cada unidad de tiempo para publicidad. Por ejemplo, a cualquier hora de la programación, el espacio publicitario ocupa la misma cantidad de tiempo.

Puede objetarse que así se reduce artificialmente la oferta y que la emisora arriesga perder ingresos que necesita. Pero es evidente que aún con un tiempo limitado la emisora puede fijar distintos precios para cada uno de estos espacios, ahora sí, teniendo en cuenta elementos tales como las preferencias de la audiencia.

Como se sostiene en otra parte de este trabajo, la función de los medios de comunicación es cooperar en expandir la autonomía individual y enriquecer el debate democrático. Sintéticamente, lo primero implica la libre autodeterminación del individuo en la elección y materialización de su propio plan de vida, situación en la cual el Estado juega un rol neutral respecto del contenido de esos planes en tanto no afecten a terceros, pero activo en materia de equilibrar las diferencias existentes en la sociedad que puedan impedir aquel desarrollo. Lo segundo es un mecanismo de discusión amplia, libre y racional que facilita la obtención de consenso. Esto se logra en la medida que las emisoras dediquen la mayor cantidad de tiempo posible a transmitir ideas, información, opiniones y expresiones de la cultura, es decir, a través de la programación.

La publicidad, como es notorio, no tiene en miras estos objetivos, sino el de conseguir la aceptación de un producto que se intenta comercializar.

Mediante un sistema de un espacio publicitario mínimo fijo puede satisfacerse el doble objetivo de reducir la interferencia de la publicidad con el interés del oyente y mantener el ingreso de fondos que la emisora requiere para financiar su funcionamiento.

Tal vez el interrogante que se plantea en primer lugar es si la adopción de uno u otro régimen debe ser común a todas las emisoras o si en cambio es parte de la discrecionalidad con que cuenta cada uno para establecer la estructura de su programación. Existen motivos que justifican la adopción de un sistema común a todas las emisoras.

La adjudicación de ondas por parte del Estado tiene en cuenta que la utilización de las mismas genere un beneficio a la comunidad, favoreciendo el desarrollo de la personalidad de los individuos, colaborando en la difusión y discusión de ideas de interés general o aun como medio de esparcimiento.

Si consideramos que el objetivo de los medios de comunicación es brindar un servicio al público, el Estado debe marcar los lineamientos generales para su funcionamiento. Este tipo de regulación no implica una interferencia con el contenido de la programación, que debe quedar a discreción de las emisoras. Se adopta para que el desarrollo de actividad de los medios se adecue a los principios que fundamentan su existencia.

Quedan otras cuestiones relacionadas con el tema a considerar.

La primera es la duración que ese espacio debe tener. Por lo expuesto se deduce que el espacio publicitario debe ocupar una parte mínima del tiempo de emisión. Tal vez el ejemplo de otros países permite formar un criterio adecuado.

En el caso de los Estados Unidos, la FCC regula en forma diferente el tema de la publicidad en base a las características de la emisora.

En caso de que la emisora sea privada, las reglas de la FCC fijan casi exclusivamente la necesidad de revelar con precisión la identidad de los

anunciantes, sean estas personas individuales o colectivas. En el caso que estos anuncios o auspicios sean de índole político o estén en relación con cuestiones de interés público, se requiere que las emisoras soliciten y retengan por dos años los datos acerca de las entidades en las cuales dichos anuncios se originan.

En caso de que la emisora sea no comercial, tal como se define en la Communications Act de 1934, la publicidad de cualquier clase está prohibida.

Las normas que regulan la radiodifusión en Italia admiten como fuente de financiamiento de las emisoras la publicidad. La misma tiene una doble regulación. Por un lado, su contenido debe adecuarse a los lineamientos generales que dicta la Comisión Parlamentaria para la Dirección y Vigilancia del Servicio Público Nacional Radiotelevisivo. Por el otro, la ley fija un tope del 5 % para espacios publicitarios en el Servicio Público Nacional sobre el total de horas de programación semanal. Cuando un programa en particular esté auspiciado específicamente, este tipo de anuncios no podrá exceder el 2 % de la duración del mismo.

Si en cambio la emisora es privada, la cuota de publicidad no puede exceder el 16 % de la programación semanal, sin exceder el 20 % de cada hora efectiva. En cuanto a los programas auspiciados se sigue el mismo criterio que para los canales públicos.

En el Estatuto para la Radio y Televisión de España no hay referencia explícita a los contenidos y duración de la publicidad, pero se fijan líneas generales para el tratamiento del tema en relación a los ingresos que pueden percibir los distintos entes que crea la ley. La RCE (Radio Cadena Española) y la RNE (Radio Nacional Española) dependen de subvenciones consignadas en los Presupuestos Generales del Estado e ingresos comerciales propios. La TVE (Televisión Española) por los mismos medios más una participación limitada en el mercado de la publicidad.

No parece desaconsejable que las emisoras públicas puedan emitir publicidad como forma de lograr parte de su financiamiento. Es necesario que la misma se limite al máximo en su duración para no interferir en la programación. Asimismo cabe la regulación sobre las emisoras privadas en cuanto a la cantidad de publicidad con el objeto de garantizar los fines para los cuales se asignan las licencias y se sostiene el sistema de radiodifusión. Ya que en éstas la publicidad es la fuente casi exclusiva de ingreso puede pensarse en un límite más amplio para su duración.

La segunda está relacionada con el tipo de publicidad que se utiliza. Esto puede ser en forma de cortos comerciales o utilizando el espacio comercial para mencionar qué empresas o entidades auspician un determinado programa o bloque de programación.

Jurisdicción

En esta cuestión es difícil adoptar un criterio único, ya que no toda la programación tiene un auspicio determinado. Sin embargo se debe tener en cuenta que, en aquellos programas de interés general o de contenido artístico puede recurrirse al auspicio de un grupo limitado de entidades para ese programa en particular. Esto representa también una ventaja para el auspiciante, ya que logra una identificación del oyente con sus objetivos generales al apoyar una clase de programación en particular.

Hay otra cuestión que debería contemplar la Ley de Radiodifusión respecto de la publicidad, y ésta tiene relación con su producción.

Las leyes vigentes al respecto señalan que la producción publicitaria debe ser creada, grabada, planeada y procesada por empresas argentinas.

Esta medida busca proteger una importante industria local, estrechamente conectada con la industria cinematográfica, que brinda oportunidad de trabajo y perfeccionamiento a muchos profesionales. La competencia abierta con las empresas extranjeras implicaría la rápida desaparición de estas fuentes de trabajo.

Finalmente, debe considerarse la regulación acerca del contenido de la publicidad. Estas regulaciones deben relacionarse con aquellos productos, o formas de publicidad que sean perjudiciales para el individuo o que hagan uso de la violencia o manifiesten conductas discriminatorias.

Lo primero se refiere a productos tales como el tabaco, cuyo consumo se intenta desalentar. Lo segundo a aquellas manifestaciones en las que la violencia, la discriminación u otras manifestaciones que atenten contra la dignidad de la persona, sean utilizadas como medida de promocionar un producto.

El Pacto de San José de Costa Rica, suscripto por la República Argentina, contiene en su artículo 13, inciso 5 la siguiente prescripción: "Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional".

Este artículo señala una serie de principios básicos respecto al contenido a la propaganda, extensibles a la publicidad, que se encuentran incorporados en el proyecto presentado. Otras legislaciones, como la española, contienen en su articulado expresiones similares: Estatuto de la Radio y Televisión, artículo 4, incisos c,d,e y f.

La Comisión Asesora deberá tener la función de señalar las posibles violaciones a estas regulaciones y la Junta Ejecutiva la facultad de aplicar sanciones al respecto.

La determinación de la jurisdicción en materia de radiodifusión involucra principios jurídicos y disposiciones constitucionales junto a las limitaciones técnicas de este servicio.

La jurisdicción competente en materia de servicios públicos es, en principio, local, correspondiéndole a la Nación en los supuestos en que la Constitución Nacional u otra ley nacional específicamente así lo establezca (como por ejemplo el servicio de correos, art. 67, inc. 13 C.N.).

Este criterio se sostiene por imperio de nuestro sistema de distribución de competencias entre el gobierno nacional y las provincias (art. 104 y ss. que distingue entre facultades delegadas, reservadas y concurrentes).

Pero una interpretación extensiva de la cláusula comercial art. 67, inc. 12 atribuye a la competencia federal, "además del tráfico mercantil y la circulación de efectos visibles y tangibles por todo el territorio de la Nación, la conducción de personas y la transmisión por telégrafo, teléfono u otro medio, de ideas, órdenes y convenios". (conforme F 154:112).

La regla general ha consistido en distinguir la competencia federal de la local según que la materia a reglamentar se desarrolle con alcance interprovincial o intraprovincial.

Así lo estableció la Corte en materia de transporte (F 54: 104, 259: 43) comunicaciones interprovinciales (F 188:247), servicios eléctricos interconectados (F 270:11), etcétera.

Pero en materia de radiodifusión es muy difícil determinar cuándo el alcance de una onda de radio o televisión excede los límites de una provincia y cuándo no lo hace. Esto obedece a que las transmisiones se realizan mediante ondas hertzianas.

Por ello la Corte en los autos "Roca Hnos c/ Pcia. de Santa Fe" en materia de radiotelegrafía, sistema de comunicación que se realiza también mediante ondas hertzianas, sostuvo que la competencia será siempre federal.

Sin embargo, es posible tomar en cuenta estas consideraciones y al mismo tiempo no privar a las provincias de toda competencia estableciendo mediante presunciones "iuris et de jure" cuando el alcance de la onda de transmisión, y en consecuencia la jurisdicción a la que estará sujeta, será Municipal, Provincial o Federal.

II

EXPOSICION DE MOTIVOS

Ley de Radiodifusión - Exposición de Motivos

1 – Introducción

Hoy nadie discute que los medios masivos de comunicación constituyen uno de los instrumentos más dominantes de poder social, político y económico. Asimismo todos coinciden en calificarlos como una herramienta insustituible para el perfeccionamiento cultural de la sociedad. Por ello, legislar sobre los medios de comunicación social es adentrarse en uno de los fenómenos más fascinantes y trascendentes de nuestro tiempo. Son el resultado de una verdadera revolución científica y tecnológica en continuo proceso de superación que actúa a nivel mundial y supera las fronteras nacionales. Constituyen el sistema más eficiente para transmitir conocimientos, difundir ideas, divulgar noticias, promover cultura y proporcionar entretenimiento a los seres humanos.

2 – Regulación normativa

La regulación normativa de la radiodifusión debe quedar exclusivamente a cargo del Estado y en el marco jurídico que corresponde a las instituciones de interés general. Esta apreciación es compartida por importantes sectores vinculados al tema que fueron oportunamente consultados.

3 – Sistema mixto

El crecimiento, consolidación y profundización del sistema democrático están fuertemente vinculados a la posibilidad de confrontar públicamente las ideas. Si desligáramos a los medios de difusión de dicha tarea estaríamos, por omisión, provocando que el debate crítico se desvirtúe. Como resultado, contribuiríamos al fortalecimiento de los sectores más poderosos y generalmente más alejados de los intereses de la comunidad.

El ambiente ideal para el desarrollo del debate público es aquél que contempla la participación conjunta de las empresas privadas, los gobiernos y los organismos públicos no gubernamentales. Es por ello que se propone un sistema mixto donde la actividad privada desempeñe un papel de importancia sustancial y tenga, al propio tiempo, las consiguientes prerrogativas y responsabilidades. Este sistema mixto ha sido previsto en diversos proyectos de ley y cuenta con la aceptación de la mayoría de las instituciones vinculadas al tema.

4 – Principios generales del proyecto

Uno de los principios fundamentales de una Ley de Radiodifusión es la forma y alcance con que son regulados y protegidos los derechos individuales en función de las especiales características de la moderna radiodifusión.

El principio rector que debe prevalecer en la reglamentación es el asegurar una distribución igualitaria de la libertad que es la mejor forma de garantizar la libertad misma. La idea de libertad en la radiodifusión está íntimamente ligada con el pluralismo, la descentralización y la participación. Sin ese vínculo los medios de comunicación no pueden cumplir con sus objetivos trascendentes. Se destaca el promover el máximo de libertad individual compatible con la libertad de los demás y el bien común.

4.1 – LIBERTAD DE EXPRESION

La libertad de expresión es uno de los derechos humanos fundamentales. Es la manifestación básica de la autonomía de la persona; de su ejercicio depende la forma en que los individuos se van a relacionar y el tipo de sociedad que van a integrar.

La protección jurídica de la libertad de expresión implica que no se sufrirá perjuicio alguno por la declaración de cualquier opinión, con la única excepción de que la misma no importe un daño a terceros.

Corresponde destacar la relación existente entre libertad de expresión y democracia. La democracia es un sistema en el cual las decisiones colectivas se toman en el marco de una amplia discusión y debate público. Es esta posibilidad de analizar distintos argumentos, sus críticas y sus réplicas, de conocer las opiniones de diversos sectores sobre un tema, lo que convalida y legitima dichas decisiones.

Estas consideraciones nos llevan a consagrar la más amplia concepción de la libertad de expresarse que, según nuestro criterio, se debe asegurar en sus dimensiones: negativa y positiva.

En función de la dimensión negativa se debe prohibir toda acción que menoscabe la libertad de expresión, como la censura, la clausura de medios de comunicación, la persecución periodística, los intereses económicos y políticos en juego, etc.. Se la llama negativa porque exige del Estado y de los particulares el deber de no interferir en la expresión de ideas, con lo que se genera de esta manera una barrera protectora para dicha libertad. Sin embargo, el hecho de que en una sociedad no exista censura ni se persiga a los periodistas no significa necesariamente que haya pluralidad de opiniones. Pueden existir monopolios, ya sean estatales o privados, y dificultades técnicas o económicas que impidan el desarrollo de una comunicación pluralista. Es aquí donde cobra importancia la dimensión positiva de la libertad de expresión.

No basta con no interferir, se requiere la realización de ciertas acciones **positivas** por parte del Estado. Este, mediante diversos instrumentos debe desarrollar una política tendiente a asegurar que todos tengan la oportunidad de expresar sus ideas a través de los medios de comunicación.

4.2 – DERECHO A LA INFORMACION

Las sociedades modernas han alcanzado un nivel de complejidad tal que los individuos necesitan un gran caudal de información para tomar decisiones. Resulta imprescindible conocer el debate entre aquéllos que sostienen determinado orden de ideas y quiénes sustentan otras diversas.

El derecho a la información comprende el de investigar, recibir y difundir noticias y opiniones, así como el de educarse a través de los medios, sin limitación de fronteras e ideologías.

Correlato de este derecho es la obligación de difundir una información veraz y objetiva, se deben identificar las fuentes y distinguir los hechos de los juicios de valor que a su respecto se formulen. Se deberá respetar la pluralidad informativa, ideológica y cultural y facilitar y promover la diversidad de fuentes y contenidos informativos.

4.3 – DERECHO DE RECTIFICACION

La Convención Americana sobre Derechos Humanos celebrada en San José de Costa Rica, lo consagra en su art. 14 cuya parte resolutive se transcribe:

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

difusión, su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley”.

“En ningún caso la rectificación o respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales, en que se hubiere incurrido”.

“Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión, tendrá una persona responsable, que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial”.

Es fundamental el ejercicio del derecho de rectificación toda vez que se haya emitido una información inexacta o sobre un hecho agravante que atente contra el honor, reputación o intereses legítimos de una persona física o jurídica. El derecho de rectificación, cuyas características fundamentales son la inmediatez y celeridad en la respuesta, representa la reparación del perjuicio sufrido o de los agravios morales que menoscaban la fama y estima social del damnificado.

En ningún caso debe confundirse el derecho a la rectificación con el cercenamiento a la libertad de opinión. La rectificación es procedente toda vez que se emita una información inexacta; los juicios de valor no serán materia de la misma.

El derecho de rectificación no entraña una restricción a la libertad de expresión consagrada por la Constitución Nacional. El derecho de publicar las ideas por la prensa sin censura previa debe ser ejercido conforme a las leyes que lo reglamentan, tal como lo ha sostenido reiteradamente la Corte Suprema de Justicia en innumerables fallos: “Lo que a la libertad de imprenta no puede imponerse son regulaciones federales o provinciales que la restrinjan de un modo incompatible con los caracteres que la propia Constitución le asigna”.

El poder de los medios de comunicación no debe ser utilizado impunemente dejando al individuo en un verdadero estado de indefensión. La libertad de expresión no es absoluta y de ningún modo puede servir de justificación al uso de los medios de comunicación como instrumentos para difundir informaciones inexactas o sobre hechos agravantes que atenten contra el honor, reputación o intereses legítimos de las personas.

Se ha alegado que el derecho de rectificación lesiona los derechos de propiedad, de comercio e industria, puesto que la voluntad del que solicita la rectificación impondría al titular del medio de comunicación su difusión, consagrando una violación a la libre elección de lo que debe publicarse. Ello no es así, debe considerarse que no es la mera voluntad del damnificado lo que ocasiona la rectificación, sino que la misma se deriva de un hecho falso o perjudicial para el damnificado. Por otra parte, el derecho que consagra el proyecto no obsta a que el titular del medio pueda accionar contra la fuente originaria de la noticia por la indemnización que le corresponda.

La incorporación del derecho de rectificación no sólo satisface principios elementales de justicia, sino que también fortalece el derecho a la información, comunicación y defensa del individuo, así como la libertad de expresión y la responsabilidad de los medios, quedando a cargo de la ley la reglamentación del mismo.

4.4 – GRATUIDAD

No se establecerán gravámenes a los tenedores de aparatos individuales de recepción de emisiones de radio y televisión. El proyecto establece que la recepción de emisiones radiales o televisivas será gratuita, con la excepción de los servicios audiovisuales mediante vínculo físico, cable o sistemas codificados.

4.5 – RECEPCION SATELITAL

Ante el avance tecnológico y las emisiones satelitales de radio y televisión, consideramos que debe establecerse que la recepción de esas emisiones será totalmente libre para los particulares. La difusión comercial que de ellas se haga, estará supeditada al cumplimiento de las normas técnicas correspondientes a la reglamentación que dicte la autoridad de aplicación.

5 – Autoridades del sistema

La ley vigente —Nº 22.285— se caracteriza por su concepción autoritaria y centralista. Autoritaria en la medida que no establece ningún mecanismo de participación de la comunidad en el sistema, y centralista en cuanto desconoce las realidades provinciales y concentra en un organismo del Poder Ejecutivo Nacional todo el poder de decisión y toda la tramitación administrativa.

En un sistema democrático y participativo esta concepción debe ser totalmente revertida. Las ondas pertenecen a la comunidad en su conjunto; es necesario afirmar la naturaleza federal del sistema y posibilitar la mayor participación de la sociedad y de sus asociaciones intermedias.

5.1 – ORGANO DE APLICACION DE LA LEY

La autoridad de aplicación de esta ley deberá regular la actividad de la radiodifusión y velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en ella. Su acción debe dirigirse a sostener los principios que fundan el sistema a través del pluralismo ideológico, la objetividad informativa y el nivel de contenidos.

La importancia de esta actividad requiere un órgano con autoridad, ágil e independiente, que refleje diversos puntos de vista relacionados con la misma, así como un amplio consenso en cuanto a la dirección que se le imprima al sistema de radio y televisión. Siguiendo el criterio de la mayoría de los países que tienen un sistema similar, se propone un órgano colegiado, compuesto por personalidades de reconocida idoneidad y con características tales que le permita aplicar la ley sin compromisos ni ataduras de ningún tipo. Bajo su responsabilidad estará la tarea de crear las condiciones para el libre juego de los sectores vinculados a los medios audiovisuales y de garantizar la naturaleza democrática del sistema.

El órgano de aplicación de la ley será el CONSEJO NACIONAL AUDIOVISUAL, compuesto por dos instancias: una ejecutiva, la Junta Ejecutiva Nacional, y otra deliberativa, la Junta Asesora.

La Junta Ejecutiva Nacional estará compuesta por un Presidente y cinco miembros, elegidos por seis años, renovables por tercios cada dos años. El Poder Ejecutivo Nacional, con acuerdo del Senado designará al Presidente y dos miembros. También el Poder Ejecutivo Nacional designará los tres miembros restantes, dos a propuesta de la Cámara de Diputados de la Nación y uno a propuesta de la Junta Asesora. En caso de empate el Presidente tendrá doble voto.

La Junta Asesora será un órgano de amplia representación federal y social integrada por 43 miembros, que no estarán remunerados, deberán ser personalidades de la comunicación y de la cultura, elegidos por el Poder Ejecutivo Nacional, por los Gobernadores de provincia y las asociaciones representativas. Será el ámbito donde la comunicación deliberará y velará por la calidad de los contenidos y por el respeto de los derechos y garantías contemplados en la ley.

La Junta Asesora será un órgano de origen de propuestas y alternativas que irán enriqueciendo la comunicación audiovisual argentina.

5.2 – JUNTAS REGIONALES

Reafirmando la concepción federalista de la Ley, la Junta Ejecutiva Nacional establecerá siete administraciones regionales, descentralizadas y dirigidas por un Director y un Subdirector designados por la Junta Ejecutiva Nacional entre los candidatos propuestos por la Junta Asesora.

Debe tratarse de personas argentinas y residentes en la región con más de 5 años de antigüedad. Tendrán entre sus facultades la de actuar como primera instancia en todo conflicto entre peticionantes, emisoras y autoridades adjudicantes; participar en las adjudicaciones que le competan; realizar los controles e inspección que le correspondan y servir de cuerpo consultivo de la Junta Ejecutiva Nacional.

5.3 – INSTITUTO DE INVESTIGACION Y PROMOCION AUDIOVISUAL

Se crea un Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual, dependiente de la Junta Ejecutiva Nacional, que tendrá a su cargo la realización, y promoción de estudios de interés general vinculados al sistema audiovisual, la formación de los profesionales requeridos por el sistema y el otorgamiento de créditos para la producción de programas de interés general y cultural.

5.4 – DEFENSOR DEL PUBLICO

Se instituye al Defensor del Público, elegido por la Junta Asesora, ombudsman de la comunicación, quien recibe de toda persona reclamos y sugerencias y elabora posibles soluciones y recomendaciones que presenta ante la Junta Ejecutiva o ante el emisor que corresponda. Se busca de esta manera estructurar las posibilidades reales de participación de todos en la orientación y control de la radiodifusión. El Defensor del Público será el portavoz de la ciudadanía.

6 – Entes públicos

Es importante posibilitar la participación de entes públicos en el sistema. Para esta decisión se ha tenido en cuenta que la actual situación del sistema argentino permite ampliar considerablemente la cantidad de licencias sin que las frecuencias asignadas a los entes públicos puedan comprometer una sustancial participación de la actividad privada. Es conveniente y necesario que el Estado, los Gobiernos provinciales, las municipalidades y las universidades puedan tener acceso a la titularidad de radios o televisoras.

El sistema de la ley prevé un ente gubernamental —Radio y Televisión Argentina— que actuará dentro de la órbita del Poder Ejecutivo y un ente público no gubernamental —Ente Nacional de Radio y Televisión— que constituirá la expresión plural de la comunidad. Por su parte, las provincias y universidades nacionales, en la medida de la disponibilidad de frecuencias, podrán ser titulares de medios en su jurisdicción. Este sistema presenta una analogía relevante con el imperante en Gran Bretaña, por ejemplo.

6.1 – RADIO Y TELEVISION ARGENTINA

El proyecto prevé la creación de un ente público gubernamental —Radio y Televisión Argentina— que actuará bajo la forma de sociedad del Estado gobernado por un Directorio de tres miembros designados por el Presidente de la Nación. Será licenciataria de un Canal de Televisión y de

las Emisoras del Servicio Oficial de Radiodifusión. Se le otorga así al Gobierno Nacional la posibilidad de emitir sus mensajes a través de una fuente claramente identificada, mediante la cual pueda brindar información acerca de sus propios actos y ofrecer contenidos de interés nacional.

6.2 - ENTE NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION

Como ente público no gubernamental se creará el Ente Nacional de Televisión que será titular de un canal de televisión y una emisora de radio AM y FM. Su Presidente será designado por el Poder Ejecutivo Nacional, dos directores serán designados por el Poder Legislativo y dos por la Junta Asesora. Este ente es autárquico e independiente en la definición de su programación. Tiene como objetivo la producción de programación formativa, informativa, educativa y cultural.

Su composición asegura la fijación de objetivos comunicacionales equidistantes tanto del ente gubernamental cuanto de los medios privados. Contribuirá al enriquecimiento del debate público con propuestas igualmente alejadas de las pautas puramente comerciales como de las establecidas por el Gobierno. La función del Ente Nacional de Televisión será ofrecer opciones de calidad que garanticen pluralismo, diversidad, una mayor imparcialidad y una más amplia participación comunitaria. Numerosas son las experiencias en otros países en materia de entes no gubernamentales. La BBC inglesa, la RAI italiana, la TVE española, TF1, Antenne 2 y FR3 en Francia y otras experiencias similares, han favorecido notablemente en cada caso la calidad de las programaciones.

6.3 - EMISORAS PROVINCIALES, MUNICIPALES Y UNIVERSITARIAS

En la medida que exista disponibilidad de frecuencias, las provincias y las universidades nacionales podrán ser titulares de hasta una emisora de televisión VHF o UHF y de una emisora de radio AM y FM. Las municipalidades, también supeditadas a la disponibilidad de frecuencias, podrán ser titulares de hasta una emisora de televisión UHF y una radio FM.

7 - Régimen de licenciatarios y adjudicaciones - Régimen de frecuencias y licencias

La propuesta abre a todos, personas físicas o jurídicas, la posibilidad de participar en los concursos públicos de adjudicación de licencias.

El régimen propuesto tiende a la mayor apertura de la actividad en materia de radiodifusión. Ninguno de los interesados en la comunicación y en temas de la vida nacional, tanto privada como institucional, queda marginado. Quienes deseen aportar enfoques e ideas nuevas sobre nuestra sociedad podrán hacerlo. Se consolida así, en los hechos, el hábito participativo en una sociedad pluralista y democrática.

Las frecuencias que la Argentina puede utilizar son negociadas internacionalmente por el Estado Nacional, que se constituye en garante de su buen uso. Por ello, y por constituir un recurso de compleja administración técnica donde la unificación de las decisiones es indispensable, se mantiene la centralización de la adjudicación de las frecuencias en el órgano de aplicación.

Este esquema es necesario para proteger a los emisores pequeños. La unificación de las decisiones en materia de gestión del espectro permite asegurar a la emisora local de muy baja potencia que no se instalará otra emisora de potencia superior que la interfiera en esa provincia y en ninguna otra. Sólo así se logra custodiar y preservar el derecho a emitir de todos los licenciatarios.

Se descentraliza empero, con criterio federal, la adjudicación de licencias, acto administrativo-político, hasta hoy a cargo del gobierno central, la asignación de la frecuencia no es más que una decisión técnica. Lo que importa es la atribución del derecho a usar de esa frecuencia por parte de los potenciales licenciatarios. Si se desea facilitar la apertura del sistema, deben descentralizarse también los procesos de adjudicación. La adjudicación centralizada de las licencias no puede subsistir con una ley que puede multiplicar varias veces el número de emisoras. En un esquema abierto como el propuesto, las trabas burocráticas derivadas de la centralización transformarían en letra muerta al conjunto de disposiciones de la ley.

Un principio organizacional elemental aconseja resolver los problemas en el ámbito y nivel más próximos posible a aquellos en los que el problema se plantea. Es ilógico que la adjudicación de una FM de cinco kilómetros de alcance en el Norte Argentino, deba ser tramitada en la Capital Federal, o que otra FM similar en Carmen de Patagones deba gestionarse en La Plata.

Por estas razones las emisoras de alta potencia serán adjudicadas por la Junta Ejecutiva Nacional, las emisoras de mediana potencia por las autoridades provinciales, y las de baja potencia por las municipalidades.

El proceso de adjudicación se inicia por el requerimiento de un peticionante o a instancia del mismo Estado. La autoridad concedente requiere la frecuencia correspondiente y, en caso de ser factible su asignación, procede al llamado a concurso público para todos los interesados en la adjudicación de la licencia.

8 – Programación y publicidad

Los entes no podrán, salvo en los casos expresamente contemplados por la ley, establecer ningún sistema de control de contenidos. La adjudicación de una licencia implica la responsabilidad de transmitir contenidos propios y la obligación de contribuir al mejoramiento de la comunicación en su zona de cobertura. Por ello se establece la obligación de cubrir el 15% de la programación con producción propia, porcentaje que alcanzará al 25% a los dos años de sancionada la ley. Asimismo, para las radios se establece una emisión mínima de un 20% de música nacional ejecutada por intérpretes nacionales.

En materia publicitaria, se prescribe que el espectador u oyente tiene derecho a recibir contenidos que no pueden ser reemplazados por un exceso de avisos. El tiempo de emisión publicitaria debe tener un límite que proteja este derecho de la audiencia.

En esta materia se observa una importante diferencia entre los medios impresos y la radio o la televisión. En los medios gráficos el consumidor puede obviar la publicidad y concentrar su atención en el material de su interés. En el segundo caso, la publicidad es parte integrante del mensaje que, en muchos casos, interfiere con los deseos del espectador respecto de la programación. En un caso, la lectura de la publicidad proviene de un acto voluntario y libre, en el otro es impuesta.

Se permite que las emisoras públicas, salvo las integrantes del Servicio Oficial de Radiodifusión, emitan publicidad. El sistema mixto y la riqueza de contenidos y de fuentes que el mismo implica, serían de obtención imposible si las emisoras públicas no pudiesen acceder a los diferentes medios de financiación. Hemos afirmado la igualdad frente al derecho de emisión de todas las personas del país, físicas o jurídicas, públicas o privadas. Conceder el derecho sin facilitar los medios para ejercerlo, sería una forma de impedir su ejercicio.

La producción publicitaria debe ser creada, grabada, planeada y procesada por empresas argentinas. Esta medida busca proteger una importante industria local, estrechamente conectada con la industria cinematográfica, que brinda oportunidad de trabajo y perfeccionamiento a muchos profesionales. La competencia abierta con las empresas extranjeras implicaría la rápida desaparición de estas fuentes de trabajo.

La ley dispone que la publicidad no puede ser un medio que fomente el odio social, religioso o racial, o que constituya una discriminación o cualquier otra forma de menoscabo a la dignidad humana.

Se regulan los contenidos que puedan afectar la salud física de la audiencia, tales como los referidos a productos medicinales o asimilados, temas que se someten a autorización previa. En cuanto al tabaco, de incues-

tionables repercusiones nocivas, queda prohibida su propaganda en toda la programación. El consumo de bebidas alcohólicas, por su parte, puede ser publicitado sólo en aquellos horarios en los que no pueda generar comportamientos de imitación por parte del público joven. De igual forma deberá regularse la publicidad de armas y juegos de azar.

9 – Fomento del pluralismo informativo

Le corresponde al Estado velar para que cada ciudadano pueda ejercitar su derecho a recibir una información plural. Esto requiere, en primer lugar, que se incentive la creación de nuevas emisoras y el reequipamiento de las existentes para alcanzar una mejor cobertura de nuestro territorio, escasamente desarrollado en función de nuestras potencialidades.

Pero el crecimiento de la radiodifusión debe enriquecer las opciones que disfruta cada ciudadano y no erigir feudalismos informativos locales que empobrezcan la capacidad de opinión y participación de las comunidades afectadas.

Cuando se permite que alguien controle y manipule discrecionalmente la información, se reducen las posibilidades de elección y selección. El objetivo del pluralismo no se asegura sólo alentando la pluralidad de las fuentes, sino también, y al mismo tiempo, garantizando un acceso igualitario a las mismas, única forma de evitar los riesgos de monopolio.

Las diferentes legislaciones comparadas establecen limitaciones muy precisas que impiden el monopolio.

En el proyecto se establecen tres limitaciones que tienen como fin permitir un crecimiento armónico de la radiodifusión. En primer lugar, se determina que en una misma zona un licenciataria no pueda ser titular de varias licencias, salvo que se verifique la existencia de una pluralidad de otros medios. Se limita también el número máximo de licencias que una persona puede detentar en todo el país y se establece una limitación en la participación de los periódicos en medios situados en zonas de distribución preponderante.

Estas medidas tienden a no desaprovechar el profesionalismo de los medios, permitiendo que amplíen su participación hasta en su misma zona de origen. Pero también se procura preservar, allí donde sea necesario, la debida multiplicidad de fuentes, de enfoques, de opiniones y de estilos en la transmisión de las noticias y de toda la programación.

10 – Redes y repetidoras

La unión de varias emisoras en una red radial permite economías de escala para producciones que, por su costo, no son accesibles a un solo

licenciatario. También posibilita la difusión simultánea de acontecimientos que interesan por igual a diferentes emisoras de una región.

Las repetidoras constituyen un medio para posibilitar la difusión televisiva en zonas que no poseen capacidad económica que justifique la inversión en una emisora de origen y en las demás zonas permite acrecentar la pluralidad de contenidos.

11 – Financiación del sistema

El gravamen establecido por la ley N° 22.285 afectaba desigualmente a las emisoras según su ubicación geográfica y su categoría, e imponía sólo los ingresos de los licenciatarios, sin incluir a los intervinientes en la creación de contenidos publicitarios destinados a la radiodifusión.

Se crea un gravamen nacional audiovisual de un 5% sobre el monto bruto de la facturación publicitaria, abonado por los anunciantes a las agencias de publicidad o a las emisoras.

Los fondos recaudados se distribuyen entre el organismo de aplicación de la ley, Radio y Televisión Argentina y la investigación y fomento de las actividades audiovisuales.

12 – Situaciones irregulares

La irregularidad de la radiodifusión argentina es un hecho constatable. Se necesita encontrar las vías que permitan resolver el problema sin generar soluciones o “blanqueos” que desfavorezcan al licenciatario que cumplió con la ley o al emisor potencial que prefirió abstenerse de emitir antes de operar en la ilegalidad.

Se establece un plazo para regularizar la situación de las emisoras que funcionan ilegalmente. Si satisfacen los requisitos necesarios se podrán presentar a concurso público para la adjudicación de licencias. El hecho de haber sido irregular no les impide, convertirse en peticionantes en el llamado a concurso, sin que la ilegalidad previa sea sancionada o impida la adjudicación. Pero tampoco les da derechos superiores frente a los demás oferentes.

De igual manera, frente a los cambios no declarados en la titularidad de las licencias, se abre un plazo para su regularización, en caso en que la constitución societaria resultante no estuviese permitida por esta ley; se establecen mecanismos y plazos para su regularización.

13 – Régimen de sanciones

Se incorpora una cláusula de carácter penal que incrimina las infracciones a las reglas antimonopólicas, especialmente mediante la celebración

de actos simulados, alcanzando la sanción a todos aquellos que hubieran intervenido en este delito, así como a aquellos individuos que tuvieran una función de dirección, administración o control. Cuando se tratare de personas jurídicas se establece un régimen de sanciones por incumplimientos de las condiciones asumidas en los actos de autorización o de adjudicación de licencias, así como por las infracciones a esta ley y su reglamentación. Las mismas serán aplicadas por la Junta Ejecutiva Nacional y cabrá un recurso de apelación ante la Cámara de Apelaciones con competencia en lo Contencioso Administrativo, que tendrá efectos suspensivos en el caso de tratarse de la caducidad de la licencia.

III

PROYECTO DE LEY DE RADIODIFUSION

Disposiciones y principios generales

Art. 1: Esta ley se aplicará a los siguientes medios de comunicación audiovisual: los servicios de radio y televisión por ondas hertzianas, así como a todo otro sistema de telecomunicaciones que ponga a disposición del público sonidos, imágenes, documentos, datos o mensajes de toda naturaleza, por ondas o por cable, denominados genéricamente servicios audiovisuales.

Derecho a la Información

Art. 2: Los medios audiovisuales, sean públicos o privados, tendrán por finalidad la promoción de la autonomía individual y el enriquecimiento del debate colectivo inherente al sistema democrático.

Art. 3: Quedan garantizados por la presente ley los derechos de los habitantes a expresar y difundir libremente sus ideas y opiniones sin censura previa, a investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones, a acceder a la información, a educarse y a estar informados a través de los medios audiovisuales de comunicación social.

Art. 4: El derecho de toda persona a estar informado impone las siguientes obligaciones:

- a) difundir una información veraz y objetiva, indicando las fuentes y distinguiendo las informaciones de las opiniones, sin afectar el honor, la intimidad y los derechos de las personas;
- b) respetar la pluralidad ideológica y cultural, así como facilitar el pluralismo de fuentes y de contenidos informativos;
- c) respetar y promover la dignidad de toda persona, los derechos humanos, la convivencia pacífica, la libre determinación de los pueblos y las libertades democráticas;
- d) proteger a la infancia y la juventud.

Art. 5: Los derechos garantizados por esta ley serán preservados de monopolios y de cualquier acto que atente contra la pluralidad informativa o la libre circulación de las ideas.

Gratuidad

Art. 6: La recepción de emisiones de radiodifusión sonora, televisiva y de difusión directa por satélites será gratuita, con la excepción de los servicios audiovisuales mediante vínculo físico o los servicios codificados. La tenencia y uso de receptores no estará sujeta a autorización o pago de gravamen.

Recepción Satelital

Art. 7: La recepción de emisiones de servicios de radiodifusión por satélite es libre. Su teledifusión comercial requerirá el cumplimiento de las normas técnicas vigentes y aquella que determine la autoridad de aplicación de ésta.

Selecciones del Usuario

Art. 8: Las selecciones realizadas por un usuario entre emisoras o programas, no podrán ser divulgadas sin su acuerdo expreso.

Derecho de Rectificación

Art. 9: Se concederá el ejercicio del derecho de rectificación toda vez que se haya emitido una información equivocada sobre un hecho que atente contra el honor, reputación o legítimos intereses de una persona física o jurídica. La reglamentación de esta ley establecerá las condiciones que, en tiempos perentorios, aseguren su ágil reclamo y eficaz ejercicio.

Responsabilidad de las Fuentes

Art. 10: El emisor es responsable de las informaciones u opiniones difundidas en su programación, salvo que haya identificado una fuente institucional o una fuente seria y fidedigna. Aun en este caso, se presume la responsabilidad del emisor en la difusión de material grabado.

Procedimiento de Difusión

Art. 11: Quedan prohibidos los procedimientos de difusión que atenten contra la salud física o psíquica de los receptores así como las emisiones de cualquier índole mediante técnicas de percepción subliminal.

Organos de Aplicación de la Ley

Art. 12: Créase el Consejo Nacional Audiovisual, ente autárquico en jurisdicción de la Presidencia de la Nación, compuesto por la Junta Ejecutiva Nacional y la Junta Asesora.

Junta Ejecutiva Nacional

Art. 13: La Junta Ejecutiva Nacional estará compuesta por cinco miembros y un Presidente con el rango de Secretario de Estado. El Presidente y dos miembros serán designados por el Poder Ejecutivo con acuerdo del Senado. Los tres miembros restantes serán designados por el Poder Ejecutivo, dos a propuesta de la Cámara de Diputados de la Nación y uno a propuesta de la Junta Asesora, propuestas que el Ejecutivo puede rechazar. En caso de empate, el Presidente tendrá doble voto. Ni la Cámara de Diputados ni la Junta Asesora podrán proponer miembros surgidos de su seno.

Art. 14: El mandato de los miembros de la Junta durará seis años, siendo renovables. Los mandatos de los Directores se renuevan por tercios cada dos años. La primera Junta sorteará su orden de renovación. Corresponde a sus miembros las incompatibilidades propias a las de un magistrado del Poder Judicial. Deberán ser personalidades destacadas por el ejercicio de la docencia universitaria, por su relevancia académica, profesional o pública, por su actuación destacada en entidades de difusión cultural o de bien público, por sus publicaciones o por su inobjetable desempeño en actividades afines a la comunicación audiovisual.

Art. 15: La Junta Ejecutiva Nacional tiene las siguientes funciones:

- a) representar a la Nación en los convenios internacionales sobre radio y televisión, asignación de frecuencias y de órbitas geoestacionarias, y otros convenios y reuniones vinculadas con las telecomunicaciones;
- b) asesorar en la materia al Poder Ejecutivo Nacional, tanto en el orden nacional cuanto en el internacional;

c) dictaminar y resolver sobre las denuncias que realicen los ciudadanos en relación a presuntas violaciones de esta ley;

d) ejercer facultades de control y sanción sobre las emisoras y licenciatarios, tanto públicos cuanto privados;

e) determinar la factibilidad técnica, adjudicar y asignar las frecuencias, señales de identificación, potencia y demás características de las emisoras y sistemas de radiodifusión instalados o a instalarse en cualquier punto del territorio de la Nación o lugares sometidos a su jurisdicción. Podrá modificar, sobre bases legales o técnicas, las frecuencias autorizadas, en cuyo caso, los titulares de licencias o autorizaciones no podrán alegar derechos de propiedad o prioridad sobre las frecuencias asignadas;

f) adjudicar las licencias que le competen e intervenir como órgano de aplicación de las decisiones de las juntas regionales;

g) determinar, en todo el ámbito nacional, las obligaciones y requisitos técnicos, jurídicos y económicos que deben respetar los peticionantes de una licencia o de una autorización para las diferentes categorías de emisoras reglamentadas por esta ley;

h) autorizar el acceso y reglamentar el uso de toda comunicación satelitaria por parte de los emisores o receptores de radio, televisión o servicios audiovisuales;

i) vigilar el cumplimiento de las normas publicitarias, tomar conocimiento de las mediciones de audiencia y las técnicas utilizadas para determinarlas, analizarlas, y, eventualmente, realizar mediciones;

j) elaborar recomendaciones para elevar la calidad de contenidos de la programación y velar por el pluralismo informativo, cultural e ideológico;

k) realizar auditorías contables en las emisoras públicas; tanto nacionales cuanto provinciales y municipales;

l) analizar las recomendaciones de la Junta Asesora, del Defensor del Público y del Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual, y tomar las medidas que considere pertinentes;

ll) mantener actualizada la información nacional sobre el ámbito audiovisual, el registro técnico de las emisoras y sus antecedentes con relación a la prestación del servicio;

m) disponer la creación y mantenimiento de un archivo permanente de programas educativos y culturales para su conservación y difusión nacional e internacional;

n) promover el desarrollo y perfeccionamiento técnico de los servicios de comunicación audiovisual; estudiar y facilitar la introducción de nuevos medios de comunicación o la combinación de los ya existentes y promover el desarrollo de la industria nacional relacionada con la radiodifusión y las telecomunicaciones;

ñ) convocar a los titulares de medios audiovisuales, públicos y privados para constituir una Comisión de Autorregulación de los contenidos y de la difusión publicitaria;

o) disponer los medios que permitan un adecuado desempeño de la Junta Asesora, dictar y reformar su propio reglamento así como el de las Juntas Regionales, con el voto de, por lo menos, cinco de sus miembros.

Art. 16: Son atribuciones de la Junta Ejecutiva Nacional, para cumplir con sus funciones:

a) administrar sus fondos y sus bienes; nombrar, ascender y remover a su personal; confeccionar y aprobar el presupuesto anual de gastos, cálculo de recursos y cuenta de inversión; preparar una memoria anual y el balance de resultados para su elevación al Poder Ejecutivo;

b) comprar, gravar y vender bienes; celebrar toda clase de contratos y convenios; gestionar y contraer préstamos; aceptar subsidios, legados y donaciones; estar en juicio;

c) ejercer las funciones no citadas, inherentes a su condición autárquica.

Junta Asesora

Art. 17: La Junta Asesora estará compuesta por los siguientes miembros:

a) una personalidad relevante del ámbito cultural provincial, nombrada por cada gobierno provincial;

b) cinco personalidades científicas, educativas o culturales, nombradas por el Poder Ejecutivo Nacional;

c) dos periodistas audiovisuales;

d) dos representantes sindicales de los trabajadores audiovisuales;

e) dos representantes de los titulares de medios audiovisuales privados;

f) cinco representantes del mundo cultural: escritores, directores de cine y de televisión, compositores y críticos;

g) cinco representantes de asociaciones o fundaciones no partidarias con fines sociales, educativos, culturales o de defensa al consumidor.

Art. 18: Los miembros de la Junta Asesora citados en el artículo anterior, incisos c), d) e), f) y g), serán nombrados por el PEN a propuesta de sus asociaciones representativas respectivas, según lo establezca la reglamentación de esta ley. Sus mandatos durarán tres años. Son ad honorem, y renovables.

Art. 19: La Junta es una instancia de consulta y deliberación pública sobre las actividades de comunicación audiovisual. Tendrá las siguientes funciones:

- a) emitir opinión sobre la calidad educativa, cultural, informativa y de entretenimiento de los servicios de comunicación audiovisual;
- b) velar por el respeto de la Constitución, la defensa de los principios federales, las culturas regionales y el idioma castellano;
- c) velar por la veracidad y objetividad de las informaciones y su clara diferenciación con las opiniones o notas editoriales; por el respeto al pluralismo en todas sus manifestaciones; sociales, políticas, religiosas, económicas, científicas y de sensibilidades artísticas; por la leal competencia de los medios para obtener audiencia;
- d) expedirse de oficio sobre todos los aspectos de la comunicación audiovisual, hacer públicas y remitir sus recomendaciones a la Junta Ejecutiva Nacional y por los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial nacionales o provinciales;
- e) elegir, por mayoría absoluta de los miembros totales, al Defensor del Público, el que no podrá proceder de su seno;
- f) controlar el desempeño del Defensor del Público y del Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual;
- g) promover el desarrollo técnico y el mejoramiento cultural, ético y estético de la comunicación audiovisual;
- h) estimular la producción provincial y la cooperación, coproducción e intercambio interprovincial, interregional e internacional mediante la promoción de coproducciones, concursos y festivales, así como la formación y perfeccionamiento de periodistas, locutores y personal técnico;
- i) otorgar anualmente, a una radio por provincia y territorio federal y a una televisión por región y territorio federal, un premio consistente en un crédito para la producción de programas educativos y culturales a la emisora que, en el año, se haya destacado por su más alto nivel educativo y cultural;
- j) elaborar y difundir un informe semestral dando cuenta de sus deliberaciones, estudios y recomendaciones; establecer su reglamento interno y elegir de entre sus miembros al presidente, encargado de su representación en la Junta Ejecutiva Nacional.

Juntas Regionales

Art. 20: La Junta Ejecutiva Nacional establecerá siete administraciones descentralizadas denominadas Juntas Regionales. Estarán dirigidas por un Director y un Subdirector, nombrados cada uno de ellos por la Junta

Ejecutiva Nacional de entre una terna propuesta por la Junta Asesora. Pueden ser revocados por la Junta Ejecutiva Nacional. Deben ser argentinos y residentes en la región por más de cinco años. Se establecen las siguientes regiones:

- a) Ciudad de Buenos Aires;
- b) Buenos Aires, La Pampa;
- c) Córdoba y La Rioja;
- d) Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur;
- e) Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, Santa Fe y Entre Ríos;
- f) San Juan, Mendoza y San Luis;
- g) Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero.

Art. 21: Las Juntas Regionales tienen como funciones:

- a) actuar como primera instancia de apelación en todo conflicto entre peticionantes o emisoras y autoridades adjudicantes entre sí;
- b) intervenir tal como lo establece esta ley en las adjudicaciones;
- c) efectuar controles, inspecciones o acciones regionales a instancia de la Junta Ejecutiva Nacional;
- d) informar a la Junta Ejecutiva Nacional sobre su desempeño y sobre la aplicación regional de esta ley y de su reglamentación;
- e) constituir comisiones consultivas regionales para su asesoramiento.

Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual

Art. 22: Créase un Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual dependiente de la Junta Ejecutiva Nacional. Realizará o promoverá estudios en materia audiovisual de interés general y estimulará la formación de los profesionales de los medios audiovisuales. Facilitará créditos para la producción de programas de interés general y cultural que acrecienten el nivel de calidad y que favorezcan su exportación.

Defensor del Público

Art. 23: Créase el Defensor del Público, elegido por la Junta Asesora por mayoría absoluta de los miembros totales, cuyo mandato será revocable por mayoría de dos tercios de los miembros totales. Su mandato durará cinco años y es renovable. Recibirá los emolumentos y tendrá las mismas incompatibilidades que las de un Director de la Junta Ejecutiva Nacional.

El Defensor del Público propone, recibe y analiza ante los organismos establecidos por esta ley los reclamos que el público manifiesta por cualquier medio referentes a los servicios regulados por esta ley. Estudia y recomienda soluciones que son de tratamiento y respuesta obligatoria por receptores de sus recomendaciones, informa trimestralmente a la Junta Asesora el resultado de su gestión.

Entes Públicos de Radio y Televisión

Radio y Televisión

Art. 24: Créase Radio y Televisión Estatal, ente público gubernamental que adoptará la forma de Sociedad del Estado a quien se transferirá y encargará la dirección y administración del Servicio Oficial de Radiodifusión y de un canal en la Capital Federal. El ente estará gobernado por un directorio compuesto por un Presidente, un Vicepresidente 1° y un Vicepresidente 2°, nombrados por el Poder Ejecutivo Nacional.

El directorio nombrará los directores y administradores de los medios bajo su competencia.

Ente Nacional de Televisión

Art. 25: Créase el Ente Nacional de Radio y Televisión, organismo público no gubernamental, que adoptará la forma de Sociedad de Estado, encargado de la dirección y administración de un canal de televisión en la Capital Federal y de una emisora de radio AM y FM. Estará gobernado por un directorio integrado por nueve miembros que serán personalidades relevantes de la comunicación audiovisual, la ciencia, la cultura, la educación y la vida pública del país. Serán designados por el Presidente de la Nación a propuesta, dos de la Cámara de Diputados, dos del Senado, dos de las Universidades Nacionales, uno del Ministerio de Educación y Justicia, uno representativo de las entidades culturales de reconocido prestigio tal como determinará la reglamentación de la ley, y uno a propuesta de la Junta Asesora.

El Presidente del ente será designado anualmente por el Directorio entre sus miembros.

Art. 26: Los fines del Ente Nacional de Televisión serán:

a) producir programas educativos, científicos, culturales, artísticos y de información, así como programas que tienden a un mayor conocimiento e integración cultural nacional;

b) promover el debate pluralista de las cuestiones públicas;

c) promover el intercambio y la difusión de programas regionales, interactuar con las autoridades educativas y de acción social del país, facilitar sus infraestructuras para la coproducción de programas con emisoras provinciales de televisión, así como participar de coproducciones internacionales;

d) constituir comisiones asesoras ad honorem, genéricas o especializadas, integradas por delegados de entidades representativas de la cultura, la educación, la actividad televisiva, la publicidad, la audiencia, la protección de menores, los académicos de la comunicación social y personas de relevantes méritos científicos y culturales.

Emisoras Provinciales, Municipales y Universitarias

Art. 27: Las provincias y las universidades nacionales, en la medida de la disponibilidad de frecuencias, podrán ser titulares, de hasta una emisora de televisión VHF o UHF y de una emisora de radio AM y FM. Las municipalidades podrán ser titulares, a través de Sociedades de Estado, de una emisora de radio FM.

Art. 28: El régimen laboral del personal dependiente de las emisoras estatales nacionales y de universidades nacionales se regirá en cuanto a sus remuneraciones, estabilidad y demás condiciones, por el régimen común de los trabajadores audiovisuales y sus convenios colectivos de trabajo.

Régimen de los licenciatarios

Art. 29: Toda persona, física o jurídica —sociedades, asociaciones, fundaciones, cooperativas—, puede ser licenciataria de una emisora de radio, de televisión o de un servicio audiovisual. Las licencias se otorgarán por un período de diez años. Se renovarán por períodos iguales.

Art. 30: Las personas físicas titulares de todo o parte de una licencia deberán tener mayoría de edad y plena capacidad, y reunir los requisitos establecidos por la Junta Ejecutiva Nacional por categoría de emisora. La

mayoría absoluta de los titulares de una licencia deberán ser argentinos que hayan residido los últimos dos años en el país o extranjeros que lo hayan hecho durante los últimos cinco.

Art. 31: Las sociedades titulares del todo o parte de una licencia de servicios de radiodifusión deberán estar constituidas en la Argentina, y tener mayoría nacional de capital y votos que otorguen poder de decisión. El poder de decisión —directorío y asamblea— en la conducción societaria, debe corresponder a la proporción del capital que los accionistas poseen. Los miembros del directorío deberán reunir las condiciones requeridas en el artículo anterior.

Art. 32: Las sociedades licenciatarias tendrán como objeto social exclusivo la prestación de servicios de radiodifusión y sus acciones deberán ser nominativas. Quedan prohibidos los convenios de sindicación de acciones en las sociedades licenciatarias. Los debentures deberán ser previamente aprobados por el poder concedente, quien los denegará en caso de que afecten a la independencia de gestión de la programación del licenciatario.

Art. 33: Toda modificación de la estructura societaria de una sociedad licenciataria que implique modificación de la titularidad del capital o de los poderes de decisión deberá ser previamente aprobada por el poder concedente, dentro de los límites establecidos por esta ley. Considérase aprobada toda modificación no objetada en el término de quince días hábiles contados a partir de su notificación, siempre que no implique violación a las normas de esta ley.

Art. 34: Un licenciatario puede renunciar a la licencia al fin del período de adjudicación o de su renovación. En caso de renunciar antes del cumplimiento de estos términos, quedará inhabilitado para petitionar otra licencia durante un plazo de diez años.

Art. 35: Los licenciatarios quedarán obligados a mantener las condiciones técnicas autorizadas, salvo autorización expresa de la autoridad concedente, durante todo el transcurso de sus emisiones. La autoridad de aplicación y control exigirá que las características técnicas de la emisora mantengan la cobertura de las áreas de servicios asignadas, la calidad técnica de las señales y la seguridad de los bienes involucrados.

Jurisdicción, Competencia y Adjudicación de Licencias

Art. 36: La jurisdicción sobre los servicios contemplados en esta ley es compartida entre el Estado Nacional, los Estados Provinciales y las Municipalidades.

Art. 37: Las licencias serán adjudicadas por la Junta Ejecutiva Nacional, por los Gobiernos Provinciales y Municipales. A tales efectos, se considera:

a) de jurisdicción nacional, a todas las emisoras de onda corta, las emisoras AM de más de 5 kilowatts de potencia, a las emisoras FM que cubran un área primaria de servicio de más de 80 km, a las emisoras de TV VHF, UHF y a todo servicio audiovisual que utilice ondas hertzianas que emitan desde Capital Federal, Tierra del Fuego y Territorios Nacionales;

b) de jurisdicción provincial, a todas las emisoras AM de hasta 5 kilowatts de potencia, a las emisoras FM que cubran un área primaria de servicio superior a 25 km y hasta 80 km, a las emisoras de TV, VHF y UHF que emitan desde el territorio provincial;

c) de jurisdicción municipal a las emisoras FM que cubran un área primaria de servicios de hasta 25 km, a las emisoras de circuito cerrado de televisión así como todo servicio audiovisual que no utilice ondas hertzianas.

Los requisitos técnicos, jurídicos y económicos a satisfacer por los peticionantes por categoría de licencias serán determinados por la Junta Ejecutiva Nacional.

Procedimientos de Adjudicación

Art. 38: Para adjudicar una licencia los gobiernos provinciales o municipales deberán:

a) dentro de los diez días hábiles posteriores a la presentación del pedido de adjudicación, solicitar a la Junta Ejecutiva Nacional, por intermedio de la Junta Regional, la conformidad para la asignación de una frecuencia con las características peticionadas; recibida la conformidad técnica, llamará a concurso público en un plazo de 45 días hábiles;

b) adjudicar a quien acredite las mejores garantías de cumplimiento del servicio en un plazo de 45 días hábiles posteriores a la fecha del llamado a concurso público.

Art. 39: Todo peticionante que considere lesionados los derechos establecidos por esta ley y su reglamentación en el proceso de adjudicación podrá recurrir a la Junta Regional correspondiente. Su dictamen será inapelable ante la Junta Ejecutiva Nacional en caso de manifestar su acuerdo con lo actuado por el poder concedente. En caso de manifestar su desacuerdo, la adjudicación impugnada será decidida y concluida por la Junta Ejecutiva Nacional, sin perjuicio de lo dispuesto en el título X.

Art. 40: En caso de incumplimiento de los plazos máximos por parte del poder adjudicante, la adjudicación será continuada y concluida por la Junta Regional.

Art. 41: La adjudicación del sistema de circuito cerrado de televisión y los servicios audiovisuales no requiere llamado a concurso público, salvo expresa disposición fundada de la autoridad adjudicante.

Preferencias

Art. 42: En los concursos públicos de atribución de licencias, las autoridades concedentes otorgarán preferencia, en igualdad de condiciones a:

- a) aquellos peticionantes que no sean titulares o participen como integrantes de otras entidades licenciatarias de radio o televisión o de prensa escrita en la zona de cobertura de la emisora peticionada;
- b) aquellos peticionantes que acrediten la mayor radicación efectiva en la zona de cobertura;
- c) aquellos peticionantes que acrediten la mayor idoneidad profesional en materia de comunicación social y radiodifusión y favorezcan el pluralismo informativo y la riqueza de contenidos;
- d) aquellos peticionantes que asuman el mayor compromiso de producción propia, de programación nacional y de exportación de programas;
- e) aquellos peticionantes que acrediten el más adecuado proyecto de inversión para el servicio a explotar;
- f) aquellos peticionantes que hubieren motivado el llamado.

Programación y Publicidad

Art. 43: Todas las emisoras podrán emitir publicidad, con la excepción de las emisoras integrantes del Servicio Oficial de Radiodifusión. Estas sólo podrán hacerlo cuando su zona de cobertura no esté atendida por otra emisora de origen.

Art. 44: Las emisoras, públicas y privadas, estarán obligadas a difundir gratuitamente y con indicación de su origen los comunicados y declaraciones sobre salud pública y educación, a cuyo efecto deberán ceder hasta un 1% de su programación diaria. En situaciones de carácter excepcional deberán ceder sus espacios gratuitamente y sin límite de tiempo, a instancias del órgano de aplicación.

Art. 45: Las emisoras deberán destinar como mínimo un 10% de su programación semanal a cuestiones de interés general, de acuerdo a las indicaciones del órgano de aplicación.

Art. 46: Las emisiones de publicidad no podrán superar 9 minutos en televisión y radio, medidos por hora, en no más de tres y cuatro tandas respectivamente, incluyendo la promoción de programas que no podrá superar un minuto por hora en radio y en televisión. La tanda publicitaria no podrá ser emitida con un nivel de audio superior al del resto de la programación.

Art. 47: Queda prohibida la difusión de publicidad encubierta en el contenido de la programación, exceptuando los afiches e inscripciones visibles en la realización de acontecimientos deportivos, culturales y políticos siempre que no sean enfocados deliberadamente. Se prohíbe la publicidad y los auspicios de todo tipo de juegos de azar y del tabaco en todas sus formas. La publicidad de bebidas alcohólicas sólo podrá efectuarse fuera del horario de protección al menor. Se prohíbe la publicidad de juguetes bélicos y de armas en toda programación.

Art. 48: Se prohíbe, en la programación y en la publicidad, toda apología o incitación al odio nacional, racial o religioso, así como toda clase de discriminación que afecte a la dignidad de la persona.

Art. 49: La Junta Ejecutiva Nacional, para todo el territorio federal y los poderes ejecutivos provinciales en su jurisdicción, determinarán el horario de protección al menor, durante el cual las emisiones deberán ser aptas para todo público. Quedan prohibidos durante ese horario los avances de programas no aptos para todo público.

Art. 50: La emisión de publicidad de todo tipo de producto médico o asimilado deberá ser individualmente autorizado así como el texto del mensaje por el Ministerio de Salud y Acción Social.

Art. 51: La publicidad a emitir deberá ser contratada por los anunciantes directamente con las emisoras o por intermedio de agencias de publicidad. A efectos de esta ley, se considerará tales a las empresas que crean o diseñan y luego producen el material publicitario con que serán utilizados los espacios. Queda prohibida la reventa de los espacios publicitarios.

Art. 52: Todos los anuncios publicitarios deberán ser de producción nacional. Se entiende por tal a la creada, grabada, filmada y procesada por empresas argentinas, en donde la mayoría de los actuantes deberán ser de nacionalidad argentina.

Art. 53: Las emisoras de origen de radio y televisión deberán emitir programación de producción propia equivalente, por lo menos, un 15% del tiempo de emisión total. Pasados dos años de la creación de una emisora o, para la existente, a los dos años de sancionada esta ley, este porcentaje deberá alcanzar un 25% del tiempo de emisión total.

Art. 54: Las emisoras de radio AM y FM deberán respetar un porcentaje mínimo del 20% de emisión de música compuesta y/o ejecutada por intérpretes nacionales sobre el total semanal de música emitida.

Art. 55: Las emisoras de radio, televisión y circuito cerrado de televisión conservarán copia de su programación, desde su apertura al cierre, durante un plazo mínimo de 30 días, debiendo presentar, a requerimiento de la Junta Ejecutiva Nacional, de los poderes concedentes, de los órganos judiciales y legislativos nacionales y provinciales y de los anunciantes publicitarios de la emisora durante ese período.

Fomento del Pluralismo Informativo

Art. 56: La Junta Ejecutiva Nacional y las demás autoridades adjudicantes para las emisoras de su competencia, podrá establecer áreas y zonas de frontera, así como zonas de fomento, estableciendo para ellas exenciones impositivas u otorgando líneas de crédito.

Art. 57: El Poder Ejecutivo Nacional reglamentará el otorgamiento de líneas de crédito especiales para la compra o renovación de equipamiento técnico, la creación de nuevas emisoras y el desarrollo de programas de capacitación para el personal. Establecerá asimismo el apoyo para la exportación de contenidos, fomentando los sistemas de intercambio.

Art. 58: En materia de radio AM y FM y de televisión por aire, el titular de una de dichas licencias que abarque una determinada zona de cobertura podrá peticionar o ser titular —en todo o en parte, directa o indirectamente— de hasta una licencia más de otra categoría que la que posee en una zona cuando se verifiquen, en la categoría pretendida, la existencia de, por lo menos, otras dos emisoras, sin vinculación alguna con el peticionante que cubran principalmente la misma zona primaria de servicio.

Art. 59: Ningún licenciatario podrá —directa o indirectamente— ser titular de licencias, ejercer funciones de dirección o de gestión en más de tres emisoras de radio AM, tres de televisión VHF o UHF y cinco de radio FM en todo el territorio nacional.

Art. 60: Los dueños de los periódicos podrán ser titulares de licencias en todo el territorio nacional. Este derecho sólo estará limitado por el principio establecido en el art. 5 de la presente ley. En caso de que las zonas de cobertura establecida por la licencia coincida o alcance a zonas donde su circulación regular sea sustancial en relación con el ámbito en que aquella

se produce, podrán ser titulares de hasta el 33% de los votos y del capital de la sociedad licenciataria. En caso de que un licenciatario adquiriese un periódico en su zona de cobertura, deberá ceder el porcentaje correspondiente de los votos y del capital de la sociedad licenciataria. Esta disposición no abarca la producción, programación y difusión de diarios electrónicos mediante ondas no hertzianas.

Art. 61: Los licenciatarios que no cumplieren con las condiciones establecidas en los tres artículos anteriores deberán acordar con la Junta Ejecutiva Nacional un programa de adecuación a dichas disposiciones que no podrá superar dieciocho meses hasta su completa regularización, contados desde la sanción de esta ley.

Art. 62: En ningún caso podrá una emisora adquirir programación de una misma fuente —ya sea una productora, una emisora y sus productoras vinculadas entre sí— que cubra más del 30% de su tiempo total de emisión, salvo cuando haya coincidencia entre los titulares de la licencia y los de la productora, y ésta trabaje con exclusividad para la emisora.

Art. 63: No podrá ser invocado por las partes, todo acuerdo, tácito o expreso entre licenciatarios y terceros que comprometa la libertad de programación de la emisora.

Redes y Repetidoras

Art. 64: La constitución de redes públicas y privadas de radio que no abarquen más de cinco emisoras está permitida. Una emisora adherida a una o más redes no podrá emitir más del 30% de sus emisiones diarias con programaciones provenientes de ellas. La Junta Ejecutiva Nacional determinará las modalidades de constitución y funcionamiento de las redes de radio. Este artículo no obliga al Servicio Oficial de Radiodifusión.

Art. 65: Queda prohibida la constitución de redes permanentes de televisión, tanto por ondas hertzianas cuanto por circuito cerrado, por cualquier medio exceptuando la transmisión de acontecimientos de carácter excepcional. Las emisoras citadas no podrán, salvo expresa autorización de la Junta Ejecutiva Nacional, emitir programas extranjeros tomados por vía satelital.

Art. 66: Toda persona, física o jurídica, puede solicitar a la Junta Regional correspondiente, la autorización de la instalación de una repetidora de radiodifusión sonora o de televisión. Las repetidoras no podrán emitir sin

obtener el acuerdo del titular de las emisoras de origen. Los peticionantes deberán reunir las condiciones personales establecidas por el régimen de licenciatarios de esta ley.

Art. 67: Las repetidoras podrán transmitir programación propia hasta un 10% del tiempo total de programación diaria. Podrán emitir publicidad durante el tiempo de emisión de la programación de producción propia.

Art. 68: Las emisoras de televisión ubicadas en la ciudad de Buenos Aires no podrán autorizar la repetición de sus programas a través de repetidoras, satélites o cualquier otro medio cuando otra emisora de origen alcance a la zona de cobertura de la repetidora. La instalación posterior de una emisora de origen que alcance dicha cobertura provocará la caducidad automática de la autorización. Los acuerdos vigentes que contrarían en esta disposición caducarán a su finalización o cumplidos dos años posteriores a la sanción de esta ley. Lo dispuesto por este artículo no se aplica a Radio y Televisión Argentina.

Régimen Sancionatorio

Art. 69: Será reprimido con prisión de 2 a 6 años el que, de cualquier manera y en cualquier forma infringiere las normas relativas a la titularidad de las licencias. Se consideran configurativos de esta conducta a los siguientes actos: disimular u ocultar la verdadera titularidad de las licencias mediante cualquier tipo de enajenaciones, constitución de derechos, celebración de contratos, realización de aportes, o adquisición de acciones, cuotas o participaciones en el capital de sociedades licenciatarias. La pena de prisión se aplicará a los directores, administradores, representantes legales, mandatarios, gerentes, síndicos, miembros de la comisión o junta fiscalizadora, el consejo de vigilancia directivo o administrativo que hayan prestado su consentimiento o concurso. La misma pena se aplicará a quienes hayan determinado a otro a cometer este delito, al que cooperase de cualquier modo en su ejecución y al que prestare una ayuda posterior. Será competente para conocer en esta materia la Justicia Federal.

Art. 70: Los licenciatarios de los servicios regidos por la presente ley y los actuantes serán responsables del contenido de las emisiones. Los licenciatarios y los titulares de autorizaciones serán responsables del cumplimiento de las condiciones asumidas en los actos de autorización o de adjudicación de las licencias y de todo lo establecido por esta ley, su reglamentación y por las disposiciones emanadas de la Junta Ejecutiva Nacional. Quedarán sujetos a las sanciones que establece el presente título, sin perjuicio de las que pudieran corresponder por aplicación de otras normas legales.

Art. 71: Las infracciones derivadas del artículo precedente serán sancionadas de la siguiente manera:

- a) apercibimiento;
- b) suspensión de directores, locutores o actuantes de 1 a 30 días;
- c) multa del 1 al 50% sobre la facturación bruta del mes anterior a la infracción;
- d) suspensión definitiva de programas;
- e) inhabilitación de directores, locutores o actuantes por un período de hasta cinco años;
- f) caducidad de la licencia.

Estas sanciones serán aplicadas previo sumario, en que se asegure el derecho de defensa, instruido por la Junta Ejecutiva Nacional. La prescripción de las acciones que nacen de las infracciones de la presente ley se operará a los cinco años contados desde el día en que se cometió la infracción.

Los recursos contra estas resoluciones se regirán de acuerdo a lo dispuesto en el título X.

Art. 72: Las sanciones determinadas en el artículo anterior, incisos a), b) y c) serán graduadas en función de la gravedad del hecho o de su repetición, en caso de que hubiesen infringido los artículos 3, 4, 7, 8, 9, 36 y 65 de esta ley y demás obligaciones establecidas por ellas o su reglamentación, así como cuando se verificase un incumplimiento a las condiciones técnicas de instalación o de emisión previstas en la adjudicación de la emisora y la infracción a normas sobre emisión de publicidad y de contenidos. Las sanciones previstas en los incisos d) y e) procederán, a juicio de la Junta Ejecutiva Nacional, en caso de que se hubieran aplicado a los hechos de semejante naturaleza, tres sanciones anteriores de suspensión o multa.

Art. 73: Corresponderá declarar la caducidad de la licencia o de su titularidad total o parcial por:

- a) no iniciar las emisiones regulares dentro del plazo y las condiciones establecidas o suspender las emisiones, salvo causa de fuerza mayor o caso fortuito;
- b) simulación, ocultación o fraude que desvirtúe la titularidad de la licencia;
- c) incumplimiento de las obligaciones establecidas en los artículos 56, 57, 58 y 59;
- d) la condena en proceso penal del licenciatario;
- e) el incumplimiento de las condiciones técnicas de instalación o emisión previstas en la adjudicación de la emisora que desvirtúen insanablemente el acto adjudicatario;

f) el incumplimiento reiterado y grave de disposiciones de esta ley y de su reglamentación, sucesivamente sancionados;

g) el incumplimiento grave de las obligaciones laborales, previsionales e impositivas por parte de la licenciataria.

Art. 74: La Junta Ejecutiva Nacional, por el voto de cuatro de sus miembros, podrá ordenar la inmediata suspensión de programas o actuantes, cuando, a su juicio, se hallaren en grave o evidente infracción a las disposiciones legales y reglamentarias.

Art. 75: Al declararse la caducidad de una licencia, la Junta Ejecutiva Nacional, podrá disponer la intervención de la emisora y proceder a su administración hasta tanto se sustancie un nuevo concurso y se provea a la nueva titularidad de la emisora.

Art. 76: Considéranse ilegales a las emisoras que no hayan sido legalmente autorizadas, y corresponderá el decomiso o incautación de los bienes que les estuvieran afectados por la Junta Ejecutiva Nacional o las Juntas Regionales.

Recursos Judiciales

Art. 77: Contra las resoluciones que dicte la Junta Ejecutiva Nacional habrá un recurso de apelación al solo efecto devolutivo, salvo lo establecido en el párrafo siguiente, ante la Cámara Federal de Apelaciones con competencia en lo Contencioso Administrativo. Si a juicio del tribunal la medida causare un perjuicio de reparación ulterior claramente imposible o manifiestamente inadecuado, aquél podrá suspender su aplicación. Cuando se dispusiere la caducidad de una licencia la apelación será concedida en efecto suspensivo. En este supuesto la Junta Ejecutiva Nacional designará un veedor que fiscalizará la administración de la emisora durante la tramitación del recurso.

Disposiciones Impositivas

Art. 78: La emisión de radio y televisión no constituirá un hecho imponible sin perjuicio de los gravámenes generales que pudieren corresponder a las personas físicas o jurídicas emittentes.

Art. 79: Créase un gravamen nacional audiovisual del 5% sobre el monto bruto de la facturación abonada por el anunciante a la agencia de publicidad o a la emisora.

Las agencias de publicidad deberán cumplir con las condiciones que establezca la reglamentación.

El gravamen será percibido por la Junta Ejecutiva Nacional y destinado a los siguientes fines:

a) 1,00% al funcionamiento de la Junta Ejecutiva Nacional y de las Juntas Regionales;

b) 3,00% al funcionamiento del Servicio Oficial de Radiodifusión;

c) 1,00% al funcionamiento, investigaciones y créditos otorgados por el Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual.

Disposiciones Transitorias

Art. 80: El Poder Ejecutivo Nacional dictará la reglamentación de esta ley dentro de los 45 días hábiles posteriores a su publicación e integrará los distintos organismos nacionales dentro de los 45 días hábiles posteriores a la reglamentación. En caso de que cumplidos los términos no se hubiesen integrado los cargos previstos para los que intervienen otros organismos que el Poder Ejecutivo Nacional, éste proveerá su designación transitoria hasta tanto los organismos pertinentes los designen o propongan según corresponda.

Art. 81: Dentro de los plazos establecidos por el artículo anterior, se transferirá a la Junta Ejecutiva Nacional, a la Radio y Televisión Argentina y al Ente Nacional de Televisión los bienes que actualmente pertenecen o están afectados a organismos que prestan funciones que corresponderán a los organismos que esta ley crea.

Art. 82: Las emisoras no autorizadas o con autorización precaria al momento de la constitución de la Junta Ejecutiva Nacional, dispondrán de un plazo de 45 días hábiles para solicitar a dicha Junta que se considere su regularización. En caso de que sus titulares reúnan las condiciones para ser aceptados como peticionantes de licencias, se procederá a iniciar el correspondiente proceso de adjudicación en la jurisdicción respectiva.

Art. 83: Dentro de un plazo de 45 días hábiles posteriores a la constitución de la Junta Ejecutiva Nacional, deberá informársele todas las modificaciones habidas en la titularidad real de las licencias adjudicadas que no hubiesen sido debidamente notificadas. Pasado este plazo, se considerará que los contravenientes incurrir en delito de disimulación u ocultamiento de la titularidad de la licencia.

Art. 84: Dentro de los 180 días después de reglamentada esta ley se llamará a concurso público para la privatización de las emisoras bajo administración nacional, no transferidas a los entes creados por esta ley, debiendo otorgarse las licencias en un plazo no mayor de 6 meses. Los concursos declarados desiertos permanecerán abiertos de manera permanente, quedando bajo la administración estatal hasta su entrega definitiva.

Art. 85: Dentro de los 180 días de su instalación la Junta Ejecutiva Nacional, aunque no haya pedido de parte, llamará a concurso para adjudicar a la actividad privada por lo menos dos nuevas frecuencias de televisión abiertas en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

Art. 86: Derógase la ley de facto 22.285, el Decreto 286/81 y toda otra norma legal o reglamentaria que se oponga a la presente.

Art. 87: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

RESERVAS DE LOS SEÑORES CONSEJEROS

Buenos Aires, 16 de noviembre de 1987.

Al Señor Coordinador del Consejo
Dr. Carlos Santiago Nino
PRESENTE

De mi consideración:

Con relación al proyecto de Ley de Radio y Televisión aprobado por n/Consejo, le hago llegar algunas observaciones, reservas y comentarios sobre su texto.

1) El trabajo preparado por la Comisión y los asesores especiales merece un elogio sin retaceos, ya que han dedicado largos meses de reflexión, estudio y examen de antecedentes, además de esfuerzo personal y singular experiencia.

2) Comparto ciertamente la filosofía inspiradora del proyecto ya que ofrece a la comunidad en su conjunto un marco de amplitud y pluralismo propio de una sociedad libre, sin debilitar el control que el poder público tiene a su cargo ejercer para asegurar el bien común.

3) Mis observaciones y reservas son las siguientes:

a) No comparto la creación por vía legal del Ente Nacional de Televisión, es decir, el organismo no-gubernamental. El sistema mixto que se adopta prevé emisoras del Estado, de los particulares y privados. En esta última categoría estarán incluidos los canales o radios que libremente se quieran organizar para fines culturales o que sean expresión de entidades no-gubernamentales y sin propósito de lucro; en ese caso tendrán la posibilidad de hacerlo, obviamente, con o sin publicidad. Los objetivos que se asignan a este canal no-gubernamental son, a mi juicio, los propios

del gubernamental cuya existencia sí comparto. El segundo canal, no-gubernamental, será en la realidad otro canal del Estado, ya que su conducción está en manos de la autoridad pública —directa o indirectamente— tal como lo propugna el proyecto. La existencia de otros medios de comunicación televisiva con objetivos puramente culturales o expresivos de sociedades intermedias o grupos minoritarios, universidades, asociaciones culturales, religiosas, etc., no sólo es libre sino que recibirán un trato preferencial conforme lo prevé el inciso e) del art. 42 del proyecto.

b) Tanto la exposición de motivos que acompaña al proyecto cuanto su texto, fijan con acierto los objetivos de bien común que conciernen al poder público. Ellos son, como otros incluidos en otras áreas del Estado, sus deberes propios y esenciales que deben ser atendidos con fondos de Tesorería General. La autorización a las emisoras del Estado para obtener ingresos por publicidad crea una competencia comercial impropia de una emisora oficial, además de condicionar la calidad de sus contenidos a los resultados de la gestión empresarial.

c) No comparto la creación del Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual. Será un nuevo organismo cuyas funciones ya se encuentran ampliamente cubiertas por la Junta Nacional, tal como surge del art. 15 del proyecto.

d) Obviamente incluyo en mis reservas las disposiciones vinculadas a los artículos observados.

Cordialmente,

Dr. Oscar Puiggrós
Consejero

Buenos Aires, 30 de octubre de 1987.

Señor Coordinador del
Consejo para la Consolidación de la Democracia
Profesor Doctor Carlos S. Nino
Tucumán 462
1049 Buenos Aires

Estimado señor Coordinador, Doctor Nino:

Opino que el documento es una aportación valiosísima, concebida con miras amplias y sanos principios.

Desde el ángulo de mi especialidad son aconsejables las siguientes revisiones:

1) Reconocimiento de que estos servicios constituyen bienes públicos (en el sentido de la teoría económica moderna) cuya producción debe regirse por criterios de naturaleza no mercantil.

2) Supresión de las preferencias y restricciones contempladas por los artículos 40, inciso a, y 53, que pueden impedir la obtención de economías provenientes de la integración horizontal.

3) Eliminación de las exenciones impositivas globales concebidas por el artículo 65.

Con mis cordiales saludos, quiera aceptar el señor Coordinador las señalidades de mi consideración más distinguida.

Prof. Dr. J. H. G. Olivera
Consejero

Buenos Aires, 16 de noviembre de 1987.

Señores Consejeros:

Lamento no firmar este proyecto, por las siguientes razones:

- 1) La enorme cantidad de organismos de contralor, que incrementarán una burocracia paralizante.
- 2) El artículo 48. Creo indispensable, para elevar el nivel de los medios, prohibir específicamente textos e imágenes destinados a la degradación de la mujer.
- 3) El artículo 60, que **invita especialmente** a los dueños de periódicos a ser licenciatarios. Bastaba con omitir el art. 45 de la anterior reglamentación.
- 4) El 20% de música nacional debería llevarse al 50%. La música comprende a una amplia serie de industrias de la cultura, todas desactivadas.

María Elena Walsh
Consejera

IV

ANALISIS DE SISTEMAS COMPARADOS

Informe sobre Ley de Radiodifusión (Derecho Comparado)

A continuación se presenta una serie de Cuadros Comparativos de las estructuras de los servicios de Radiodifusión de Brasil, España, Gran Bretaña, Francia e Italia.

BRASIL

Autorización

	Concesión	Permiso
Para el Otorgamiento	Presidente de la República.	Consejo Nacional de Telecomunicaciones
Adjudicatarios	La Nación. Los Estados y Territorios. Los Municipios. Las Universidades. Las sociedades nacionales por acciones nominativas o las SRL. Las Fundaciones.	ídem
Fiscalización	Es competencia privativa de la Nación a través del CONTEL.	ídem
Procedimiento	- A iniciativa del CONTEL - Mediante solicitud de la entidad interesada y dirigida al CONTEL. (Los interesados serán convocados por edictos).	ídem

Autorizaciones

Las concesiones y permisos no tendrán carácter de exclusividad y se habrán de restringir al uso de las frecuencias y potencias en el horario y lugar determinado.

El CONTEL podrá proceder a la revisión o sustitución de las frecuencias asignadas, basándose en motivos de orden técnico, de defensa nacional o ante la necesidad de los servicios federales.

En cualquiera de los casos las frecuencias consignadas no constituyen un derecho de propiedad para la entidad, existiendo siempre el derecho de la Nación sobre las mismas.

La concesión es intransferible sin la previa autorización del poder concedente. Los concesionarios no pueden introducir modificaciones contractuales o estatutarias. Deben sujetarse a las disposiciones sobre expropiación y requisas.

Ninguna estación podrá iniciar la ejecución del servicio sin previa licencia del CONTEL.

El certificado de licencia fijará el horario de funcionamiento para la estación.

La concesionaria o permisionaria deberá mantener un programa mínimo de trabajo regular igual a los dos tercios del total de horas que están autorizadas a funcionar.

Ninguna autoridad podrá impedir u obstaculizar la libertad de radiodifusión, fuera de los casos

ídem

Estaciones

Transmisiones

Programación

autorizados por la ley. Durante el estado de sitio, o en una calamidad pública, la ejecución de los servicios de radiodifusión se sujetará a las normas que se dicten en esa circunstancia.

Los servicios de radiodifusión deberán ajustarse a ciertas pautas (mantener un elevado sentido moral y cívico; limitar a un máximo del 25% el horario diario de la publicidad).

Las estaciones de radiodifusión, durante los 90 días anteriores a las elecciones reservarán 2 horas diarias para la propaganda partidaria gratuita.

Los interesados en transmitir programas en idioma extranjero deberán someterse a la aprobación del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Las emisoras podrán ser llamadas para integrarse en redes a solicitud del Presidente de la República, del Congreso Nacional o del Supremo Tribunal Federal.

Transferencia de las Autorizaciones

Las concesiones y permisos podrán ser transferidas directa o indirectamente, previa autorización del Gobierno Federal. En ningún caso podrá admitirse la transferencia de una concesión o permiso, otorgado a una persona jurídica de derecho público interno, a favor de empresas privadas.

Renovación

El derecho a obtener la renovación depende del cumplimiento de todas las exigencias legales,

Caducidad o Prescripción

así como de las finalidades de tipo educativo, cultural y moral.

La prescripción de la concesión o del permiso será declarada por el Presidente de la República, precedida de la opinión del CONTEL.

Tasas

La ejecución de cualquier servicio de radiodifusión mediante concesión o permiso estará sujeta al pago de tasas.

ESPAÑA

Radio - Televisión Española (RTVE)

Encuadre legal

Ente Público.

Funciones

Las funciones que corresponden al Estado como titular de los servicios públicos de los medios de comunicación social se ejercen a través del Ente Público.

En sus relaciones jurídicas externas, adquisiciones patrimoniales y contrataciones el Ente está sujeto al Derecho Privado.

Capital

El Ente ejerce sus funciones a través de sociedades anónimas estatales. El capital de las sociedades será íntegramente estatal y pertenecerá en su totalidad al Ente Público y no podrá enajenarse, hipotecarse, gravarse, pignorar o cederse en cualquier forma onerosa o gratuita.

El patrimonio del Ente Público como el de las sociedades de capital íntegramente estatal, tendrán la consideración de dominio público y en consecuencia están exentos de tributos.

Los bienes propiedad del Ente Público o de las sociedades estatales cuya enajenación sea necesaria deberán ser desafectados por el Ministerio de Hacienda a propuesta del director de RTVE. Los con-

Programación

tratos de comercialización de programas y de sub-productos llevarán implícita la desafectación.

El Gobierno podrá hacer que se programen y difundan cuantas declaraciones estime necesarias.

El Gobierno podrá fijar periódicamente las obligaciones que se derivan de la naturaleza de servicio público de RTVE.

Durante las campañas electorales se aplicará el régimen especial que prevean las normas electorales.

Control

El control es ejercido por una comisión parlamentaria y asimismo el Ente y las sociedades deberán sujetarse al control del Tribunal de Cuentas.

Financiación

El Ente Público se financiará con cargo a los Presupuestos Generales del Estado y mediante los ingresos de las actividades que realice.

Consejo de Administración

Miembros: Está compuesto por doce miembros elegidos por cada legislatura, la mitad por Diputados y la mitad por el Senado.

Funciones: Aprobar el plan de actividades del Ente Público fijando los principios básicos y los lineamientos generales de la programación; dictar normas reguladoras de la publicidad; determinar semestralmente el porcentaje de horas de programación destinado a los grupos políticos y sociales significativos teniendo en cuenta criterios objetivos.

Consejo de Asesores

Miembros: 5 representantes de los trabajadores, 5 designados por el Gobierno, 5 designados por el Instituto de España, 5 elegidos por entidades autónomas.

El Consejo será convocado al menos semestralmente por el Consejo de Administración y emitirá dictamen con respecto a las competencias que sobre programación están atribuidas al Consejo de Administración.

Director General

Designado por el Gobierno. Es el órgano ejecutivo y de contratación.

Asiste a las reuniones del Consejo de Administración con voz y voto.

Radio - Televisión Española

(Ente Público Gubernamental)

Radio Cadena Española (Soc. Anónima)	Capital Estatal. Financiación: Subvenciones consignadas en el presupuesto general y los ingresos de las actividades que realice.
Radio Nacional Española (Soc. Anónima)	Capital Estatal. Financiación: Subvenciones consignadas en el presupuesto general e ingresos comerciales propios.
Televisión Española (Soc. Anónima)	Capital Estatal. Financiación: Subvenciones consignadas en el presupuesto general; comercialización y venta de sus productos; participación limitada en el mercado de la publicidad y mediante una tasa sobre la tenencia de los receptores.
Sociedades Filiales (Soc. Anónima)	Capital Estatal.
Tercer Canal de TV (Soc. Anónima)	Capital Estatal.

GRAN BRETAÑA

En Gran Bretaña, *dos organismos públicos* son titulares de licencias para brindar servicios de televisión y radiodifusión: la BBC y la IBA. La BBC opera dos servicios nacionales de televisión, cuatro redes nacionales de radio y veinte estaciones locales de radio, además de las emisiones al exterior. La IBA controla el *único servicio independiente* de televisión y estaciones radiales locales.

Las prestaciones en ambos casos son definidas como *servicio público*. Tanto la BBC como la IBA operan en forma independiente en cuanto a sus actividades cotidianas, pero el gobierno retiene el control último y el Secretario del Interior es responsable ante el Parlamento y puede dictar directivas sobre asuntos de política general, y hasta revocar las licencias de ambas en cualquier momento.

La BBC

Fundamentalmente se preserva alejada de toda presión de índole comercial. Sus servicios se financian a través de sumas otorgadas por el Parlamento y algunos beneficios que recibe, por ejemplo, de las publicaciones que efectúa.

Es *administrada* por doce gobernadores designados por un período no superior a cinco años por la Reina con el asesoramiento del Primer Ministro y de su Gabinete. Además existen consejos regionales para Escocia, Gales e Irlanda del Norte.

La IBA

Aún cuando es una emisora comercial, opera de acuerdo a los principios de *servicio público*. Se financia únicamente con la venta de espacio para publicidad que *no puedan exceder de seis minutos por hora para televisión y nueve minutos por hora para la radio*.

Los programas son producidos por *compañías designadas por la IBA*, por espacio de hasta tres años, que puede prorrogarse como así también reducirse si se llegase a resultados contrarios al interés público dado que la IBA tiene considerables facultades para controlar el contenido y la calidad de los programas.

Así, por ejemplo, *el material importado no debe exceder del 14% por trimestre*, deben existir obligatoriamente programas documentales, un tercio de todo el material debe ser "serio, no de ficción", etc. Opera bajo una *base regional*: trece compañías, cada una en un área, salvo en Londres que hay dos. Las transmisiones políticas también son reguladas en ambos organismos, en cuanto a los espacios dedicados al oficialismo y a la oposición.

The Independent Broadcasting Authority de Gran Bretaña

Definición: La autoridad es denominada The Independent Broadcasting Authority (Autoridad Independiente de Difusión).

Estará constituida por: 1 Presidente, 1 Vicepresidente, 10 Miembros.

El Secretario de Estado podrá fijar un número distinto de miembros en cuyo caso deberá hacerlo por escrito y entregar una copia a la Broadcasting Authority y otra a las Cámaras del Parlamento.

Funciones y obligaciones: La función de la Broadcasting Authority será *proveer*, de acuerdo con esta ley y hasta el 31/12/96, servicios de TV y *radiodifusión local*; haciéndolo en forma adicional a aquellas de la BBC y a las transmisiones de gran calidad. La obligación de la Autoridad es:

- a) Proveer servicios de TV y radio en forma de servicio público con el fin de propagar información, educación y entretenimiento;
- b) *Asegurar que los programas* difundidos por la Autoridad en cada área *tengan un alto nivel general* en todos sus aspectos (en particular con respecto a su contenido y calidad) y amplitud de temas. Debiendo tener en cuenta la programación globalmente y los días y horario en que los programas son difundidos;
- c) Asegurar que los *programas con mérito sean difundidos ampliamente*.

Sin perjuicio de las facultades que esta ley confiere a la autoridad, *los programas por ella difundidos deberán, siempre y cuando estén de acuerdo con la observancia de esta ley, ser provistos por particulares* (se los denomina "contratistas de programas"). Estos contratistas actuarán de acuerdo a contratos celebrados con la autoridad y como contraprestación de los pagos a la autoridad tendrán el derecho y la obligación de proveer programas o partes de programas que habrán de ser difundidos por la Autoridad.

Los contratistas podrán incluir propaganda en sus programas.

Con el propósito de extender o prorrogar más la duración de la función de la Autoridad (31/12/96), el Secretario de Estado puede ordenar otra fecha diferente hasta el 31/12/2001. Esta decisión debe ser previamente aprobada por el Parlamento.

Facultades: La Broadcasting Authority, siempre y cuando esté sujeta a las disposiciones de la ley, tendrá facultades para hacer todas aquellas cosas que sean necesarias o conducentes a su funciona-

miento y especialmente gozará de las siguientes facultades:

- a) *Establecer, instalar y utilizar estaciones* para radiotelegrafía;
- b) Tomar los recaudos necesarios para que sean provistas las instalaciones y equipos o, si fuere, el caso para que ella misma provea y equipe estudios u otras instalaciones de TV y radio;
- c) Distribución de las estaciones repetidoras de programas propalados por la Autoridad.

A pesar de la existencia de contratistas la Autoridad podrá:

- a) Hacer los arreglos necesarios con el fin de *propalar programas* o parte de programas de *otra forma que no sea por medio de los contratistas para asegurar la inclusión de temas especiales* (en tanto no pudieran ser debidamente provistos por los contratistas);
- b) Hacer todo lo necesario para *proveer* ya sea por medio de los contratistas o de otra forma o en caso de que fuere indispensable ella misma, *programas*;

1 – En razón de cualquier *falta* temporaria de personal adecuado y capaz de realizar la programación, en carácter de *contratistas*;

2 – En razón de cualquier intervalo entre la expiración de un contrato con un contratista de programa y el comienzo de otro contrato con el mismo contratista y otro;

3 – Con el consentimiento del Secretario de Estado proveer de otra forma que no sea por medio de contratistas de programas, *servicios educacionales* de naturaleza experimental con el propósito de cumplir con un servicio público. La Autoridad podrá con el fin de proveer tales programas colocarse ella misma en la posición de hacerlo, realizando arreglos para obtener el material, celebrar contratos, emplear personas, comprar bienes, etc.

La Broadcasting Authority no podrá dirigir negocios en calidad de vendedor o comerciante, salvo

con la aprobación del Secretario de Estado. Asimismo no podrá involucrarse en la fabricación o venta de equipos telegráficos.

La Autoridad tampoco podrá:

- a) efectuar servicios que no sean de TV o radio;
- b) adquirir ningún derecho sobre temas difundidos en forma sonora, salvo cuando fueren parte de un programa radial.

Sin embargo, la Autoridad podrá difundir temas en forma sonora a través de la TV cuando:

- a) se trate de retransmisiones de carácter político de la BBC;
- b) en cumplimiento de una notificación dada a la Autoridad o cuando el Secretario de Estado o cualquier Ministro de la Corona lo considere conveniente;
- c) cuando se tratase de nuevos temas ya sean incidentales o suplementarios de los servicios de TV de la Autoridad.

Facultades del Gobierno con respecto a la Broadcasting Authority: El Secretario de Estado podrá periódicamente y por escrito dar directivas a la Broadcasting Authority:

- a) con respecto al tiempo mínimo o máximo de trabajo (difusión) por día, semana u otro período;
- b) horas del día en las cuales se hará la difusión de los programas.

Las directivas mencionadas podrán estar dirigidas a:

- a) una estación de difusión o distintas estaciones de difusión, o a uno o varios programas;
- b) un solo día o diferentes días de la semana;
- c) admitir programas fuera del horario autorizado.

El Secretario de Estado podrá dispensar a la Autoridad del cumplimiento de cualquier directiva.

Finanzas: La difusión de servicio de TV y la difusión de servicio de radio local, con respecto a las finanzas constituirán dos ramas diferentes de una misma empresa.

La Autoridad deberá conducir cada rama de forma tal de asegurar que las ganancias sean suficientes para:

- a) gastos, créditos, interés, depreciación y fondo de reserva;
- b) gastos de capital. La Autoridad deberá constituir un fondo de reservas.

FRANCIA

Principios generales

La comunicación audiovisual es declarada libre. Toda persona física o moral dispone del derecho de réplica.

Las frecuencias radioeléctricas en el territorio francés están subordinadas a la autorización del Estado, autorización precaria y revocable.

El acceso de las personas que ofrezcan comunicación audiovisual y las instalaciones, están también sometidas a la obtención de autorización por parte del Estado.

Alta Autoridad de la Comunicación Audiovisual

Miembros

Compuesta por 9 miembros. Tres electos por el Presidente; 3 por la Cámara de Senadores y 3 por la Asamblea Nacional.

No reciben ninguna instrucción y no pueden ejercer funciones de dirección en un partido político.

Funciones

Está encargada de garantizar la independencia del servicio público de la radiodifusión. Fija las reglas concernientes al derecho de réplica; a la comunicación del gobierno; condiciones de programación, producción y difusión de las campañas electorales.

Consejo Nacional de Comunicación Audiovisual

Miembros

Está compuesto por 50 miembros nombrados por 3 años.

Funciones Ejerce atribuciones consultivas para el conjunto de la actividad de la comunicación audiovisual, puede ser consultado por el gobernador y por la Alta Autoridad.

Establecimiento Público de Difusión

Consejo de Administración
Presidente

Miembros: 1 designado por el Primer Ministro, 1 designado por el Ministro del Interior, 1 designado por el Ministro de Desarrollo, 1 designado por el Ministro de Economía, 1 designado por el Ministro de Presupuesto, 1 designado por el Ministro de Comunicación, 1 designado por el Ministro de PTT, 4 administradores designados por la Alta Autoridad en salvaguarda de los intereses de las Sociedades Nacionales.

Director General Prepara las deliberaciones del Consejo y asegura la ejecución de las gestiones del establecimiento.

Este Establecimiento público tiene carácter industrial y comercial, está dotado de autonomía económica y financiera y está encargado de asegurar la difusión en Francia de los programas del servicio público de radiodifusión.

Sociedad Nacional de Programas

Consejo de Administración

Miembros: 2 designados por el Gobierno, 1 elegido por el Parlamento, 1 personalidad de la prensa escrita, 1 personalidad del mundo cultural, 1 representante del personal.

Las Sociedades Nacionales, creadas por decreto están encargadas de la concepción de la programación de las emisiones del servicio público nacional de TV para asegurar su difusión sobre la totalidad del territorio. Participa de los acuerdos de coproducción e interviene en los acuerdos de comercializa-

ción. Asegura la coordinación de las sociedades regionales de televisión y está encargada de concebir un programa para ser puesto a disposición de las sociedades regionales de TV.

El Estado es el único accionista de las Sociedades Nacionales.

Instituto Nacional de Comunicación Audiovisual

Es un establecimiento público del Estado con carácter comercial e industrial, dotado de autonomía administrativa y financiera que está encargado de la comercialización y explotación de los archivos de las sociedades nacionales y asegura la formación del personal y estudios de investigación.

Comité Regional de Comunicación

Se constituye en cada región y tiene la misión de aconsejar sobre la política comunicacional, los objetivos y los medios de conservación y explotación del patrimonio audiovisual regional, promover la identidad regional, etc.

Sociedad Pública de Radiodifusión para el Exterior

Sociedad Nacional filial de la Sociedad Nacional de Programas encargada de asegurar la concepción y la programación de las emisiones del servicio público destinado a la difusión internacional.

ITALIA

Radio Audizione Italiana

Enquadre legal

Sociedad por acciones.

Funciones

a) servicio en exclusividad de las audiciones radiales circulares;
b) servicio en exclusividad de televisión circular;
c) servicio de la TV con hilos para la difusión de programas de la misma naturaleza de aquellos difundidos por medio de las estaciones radiofónicas televisivas;
d) servicio sin exclusividad de radiofotografía circular.

Las subconcesiones están *prohibidas*.

Capital

El capital está dividido en acciones.

	<p>Suscriptas exclusivamente por personas físicas o jurídicas de nacionalidad italiana.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las acciones son nominativas. - Las acciones son declaradas alienables sólo en el interior de la República. - La mayoría absoluta de las acciones pertenece al IRI (Instituto para la Reconstrucción Industrial) y sólo pueden transmitirse a un ente público o al Estado italiano, previa autorización del Ministerio de Correos y Telecomunicaciones.
Programación	<ul style="list-style-type: none"> - La RAI se compromete a emitir 3 programas diferentes (uno preferentemente cultural) con un horario completo de transmisión no inferior a 25 horas diarias. <p>La RAI prepara para cada trimestre el plan de programas a desarrollarse durante el trimestre siguiente y los horarios respectivos, comprendidos los de las transmisiones publicitarias.</p> <p>El plan debe ser previamente aprobado por el Ministro de Correos y Telecomunicaciones.</p>
Publicidad	<p>La RAI deberá proveer a la publicidad radiofónica y televisiva directamente o por medio de la SIPRA (Sociedad Italiana de Publicidad por Acciones) cuyo capital pertenece íntegramente a la RAI.</p> <p>La publicidad no deberá ocupar más del 5% del tiempo reservado a la concesionaria para la ejecución de los programas.</p>
Financiación	<ul style="list-style-type: none"> a) las tasas de abono al servicio de radiodifusión circulares; b) las tasas de abono al servicio de televisión circular; c) las tasas de abono a los otros servicios dados en concesión; d) el producto de la publicidad radiofónica y televisiva.
Conflictos	<p>Las controversias serán remitidas para su examen a un Colegio Arbitral compuesto por cinco miembros, dos nombrados por la Administración de Correos y Telecomunicaciones, dos de la sociedad concesionaria, y el quinto nombrado de común</p>

	<p>acuerdo entre las partes. En caso de desacuerdo por el Presidente del Consejo de Estado.</p>
Consejo de Administración	<p>Siete miembros designados por: Presidencia del Consejo de Ministros, Ministerio de Asuntos Exteriores, Ministerio del Interior, Ministerio del Tesoro, Ministerio de Finanzas, Ministerio de Participaciones Estatales.</p>
Presidente	<p>Su nombramiento debe ser aprobado por decreto del Ministerio de Correos, una vez escuchado en Consejo de Ministros.</p>
Sindicatura Colegiada	<p>Presidida por un funcionario designado por el Ministerio competente.</p>
Director General	<p>El Director General incluido el personal artístico y administrativo deberán ser de nacionalidad italiana.</p>
Administración Estatal	<p>La RAI se compromete a examinar para su realización todos los pedidos que provengan de la administración estatal, referidos a manifestaciones teatrales, líricas y conciertos públicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La aprobación del presidente y del director general como la participación de los consejeros y el síndico de nombramiento gubernamental no implican ninguna responsabilidad por parte del Estado. - El Estado se reserva el derecho de rescate con un preaviso de un año después de cumplidos quince años de la entrada en vigor del presente convenio. El rescate comprende la cesión al Estado de todos los terrenos, construcciones, instalaciones y la sustitución a favor del Estado de todos los derechos de la RAI sobre terceros. El precio será fijado de común acuerdo; en caso de desacuerdo será fijado por el Colegio Arbitral. - La aprobación de los proyectos y el consenso sobre las instalaciones no implica ninguna responsabilidad por parte del Estado. - La RAI tiene la obligación de mantener la eficiencia de las instalaciones y de proveer a su costa su mejoramiento según las directivas que imparta el Ministerio.
Ministerio de Correos y Telecomunicaciones	

- La RAI, si se lo solicita deberá, poner gratuitamente a disposición del Gobierno hasta dos horas por día. Asimismo a pedido del Gobierno cooperará en las manifestaciones de interés general o colectiva. Estas pretensiones no podrán ser solicitadas más de tres veces por semana.

- El plan de programación debe ser aprobado por el Gobierno. Por graves motivos de orden público el Ministerio del Interior, de conformidad con el Ministerio de Correos, puede modificar el plan de programas, de horarios. Por razones militares o por graves motivos de orden o necesidad pública, el Gobierno podrá, por decreto del Presidente de acuerdo con el Consejo de Ministros, suspender o limitar el uso y eventualmente tomar posesión de las instalaciones y asumir el servicio.

- La RAI pagará al Estado un canon del 4% anual sobre todas las ganancias efectivas brutas.

- La instalación de nuevas emisoras como la modificación de las existentes debe ser aprobada por el Ministerio.

- Cuando las instalaciones den lugar a interferencias perjudiciales a los otros servicios radioeléctricos civiles o militares, la RAI deberá poner en ejecución los medios que el Ministerio considere indispensables para la remoción de dichas interferencias.

- La administración de Correos y Telecomunicaciones dará en uso a la RAI los circuitos musicales necesarios tanto para el acoplamiento entre las distintas estaciones como para la transferencia de programas desde y para el exterior.

V

EVALUACION DEL CUESTIONARIO

BUENOS AIRES, abril de 1987

Muy señor nuestro:

El señor Presidente de la Nación ha requerido de este Consejo el examen del tema de la radiodifusión y opinión acerca de la proyectada ley. A tal fin este Consejo ha dispuesto solicitar de las entidades y personas interesadas su criterio en base al cuestionamiento adjunto, el que podrá ser ampliado con las observaciones que los consultados consideren pertinentes.

Oportunamente volveremos sobre el tema una vez recibidas las respuestas a esta solicitud, que rogamos nos haga llegar por escrito antes del día 15 de mayo próximo.

Saludo a usted atentamente.

Dirección: Tucumán 462 - (C.P. 1002) - CAPITAL FEDERAL

Cuestionario sobre el Proyecto de Ley de Radiodifusión

1. Papel y funciones de la radiodifusión en la sociedad argentina contemporánea.
2. Diagnóstico de la situación actual de la radiodifusión en la Argentina:
a) Papel de los poderes del Estado Nacional, de las provincias, de los municipios y de los entes autárquicos; b) ídem de las entidades intermedias (partidos políticos, sindicatos, organizaciones empresariales, universidades estatales y privadas); c) ídem de las asociaciones e individuos particulares.

3. Las soluciones más adecuadas respecto del papel que en materia de radiodifusión compete a las entidades, órganos y personas mencionadas en el punto anterior, incisos a) á c). ¿Considera que debe haber en el país un ente no gubernamental independiente del tipo de la BBC, RAI u otros semejantes?
4. Aspectos tecnológicos; posibilidades de crecimiento de la radiodifusión, particularmente en materias de FM y UHF.
5. Aspectos jurídicos: órganos de aplicación y sus respectivos papeles; jurisdicción y competencia; poder de policía; la radiodifusión y las libertades constitucionales (libertad de opinión, derecho a la información, derecho de acceder al control de los medios, derechos de las partes, la comunidad y el Estado; derecho de réplica).
6. Los licenciarios: derechos y obligaciones, unidad y pluralidad de licencias, monopolio y cuasimonopolio.
¿Quiénes pueden ser licenciarios? ¿Cómo limitar el monopolio y la simulación en la propiedad y explotación de los medios? ¿Pueden autorizarse cadenas en la propiedad de los medios al tipo de USA y Brasil?
7. Difusión de publicidad comercial por el Estado, provincias, municipios y entes autárquicos y por licenciarios particulares.
8. ¿Cómo se expresa la comunidad en la regulación de los contenidos?
9. Radiodifusión y difusión de la cultura. Medidas a adoptar para que los medios, o algunos de ellos, sirvan primordialmente a esa finalidad.
10. Radiodifusión y educación pública. Medidas a adoptar en ese contexto.
11. ¿Cómo asegurar la federalización y a la vez estimular la producción regional y provincial de la programación?
12. Aspectos financieros de la radiodifusión. ¿Cómo asegurar que el Estado pueda percibir los justos gravámenes?
13. ¿Cómo lograr la mayor participación de la comunidad en la prestación de la radiodifusión?

14. ¿Cómo debe ser el servicio de radiodifusión por cable?
15. Recepción por vía de satélites; ¿debe haber alguna limitación a ella?

Cuestionarios enviados

- Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas
- Asociación Argentina de Agencias de Publicidad.
- Asociación Argentina de Circuitos Cerrados de Televisión
- Asociación Argentina de Profesionales de Medios
- Asociación de Periodistas Argentinos
- Asociación de Teledifusoras Argentinas
- Comisión para los Medios de Comunicación Social de la Conferencia Episcopal
- Confederación General del Trabajo
- AATRA
- Sindicato de T.V.
- Sociedad Argentina de Locutores
- Cámara Argentina de la Industria Electrónica
- Instituto Argentino de Comunicación Social
- Sociedad Argentina de Escritores
- Sociedad Argentina de Autores y Compositores
- Argentores
- Asociación Argentina de Actores
- Centro de Empresarios de Medios de Comunicación Independientes
- Centro de Estudios de Medios Electrónicos de Comunicación
- Asociación Argentina de Telecomunicaciones para Abonados
- Centro Regional de Investigaciones en Comunicaciones

- Asociación Argentina de Investigaciones de la Comunicación y la Cultura
- Asociación de Facultades Argentinas de Comunicación Social
- Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
- Centro de Estudios de Estado y Sociedad
- Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social
- Centro de Investigaciones y Acción Social
- Centro de Investigación y Orientación Social
- Centro de Investigaciones y Promoción Educativa
- Centro de Investigaciones en Ciencias Sociales
- Instituto de Desarrollo y Sociedad
- Instituto Torcuato Di Tella
- Centro Rosario de Investigaciones Sociales
- Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
- Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
- Comisión Justicia y Paz
- Sra. Alicia Mabel ENTEL
- Radio Nacional de Santa Fe
- Dr. Héctor POLINO
- Dr. Juan RADONJIC
- Ing. Juan CIMINARI
- Sr. Pedro SANCHEZ
- Sr. Mario MONTEVERDE
- Dr. Roberto TESSON
- Dr. Enrique ZULETA
- Lic. Carlos BASTIANES
- Asociación Argentina de Editores de Revistas
- Asociación de Editores de Buenos Aires

- Superintendencia Nacional de Fronteras
- Consejo Profesional de Ingeniería Electrónica y Comunicaciones
- Prof. Ernesto BONICATO
- Sra. Ramona Cristado de GUTIERREZ
- Sr. Carlos F. A. RICCIARDI
- Srta. Isabel Ignacia ZACARIAS
- Sra. Martha E. del Pilar ARAGUES
- Universidad John F. Kennedy
- Universidad del Salvador
- Universidad de Belgrano
- Universidad Argentina de la Empresa
- Universidad de Buenos Aires
- Universidad Nacional de Catamarca
- Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
- Universidad Nacional del Comahue
- Universidad Nacional de Córdoba
- Universidad Nacional de Cuyo
- Universidad Nacional de Entre Ríos
- Universidad Nacional de Jujuy
- Universidad Nacional de La Pampa
- Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco
- Universidad Nacional de La Plata
- Universidad Nacional del Litoral
- Universidad Nacional de Lomas de Zamora
- Universidad Nacional de Luján
- Universidad Nacional de Mar del Plata
- Universidad Nacional de Misiones

- Universidad Nacional del Nordeste
- Universidad Nacional de Río Cuarto
- Universidad Nacional de Rosario
- Universidad Nacional de Salta
- Universidad Nacional de San Juan
- Universidad Nacional de San Luis
- Universidad Nacional de Santiago del Estero
- Universidad Nacional del Sur
- Universidad Tecnológica Nacional
- Universidad Nacional de Tucumán

Entidades a las que se enviaron cuestionarios

A) Evaluación individual de los cuestionarios respondidos.

- | | |
|---|--|
| — Comisión Empresaria de Medios de comunicación Independiente | Completo |
| — Cámara Argentina de Industrias Electrónicas | Preguntas 2, 4 y 15 |
| — Asociación Profesionales de Medios | Respuestas vinculadas al tema de Publicidad y Medición de Audiencias. |
| — Sociedad General de Autores de la Argentina | Opinan sobre los proyectos del COMFER y S.I.P. |
| — Asociación Radiodifusoras Privadas Argentinas | No presentaron el cuestionario. Pidieron prórroga. Se encuentra vencida. |
| — Asociación de Editores de Diarios de Buenos Aires | Cuestionario presentado por CEMCI |
| — SADAIC | Orientación formal del Anteproyecto de Radiodifusión. |

- | | |
|--|--|
| — Instituto Argentino de Comunicación Social | Cuestionario completo. |
| — Asociación Argentina de Actores | Nota con algunos enfoques. |
| — Asociación Argentina de Agencias de Publicidad | Objetivos prioritarios de la ley. El mensaje publicitario. Comercialización de espacios. Respuesta a nota de junio/87. |
| — Sociedad Argentina de Escritores | Detalles de aspectos que deben contemplarse en el ordenamiento. |
| — Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas | Apreciaciones generales sobre el ordenamiento de la radiodifusión. |
| — Asociación Argentina de Editores de Revistas | Libertad de acceso a las ondas. Empresas licenciatarias. Plazos. Relación de los medios de comunicación y el Estado. Cuestionario completo contestado por CEMCI. |
| — Consejo Profesional de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones | Principios a incluir en el ordenamiento. Parte de los anteproyectos de la SECOM (incluye SIP) y el COMFER. |
| — Comisión para los Medios de Comunicación Social - Episcopado Argentino | Respondieron 15 preguntas del cuestionario. |
| — Comisión Nacional Justicia y Paz | La característica social de la comunicación. El derecho a comunicar como garantía en la sociedad de información. |
| — Universidad Nacional del Noroeste | Respondieron parte de las preguntas. |
| — Universidad del Salvador | Cuestionario completo. |
| — Universidad Argentina de la Empresa | Apreciaciones generales en base al cuestionario. |
| — Universidad Nacional del Comahue | Respondieron parte de las preguntas. |

— Universidad Nacional de Salta	Cuestionario completo.
— Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Bs. As.	Cuestionario completo.
— Universidad Nacional de Entre Ríos	Apreciaciones sobre la función de la Universidad con respecto a Radiodifusión.
— Centro Regional de Investigación en Comunicación - Pcia. de Río Negro	Cuestionario completo.
— Secretaría de Comunicación Social Provincia de Río Negro	Cuestionario completo.
— Comité Federal de Radiodifusión (Sr. Pedro Sánchez)	Proyecto del COMFER.
— Secretaría de Comunicaciones	Pre-Proyecto de Ley Nacional de Radiodifusión.
— TELAM	Informe de MARIO MONTEVERDE año 1984.

Evaluación final de las consultas

● CANTIDAD DE CONSULTAS EFECTUADAS	86
● CANTIDAD DE RESPUESTAS COMPLETAS	10
● CANTIDAD DE APRECIACIONES PARCIALES	14,24
● PORCENTAJE DE RESPUESTA DE LA COMUNIDAD	27,9%

B) Material recibido sin consulta por cuestionario.

— Asociación Intercooperativa Regional	Necesidad de una Política Nacional de Comunicación Social. Responsabilidades del Estado y el sector Privado. Forma jurídica de Cooperativismo en la Radiodifusión.
--	--

— Musicana - Musirama	Características de la Radiodifusión por cable.
— Teledifusión	Respondieron el cuestionario completo (se les entregó con posterioridad en forma personal).
— Asociación Nacional Emisoras en Circuito Comunitario de Audiofrecuencias	Solicitó formularios de consulta.
— Ingeniero Carlos Federico Aragón	Síntesis de los principales puntos de los licenciatarios privados de radios de AM y FM.
— Federación Argentina de Trabajadores de Prensa	Pautas para la futura ley.
— Mercado y Tendencias	Respuesta a un cuestionario en particular enviado en junio/87. Redacción de cláusulas de Radiodifusión. Tema de la publicidad.
— Cámara Argentina de Anunciantes	Publicidad por televisión. Autorregulación. Características de la Ley de Radiodifusión.
— Consejo de Rectores de Universidades Privadas	Análisis en los proyectos de la Participación Universitaria.
— Asociación Cultural Mariano Moreno	Proyecto de video-cable comunitario.
— LT 4 Radiodifusora Misioes	El Estado en la Radiodifusión.
— Radio Televisión del Neuquén	Antecedentes que reflejan la posición de la provincia en materia de Radiodifusión. Proyecto.
— Sociedad Interamericana de Prensa	Proponen derogación art. 45.

C) Proyectos presentados por diversos legisladores.

— Gobiernos Provinciales Justicialistas	
---	--

- Jorge D. SOLANA - Senador Nacional de la Provincia del Neuquén.
- Dolores DIAZ DE AGÜERO (U.C.R.)
- Fernando H. MAUHUM (U.C.R.)
- Carlos A. GROSSO (Bloque Renovador).

VI

CUADRO COMPARATIVO DE OPINIONES

Proyectos y entidades consideradas

- Proyecto del Diputado Carlos A. GROSSO
- Proyecto del Senador Fernando H. MAUHUM
- Proyecto de la Diputada Dolores DIAZ DE AGÜERO
- Proyecto del Senador Dr. Jorge D. SOLANA
- Proyecto de los Gobiernos Provinciales Justicialistas
- Comité Federal de Radiodifusión
- Secretaría de Estado de Comunicaciones - Secretaría de Información Pública
- Comisión Empresaria de Medios de Comunicación Independientes
- Asociación Profesionales de Medios
- Instituto Argentino de Comunicación Social
- Asociación Argentina de Agencias de Publicidad
- Comisión para los Medios de Comunicación Social del Episcopado Argentino
- Universidad del Salvador
- Universidad Nacional de Salta
- Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Bs. As.
- Secretaría de Comunicación Social - Provincia de Río Negro

Temas considerados

- 2.1 - Caracteres básicos del servicio de radiodifusión
- 2.2 - Objetivos de la radiodifusión

- 2.3 – Titulares de la prestación - Derechos y Deberes
- 2.4 – Organos de aplicación de la ley
- 2.5 – Medios públicos
- 2.6 – Licencias
- 2.7 – Régimen de adjudicación
- 2.8 – Repetidoras
- 2.9 – Contenidos
- 2.10 – Publicidad
- 2.11– Gravámenes
- 2.12 – Satélites

2. 1 - Caracteres básicos del servicio de radiodifusión

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicialista Bloque Renovador.

Define los vocablos que aclaran el concepto del Servicio de Radiodifusión:

Radiodifusión: Radiocomunicaciones cuyas emisiones se destinan a ser recibidas por el público en general (programas sonoros, televisión u otro género).

Teledistribución: Red de cables o fibras ópticas para distribución de programas.

Radiodistribución: Distribución por medio de ondas radioeléctricas codificadas.

Los servicios de Radiodifusión son de interés público y tienen carácter industrial.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical

El Servicio es de **interés público** y su misión es la de contribuir a satisfacer las necesidades de la población en todos los aspectos de la cultura en general.

PROYECTO DE GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS

Es un servicio público (de interés público) . Puede considerarse como extensión de la prensa escrita. No obstante por el medio tecnológico que utiliza es susceptible de regulaciones estatales para su organización práctica, que tiendan a asimilarla a la prestación de servicio público. Es un instrumento de creación cultural y educativa. Por ende en virtud de este aspecto también requiere regulación. Es al mismo tiempo actividad industrial y comercial.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION

Son emisiones destinadas a ser recibidas por el público en general y a los especiales que transmitan señales televisivas o sonoras destinadas al público constituido por abonados o conectados.

CAMARA ARGENTINA DE INDUSTRIAS ELECTRONICAS

Es un servicio público.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL

- Manifestación de la multiplicidad de riquezas que posee el país.
- Amplia expresión de las culturas y voluntades regionales.
- Participación de todas las corrientes de pensamiento y sensibilidad.
- Pluralista, Participativa y Federal.

COMISION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

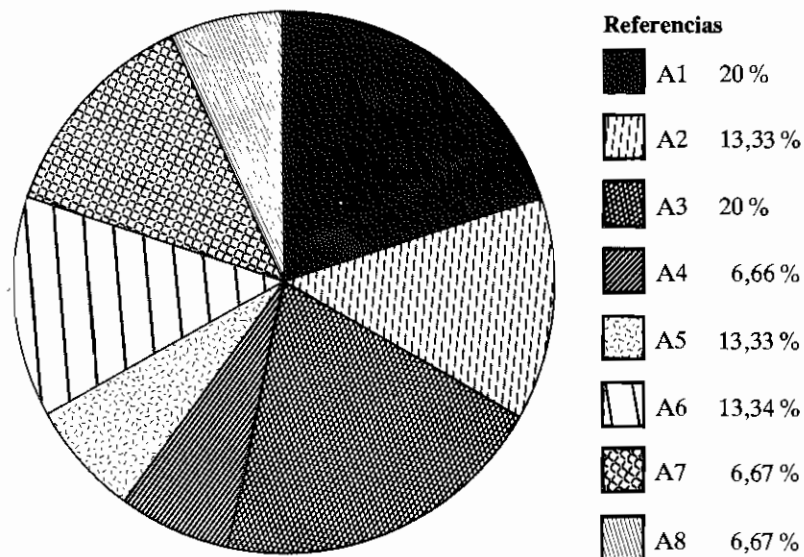
Transmisión de comunicaciones para su recepción directa por el público en general.

No es un servicio público.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

La Radiodifusión debe cumplir el rol de agente dinamizador socio-cultural, promoviendo transformaciones estructurales.

Caracteres Básicos del Servicio de Radiodifusión



Referencias del Gráfico:

A1: Servicio de Interés Público.	A5: Servicio Público.
A2: Carácter Industrial.	A6: Expresión y Creación Cultural y Educativa.
A3: Emisión de Ondas de Distinta Naturaleza.	A7: Pluralista, Participativa y Federal.
A4: Extensión de la Prensa Escrita.	A8: Agente Dinamizador Socio-Cultural.

2. 2 - Objetivos de la Radiodifusión

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical.

Las funciones para cumplir su misión son informativas, educativas y de esparcimiento.

PROYECTO DE GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS

Es un medio destinado a:

- Informar
- Formar
- Entretener

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTE)

- Informar
- Opinar
- Educar
- Entretener
- Estimular el debate por la cosa pública

COMISION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

Es un medio imprescindible para que los ciudadanos puedan ejercer los derechos de dar y recibir información y la libertad de expresión.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

La finalidad será la promoción de los siguientes aspectos esenciales:

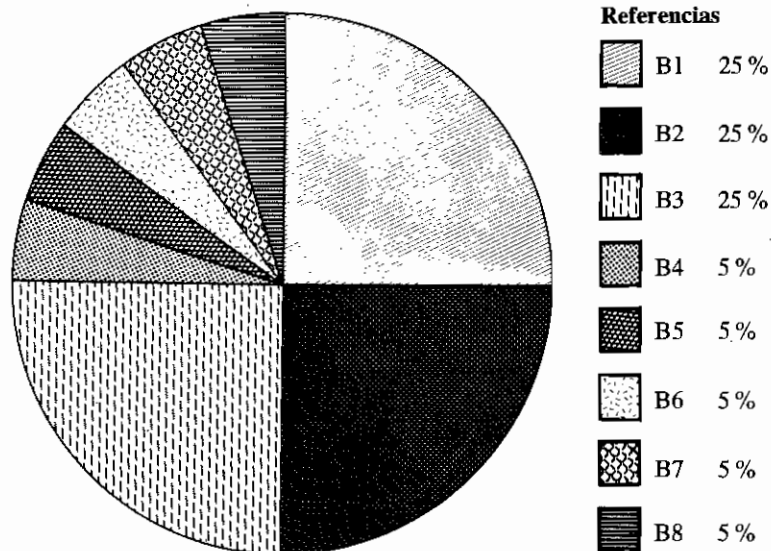
- Participación directa, sin discriminaciones ideológicas, religiosas o raciales.
- Contribuir a la elevación general de la comunidad mediante la promoción de la ciencia, la educación y la cultura.
- Programas de educación a distancia no convencionales, para despertar conciencia crítica y reflexiva.
- Descolonización y descentralización de la información atendiendo prioritariamente a los valores regionales.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Sus funciones son:

- Educativas
- Entretenimiento
- Información
- Conformar valores democráticos
- Intercomunicar distintos sectores sociales

Objetivos de la Radiodifusión



Referencias del Gráfico:

- B1: Función Informativa.
- B2: Función Educativa.
- B3: Función de Esparcimiento.
- B4: Estimular Debate por la Cosa Pública
- B5: Promover la Participación Directa.
- B6: Contribuir a la Elevación General de la Comunidad.
- B7: Despertar Conciencia Crítica y Reflexiva.
- B8: Conformer Valores Democráticos.

2.3 - Titulares de la Prestación - Derechos y Deberes

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicialista Bloque Renovador.

Los servicios serán prestados por:

- Personas físicas o jurídicas legalmente reconocidas
- Estado Nacional
- Estados Provinciales
- Municipios

La jurisdicción es compartida entre el Estado Nacional y Provincial. Si no hay ley provincial el Estado Nacional asumirá la aplicación de la misma.

El **Plan Federal de Radio y Televisión** establecerá los servicios de Radiodifusión que el Estado se reservará para su explotación directa y los que quedan a disposición de los particulares. La comunidad participará a través de una Comisión Asesora de Programación integrada por personalidades y asociaciones relevantes.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical.

Principio Federalista. Se reconoce a las provincias poderes originarios sobre los servicios que se presten en sus respectivos territorios sin utilización de frecuencias radioeléctricas que son de jurisdicción nacional.

Mantiene la red actual pero hace depender al Servicio Oficial de Radiodifusión del Poder Ejecutivo Nacional:

- Una radio y un canal de televisión en Capital Federal.
- Una radio y una repetidora del canal de televisión en cada provincia.
- RAE

Amplía la asignación provincial. Abre la posibilidad de mantener una estación sonora y una de televisión en sus respectivas capitales y también otras estaciones en otras áreas de su territorio, mientras no exista servicio local particular.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO - Unión Cívica Radical.

La explotación de los servicios de radiodifusión sonora, televisión y servicios especiales se realizará mediante la existencia de cuatro regímenes:

- a) Explotación reservada a la gestión estatal
- b) Explotación reservada a la gestión provincial, municipal y universitaria
- c) Explotación reservada a la gestión privada
- d) Explotación reservada a la gestión por entes autónomos de derecho público.

Se establecen los siguientes servicios organizados como sistemas:

- Sistema Oficial de la Nación Red Nacional de Radiodifusión.
- Sistema Oficial Provincial y Municipal.
- Sistema de Universidades Oficiales Nacionales de repetidoras y reforzadoras.
- Sistema de Instituciones Intermedias.
- Sistema de Emisoras Privadas Comerciales.
- Sistemas Complementarios.

PROYECTO DEL SENADOR NACIONAL DR. JORGE D. SOLANA - Provincia del Neuquén

Hay dos sistemas que deben estructurarse:

- a) Un sistema troncal de servicios generales de la Nación.
- b) Un sistema de servicios provinciales y regionales.
 - a) Servicios Generales de la Nación
 - 1 - Servicio Oficial
 - Radiodifusión sonora
 - Televisión
 - 2 - Servicio no oficial
 - Radiodifusión sonora TV, TVC y complementarios
 - b) Sistema Provincial
 - 1 - Servicios Oficial Provincial (sonora y TV)
 - Red provincial, sus filiales, reforzadas o repetidoras
 - Las emisoras municipales
 - Las universidades oficiales provinciales si existieran
 - Las de servicio por vínculo físico
 - 2 - Servicio Provincial no Oficial

Es competencia exclusiva del Gobierno Federal representar internacionalmente a la República en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, obtención de frecuencias y posiciones orbitales y suscribir tratados y denunciarlos. Además administrará las frecuencias asignadas a la República y organizará los servicios generales de la Nación y con el exterior.

Las provincias conservan todo el poder no delegado al Gobierno Federal y son titulares de las atribuciones, funciones y derechos con pleno ejercicio de su jurisdicción. Podrán celebrar tratados parciales, requerirán las frecuencias necesarias para su servicio oficial, regularán sus sistemas radioeléctricos y podrán obtener los recursos para solventar sus necesidades.

PROYECTO DE LOS GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS

La Radiodifusión integra las actividades no delegadas por las provincias al Gobierno Federal. Cabe que sean administradas por el Gobierno Federal en tanto ejerce las Relaciones Exteriores de la Nación.

Pero en el orden interno, son una extensión de la prensa escrita por lo cual no cabe la jurisdicción federal.

El Estado Provincial debe asignar emisoras al Estado y los particulares, ejercer control sobre emisoras privadas y estatales de su territorio y recaudar el gravamen.

La Ley Federal de Radiodifusión debe establecer la filosofía General del Sistema y las legislaturas provinciales deben sancionar sus respectivas leyes provinciales adheridas a la Ley Federal.

Jurisdicción compartida entre el Estado Nacional y Provincial. Descentralización Administrativa.

Si no hay ley de radiodifusión provincial el Estado Nacional asumirá directamente la aplicación de ésta en ese territorio.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION

Son titulares:

- Personas físicas o sociedades comerciales
- Estado Nacional
- Estados Provinciales
- Municipios
- Universidades - Institutos Educativos.

La jurisdicción y competencia es nacional exclusivamente. Incluye posiciones orbitales y emisiones vía satélite.

Será responsabilidad del Poder Ejecutivo Nacional la administración del espectro radioeléctrico de las posiciones orbitales y las normas técnicas de los servicios de radiodifusión y especiales.

Se propone un **Sistema Estatal Nacional**.

El mismo depende del Poder Ejecutivo Nacional y está dirigido por un funcionario con rango de Subsecretario de Estado asistido por un Consejo Consultivo de 7 miembros.

Estaría conformado por:

- LS 82 Canal 7.
- Estación de Radiodifusión sonora (ondas hectométricas).
- Estación sonora modulación frecuencia de ondas métricas (FM).
- Medios del SOR.
- Medios en jurisdicción del Estado Nacional.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - SECRETARIA DE INFORMACION PUBLICA

Son titulares:

- Estado Nacional
- Estado Provincial
- Municipalidades
- Universidades públicas o privadas
- Sociedades cooperativas de servicio público
- Personas físicas y sociedades comerciales.

Jurisdicción nacional. El Poder Ejecutivo Nacional será administrador del espectro radioelectrónico y deberá diseñar, modificar y ejecutar el Plan Técnico Nacional. Por otra parte dictará las normas técnicas y controlará los licenciatarios.

Las autoridades provinciales adjudicarán licencias de acuerdo a lo normado.

Proponen un **Sistema Estatal de Radiodifusión:**

- Ente Nacional de Radio y Televisión Argentina (dependiente de la Secretaría de Cultura).
- Comisión Asesora
- Comisión Parlamentaria

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTES)

- *Estado Nacional*
- Operador del Servicio de Radiodifusión

- Autoridad de contralor
- No debe monopolizar la actividad

— *Estado Provincial*

- Acción legislativa: su propia ley

— *Estado municipal*

- Cobro de impuestos
- Fijación de tarifas publicitarias y precios de los abonos

— *Universidades*

- Utilización para extensión universitaria

— *Asociaciones y particulares*

- Defensa de la naturaleza privada
- Asesoramiento

La jurisdicción es federal con participación provincial en el plan de distribución de frecuencias.

Proponen un sistema mixto:

- Emisora de radiodifusión sonora en amplitud modulada.
- Televisión VHF en Capital Federal, Tierra del Fuego y capitales de provincias.
- Estaciones repetidoras.
- Servicio radiodifusoras argentinas al exterior.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL

Personas físicas, asociaciones y fundaciones tienen derecho a participar de la renovación. El único límite es moderar a unos incentivando a otros para una mayor riqueza de fuentes y contenidos a disposición de cada ciudadano.

El ciudadano tiene derecho de recibir y participar en todo mensaje comunicacional.

Todos los actores tienen derecho a difundir información objetiva y veraz. No se afectará el honor, la intimidad y el derecho a la propia imagen y de otras personas.

Respeto a la dignidad humana, infancia y juventud; también al pluralismo.

COMISION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

Entidades intermedias: participación activa que debe extenderse a la llamada "civilización rural" para preservación de tradiciones y costumbres y de servicio a sus habitantes.

La función del Estado es de contralor para garantizar la veracidad y reparación si se causare algún daño.

La Iglesia Católica puede poseer canal televisivo o radio.

Otra función del Estado es la de coordinar la libre iniciativa y salvaguardar el orden y la moral públicas.

El Estado debe ejercer una función subsidiaria en la producción de información.

El sistema se integraría:

- Una radio en Capital Federal
- Una en cada provincia o territorio nacional
- Un canal de televisión en Buenos Aires (TODOS NO COMERCIALES)
- Radios de fronteras.

La legislación nacional. La aplicación de la misma en tribunales federales o provinciales.

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

La federalización y el estímulo regional y provincial es hoy viable con la posibilidad de autorizar emisoras de baja potencia en frecuencia modulada. En todas las localidades del país se deberían organizar centros regionales de producción de programas.

Las emisoras del SOR pueden ser reemplazadas por la sociedad, instituciones y las mismas provincias.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Las provincias, municipios y organizaciones intermedias deben contar con adecuados canales de participación en la confección de los mensajes televisivos y radiofónicos.

Se inclinan por:

- Medios del Estado
- Medios de Capitales Mixtos
- Medios de Capitales Privados
- Medios Explotados por entes autónomos de derecho público.

Se propicia además la creación de una red universitaria nacional y de emisoras estrictamente municipales dirigidas por autoridades dependientes del propio municipio.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Las provincias y los municipios podrán tener sus propios medios independientes, pero dentro del contexto legal nacional.

Las entidades intermedias, deberán a través de espacios o de medios (FM) canalizar sus necesidades e intereses.

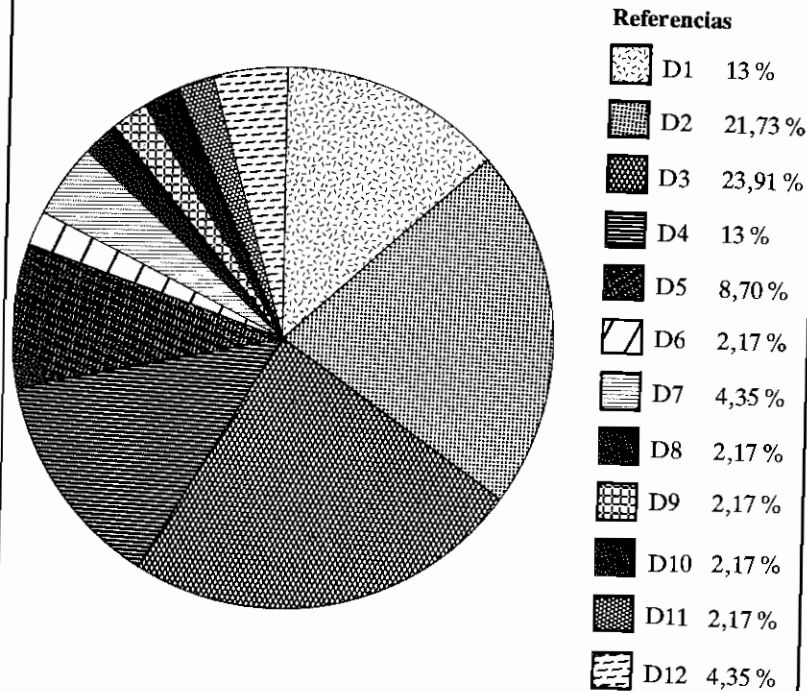
Opinan favorablemente sobre la conveniencia de la participación comunitaria que se implementaría a través de personas elegidas periódicamente, quienes tendrían a su cargo emitir su opinión, no censurar, sobre las programaciones de los medios.

Los derechos y obligaciones deberán estar normados por la Ley correspondiente.

SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL -Provincia de Río Negro

Las provincias tendrán a su cargo la administración de frecuencias, de corto y mediano alcance (FM, VHF), y el otorgamiento de licencias como así también de los sistemas de distribución por cable que operen en su territorio. La planificación se hará en conjunto con la autoridad de aplicación nacional.

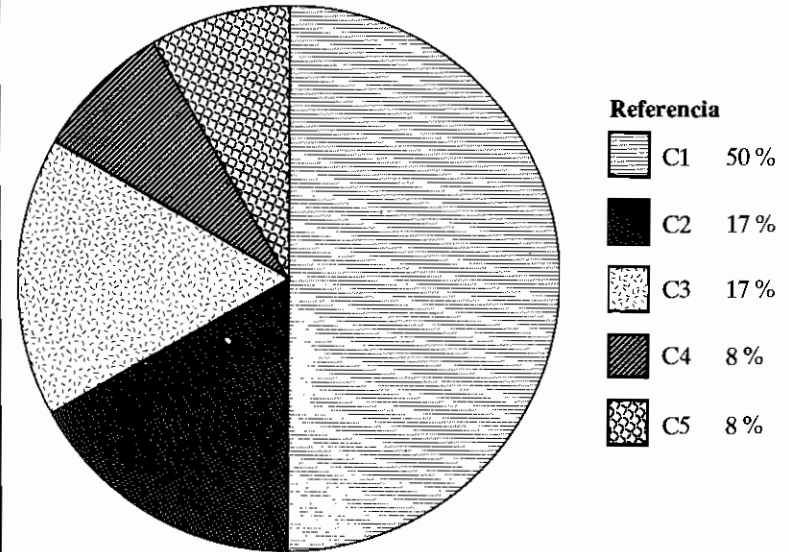
Prestadores del Servicio de Radiodifusión



Referencias del Gráfico:

- | | |
|--|---|
| D1: Personas Físicas o Jurídicas Legalmente Reconocidas. | D7: Entes Autónomos de Derecho Público. |
| D2: Estado Nacional. | D8: Civilización Rural. |
| D3: Estado Provincial. | D9: Medios Captales Privados. |
| D4: Municipios. | D10: Medios de Captales Míxtos. |
| D5: Universidades. | D11: Red Universitaria. |
| D6: Sociedades Cooperativas de Servicios Públicos. | D12: Entidades Intermedias. |

Competencias Jurisdiccionales



Referencias del Gráfico:

- C1: Jurisdicción Compartida entre Estado Nacional y Provincial.
 C2: Participación de la Comunidad - Comisión Asesora de Programación.
 C3: Amplía Asignación Provincial.
 C4: Jurisdicción y Competencia Nacional Exclusiva.
 C5: Jurisdicción Nacional - Predominio.

2. 4 - Órgano de aplicación de la Ley

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicialista Bloque Renovador.

Propone el CONSEJO FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION, como órgano autárquico del Ministerio de Obras y Servicios Públicos.

El citado Organismo estaría integrado por un Presidente designado por el Poder Ejecutivo Nacional y dos Consejos:

Consejo Directivo: Presidente, 4 vocales nacionales, 2 vocales provinciales y 2 vocales parlamentarios.

Consejo Representativo: Presidente, 24 vocales provinciales, 24 vocales parlamentarios y vocales sectoriales.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical.

Propone la creación de la COMISION FEDERAL DE RADIODIFUSION integrada por 5 miembros designados por el Poder Ejecutivo Nacional con acuerdo del Senado.

La comisión es un cuerpo colegiado sin representatividad de áreas.

Por otra parte la COMISION BICAMERAL, constituida con miembros de las comisiones de comunicaciones, asuntos constitucionales, educación y cultura (con un total de 12) supervisará el cumplimiento de la misión y funciones y efectuará recomendaciones.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO - Unión Cívica Radical.

Opina que lo que define la autoridad de aplicación es el poder para la asignación o modificación sobre bases legales o técnicas de las frecuencias y potencias autorizadas.

En este caso tal actividad recae sobre la Secretaría de Estado de Comunicaciones.

PROYECTO DEL SENADOR NACIONAL DR. JORGE D. SOLANA - Provincia del Neuquén.

Propone la creación del Consejo Federal de la Radiodifusión Argentina (COFRA) integrado por un presidente y un representante de cada uno

de los ministerios del gabinete nacional designados por el Presidente de la Nación, un representante de cada Cámara del Congreso Nacional, un representante de cada provincia y del Territorio Nacional de la Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur designado por sus gobernadores, un representante de los empresarios de radio sonora, otro de los de TV abierta y otro de los de TVC cable y uno de los trabajadores del sector (prensa, radio y TV).

PROYECTO DE GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS

Se propone el Consejo Federal de Radiodifusión integrado por:

- **Presidente:** Designado por el Poder Ejecutivo Nacional con acuerdo del Senado. El rango es de Secretario de Estado.

- **Vocales Provinciales:** Designados por el Poder Ejecutivo Nacional a propuesta del Poder Ejecutivo Provincial.

- **Vocales Sectoriales:** Designados por el Poder Ejecutivo Nacional a propuesta de las asociaciones de licenciarios privados y sindicatos de trabajadores.

Se tratará de un órgano autárquico en la órbita de la Presidencia de la Nación (Ministerio de Obras y Servicios Públicos). Será fiscal acusador del Poder Judicial.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION

Será el Comité del título, integrado por un Presidente como Secretario de Estado elegido por el Presidente de la Nación. Además estará conformado por 6 representantes de regiones geográficas y sus funciones especiales serán:

- Control de los licenciarios.
- Adjudicaciones de servicios.
- Registro de licenciarios.
- Intervenir en aspectos vinculados a las disposiciones de la ley y actuar como asesor del Poder Ejecutivo Nacional.

- Representación de la Radiodifusión Argentina.
- Establecer relaciones orgánicas con las provincias.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - SECRETARIA DE INFORMACION PUBLICA

Sería la mencionada Secretaría y tendría las siguientes funciones:

- Diseño, elaboración, modificación y actualización del Plan Técnico de Radiodifusión.
- Asesoramiento al Poder Ejecutivo Nacional.
- Establecer normas técnicas aplicables a los servicios y reglamentar condiciones de licenciatarios.
- Facultades de inspección y control de licenciatarios.
- Substanciar concursos públicos.
- Aplicación del régimen sancionatorio.

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTES)

Secretaría de Comunicaciones:

- Organó de naturaleza técnica
- Debe ejercer el poder de policía.

Coparticipación federal en el órgano directivo con supervisión parlamentaria.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL

Organó colegiado de personalidades nombradas por el Poder Ejecutivo Nacional, Poder Legislativo, Provincias, etc. Es de naturaleza ejecutiva. Su rol consistiría en:

- Adjudicar licencias.
- Ejercer facultades de inspección, control y sanción.
- Determinar requisitos técnicos, jurídicos y económicos mínimos para la adjudicación de licencias.
- Velar por el pluralismo.
- Reglas para la difusión de programas electorales y de información gubernamental.
- Hacer respetar el derecho al contenido.

SOCIACION ARGENTINA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Serán funciones de la misma:

- Elaboración del plan técnico.
- Intervención en los concursos públicos para adjudicaciones.
- Velar por el cumplimiento de la ley y de las obligaciones de los licenciatarios.

COMISION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

Deberá ser federal. Estará integrado por un representante por cada provincia y otro del Poder Ejecutivo Nacional. Se trata de un órgano colegiado.

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

El órgano de aplicación más adecuado se encuadra en la Secretaría de Comunicaciones ya que es un organismo técnico y no político.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Se debe prever la constitución de un Consejo Nacional de Radiodifusión encargado de orientar, supervisar e inspeccionar los servicios en sus aspectos administrativos, comerciales, legales, culturales, artísticos y de programación.

El mismo deberá estar constituido multisectorialmente, con la participación equitativa del Estado, por una parte, y de representantes de diversos sectores de la comunidad por otra.

UNIVERSIDAD DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Sería necesaria la creación de un ente autárquico que dependa por mayoría y minoría del Congreso, con participación del Poder Ejecutivo. El mencionado ente reglamentará la actividad en el país. Las provincias y los municipios podrán tener sus propios medios independientes, pero dentro del contexto legal nacional.

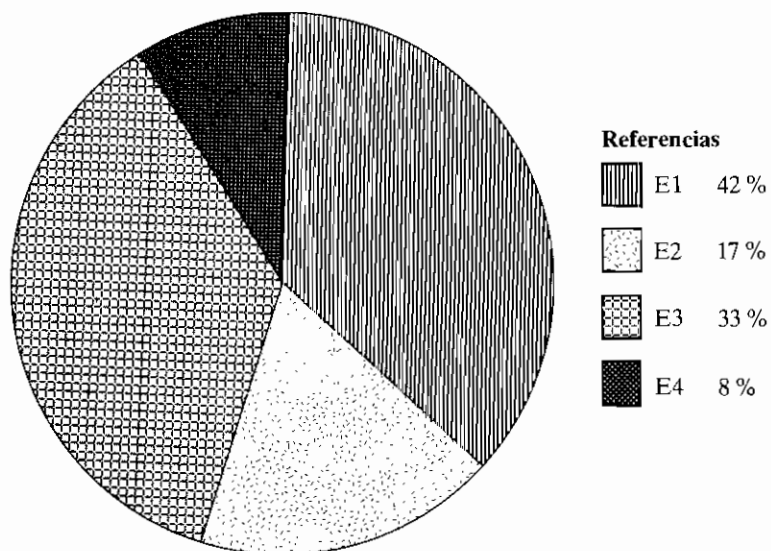
SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL - Provincia de Río Negro

Expresan la conveniencia de unificar criterios con una sola autoridad de aplicación. Para ello proponen un Ministerio de Comunicaciones que

englobe el conjunto de disciplinas, organismos, empresas y funciones en un solo ámbito (modelo canadiense).

El Ministerio tendrá un Consejo que otorga licencias y garantiza contenidos mínimos. Tendrá carácter federal y tendrá participación parlamentaria de los diversos segmentos de la audiencia, del Ente de Radio y Televisión y empresarios privados.

Organo de Aplicación



Referencias del Gráfico:

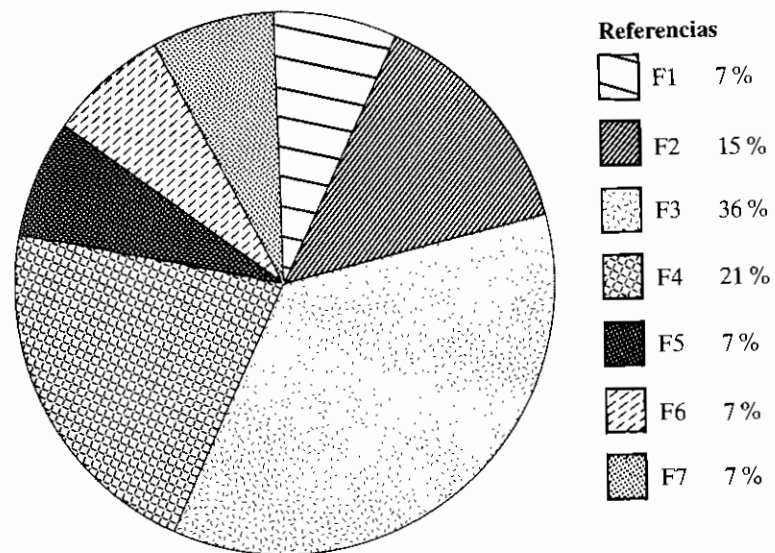
E1: Consejo Federal.

E2: Comisión Federal (o Comité).

E3: Secretaría de Comunicaciones.

E4: Ministerio de Comunicaciones.

Características Organizativas de la Autoridad de Aplicación



Referencias del Gráfico:

F1: Organismo Colegiado Autárquico Dependiente del Ministerio de Obras y Servicios Públicos.

F2: Organismo Colegiado Autárquico en Jurisdicción de la Presidencia de la Nación.

F3: Organismo Colegiado.

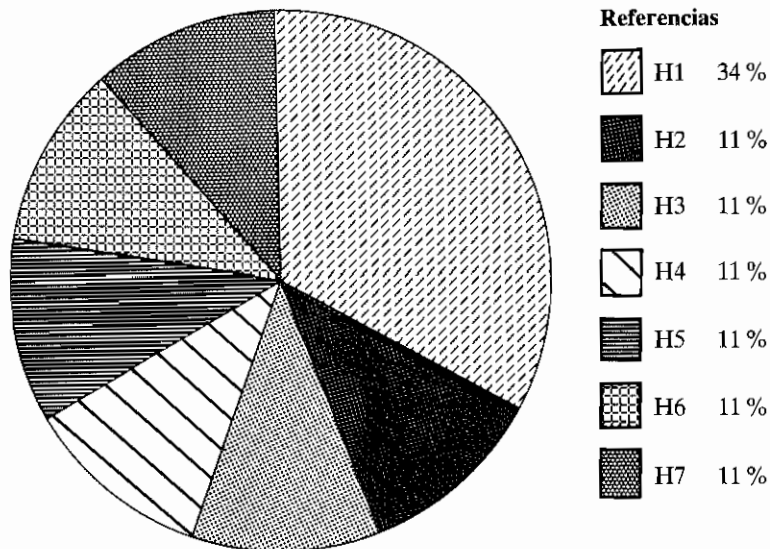
F4: Secretaría incluida dentro del Organigrama Estructural.

F5: Ente Autónomo con control Parlamentario.

F6: Ente Antárquico dependiente del Congreso con participación del P.E.N.

F7: Ministerio que incluye un Consejo.

Designación de Autoridades del Organo de Aplicación



Referencias del Gráfico:

- H1: Presidente designado por el P.E.N.
- H2: Miembros en general designados por el P.E.N. con acuerdo del Senado.
- H3: Parte de los integrantes designados por el P.E.N.
- H4: Presidente designado por el P.E.N. con acuerdo del Senado.
- H5: Vocales designados por el P.E.N. con acuerdo del P.E.P. y otros sectores.
- H6: Presidente y vocales designados por el P.E.N. con acuerdo de la Comisión Bicameral.
- H7: Miembros nombrados por el P.E.N., Poder Legislativo, Provincias, etcétera.

2.5 - Medios públicos

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicialista Bloque Renovador

Se crea (RTA) Radio y Televisión Argentina, empresa pública Federal para explotar los servicios que el Plan reserva al Estado. Se estructura en base a una empresa central y empresas regionales o provinciales integradas.

El Poder Ejecutivo Nacional designará al Presidente con acuerdo del Senado. El Directorio lo integrarán con presidentes de empresas provinciales o regionales, 4 representantes del Parlamento, 2 de asociaciones gremiales de empresarios y 2 de trabajadores, respectivamente.

Entre sus funciones está la de planificar la producción a escala industrial. Contará con asignaciones presupuestarias en el orden nacional y provincial.

El propósito es la centralización en la planificación y la descentralización en la ejecución.

Se propone además la creación del Instituto Federal de Enseñanza Radiofónica y Televisiva.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical

Se prevé la creación de un ente público no gubernamental para el manejo de las estaciones comerciales a cargo del Poder Ejecutivo Nacional.

El Servicio Autónomo de Radiodifusión será dirigido y fiscalizado por órganos colegiados nombrados por el Poder Ejecutivo Nacional.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO - Unión Cívica Radical

Prevé la constitución del Consejo Nacional de Comunicaciones Sociales como organismo autárquico en jurisdicción de la Presidencia de la Nación. Estará compuesto de un presidente y catorce vocales designados por el Poder Ejecutivo, con acuerdo de la comisión bicameral de comunicaciones sociales.

El consejo podrá constituir comisiones asesoras, genéricas o especializadas, integradas por delegados de entidades representativas de la cultura, la educación, la actividad radiofónica y televisiva, la publicidad, la audiencia, etcétera.

En cada provincia se constituirán consejos provinciales cuyos miembros serán designados a propuesta en terna de entidades representativas de las actividades indicadas para las comisiones asesoras. Igual temperamento se aplicará si se conforman consejos regionales.

Se desarrolla además la idea de entes autónomos de derecho público con jurisdicción regional o nacional, para el manejo de los medios de comunicación. Su función se puede resumir en las siguientes: producción de programas, operación de los servicios de radio, televisión y especiales, promoción de intercambio y difusión, desarrollo tecnológico, profesionalización, complementación e investigación.

La Comisión Bicameral de Comunicaciones Sociales se integrará con diez diputados y diez senadores elegidos proporcionalmente a las principales tendencias o grupos políticos. La estructura es la habitual en las comisiones legislativas y en cuanto a funciones tiene dos cuestiones específicas: dictaminará en caso de caducidad de licencia y considerará las sanciones aplicadas por el Consejo. Opinará en lo relativo a la concesión de licencias.

PROYECTO DE GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS

Proponen la creación de la Radio y Televisión Argentina, empresa pública federal con conducción compartida con los estados provinciales explotando todas las emisoras del Estado y siendo supervisada por una Comisión Parlamentaria Bicameral.

Se crea el Instituto Federal de Enseñanza Radiofónica y Televisiva constituido por un director designado por el Consejo Federal de Radiodifusión a propuesta del Ministerio de Educación y Justicia y los vocales designados por el mismo organismo a propuesta de los Ministerios de Educación Provinciales.

Se procura un modelo comunicacional federal y multidireccional para lo cual se contempla la constitución de cadenas temporarias o permanentes.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION

Se propone un **Sistema Estatal Nacional**.

El mismo estará constituido por un funcionario con rango de Subsecretario de Estado.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - Secretaría de Información Pública

La propuesta consiste en un Sistema Estatal de Radiodifusión que estará constituido por:

- Un Ente Nacional de Radio y Televisión Argentina dependiente de la Secretaría de Cultura.
- Comisión Asesora.
- Comisión Parlamentaria para la Comunicación Social.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL

Se recomienda la creación de un Ente Estatal no Gubernamental con fines culturales y educativos y con la intención de lograr mayor riqueza de fuentes y contenidos de información.

Puede resultar de alto interés la institucionalización del Ombudsman: de la comunicación o Defensor del Público, quien recibe de cada ciudadano sus reclamos y sugerencias y las presenta a la autoridad de aplicación o ante quien corresponda para su estudio y posible satisfacción.

La dinámica de la comunicación audiovisual hace necesaria la creación de un espacio institucional abierto a todos los planteos y opiniones. Se piensa en una Asamblea Consultiva ad-honorem en donde estuvieran representadas todas las instituciones y entidades que hacen a la radiofonía y a sus contenidos.

A lo expuesto se añadiría una Comisión Bicameral de Comunicación Social.

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

La implementación y desarrollo del sistema debería depositarse en un Comité de Fomento de la Radio y Televisión, cuyo papel más importante será el de facilitar la expansión.

La regulación de contenidos por parte de la comunidad debe encauzarse a través de un Consejo Consultivo de Programación para los entes estatales, con amplia representación de los organismos culturales, universida-

des y las instituciones más representativas del quehacer cultural de la Nación.

Se propone además la creación de un ente autónomo con control parlamentario de un sistema de televisión y radiodifusión vía satelital, con repetidoras en todo el país.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

La actuación del Consejo Nacional de Radiodifusión se complementa con la creación de los Consejos Regionales, Provinciales y Municipales que articulados con el mencionado, controlarán y fiscalizarán los mensajes atendiendo a las características geopolíticas, poblacionales, sociológicas y antropológicas de cada zona.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

A partir de ATC se crearía un ente radiotelevisivo, simultáneo en todo el país del cual dependerá un canal cadena exclusivamente educativo. Este sistema tendrá estudios regionales interconectados con estudios de base.

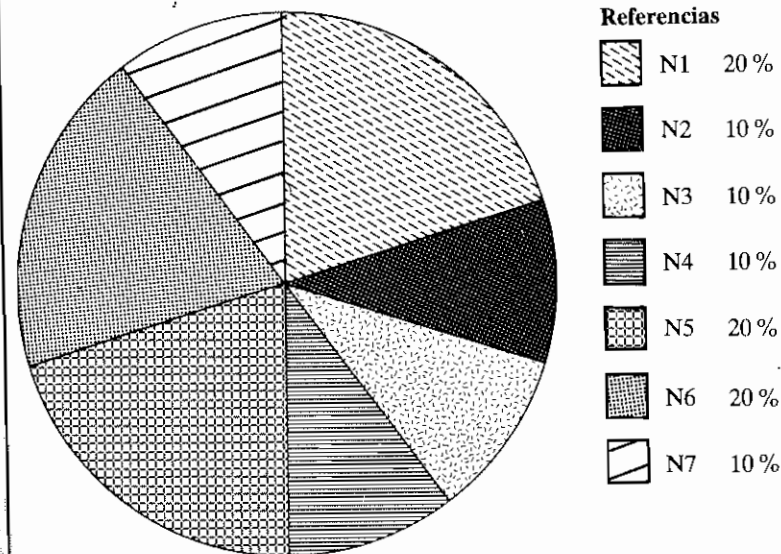
SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL - Provincia de Río Negro

La estructura del órgano de aplicación implica la existencia de un ente no gubernamental que produzca y distribuya un servicio de radio y televisión en todo el territorio nacional.

También deberá abarcar la producción cinematográfica y discográfica, estimulando la preservación y la expansión del patrimonio cultural nacional. Su estructura debe ser descentralizada (distribuida por regiones).

En las emisoras provinciales, municipales, universitarias, etc. se nombrarían consejos asesores de radiodifusión con diversos sectores de la audiencia y de los representantes electos, que actuarán con carácter consultivo.

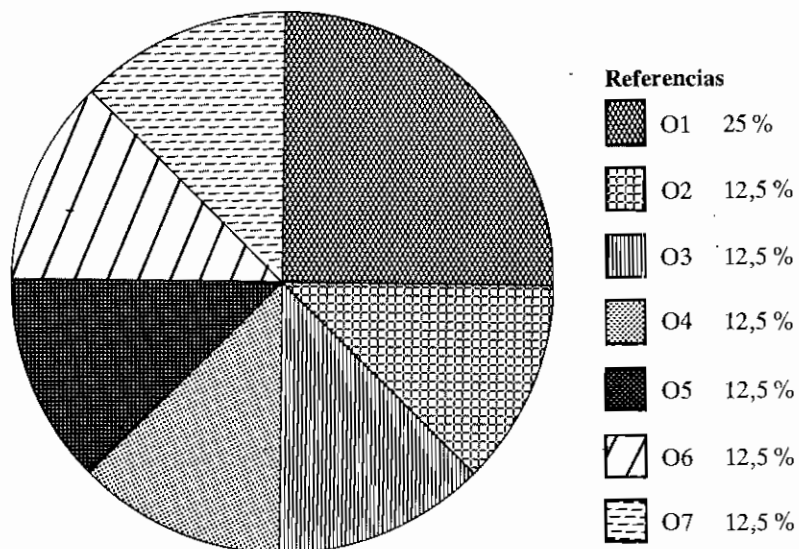
Medios Públicos



Referencias del Gráfico:

- N1: Empresa Pública Federal.
- N2: Ente Público no Gubernamental para Estaciones Comerciales a cargo del PEN.
- N3: Sistema Estatal Nacional - Entes Autónomos de Derecho Público.
- N4: Consejo Nacional de Comunicaciones.
- N5: Ente Nacional de Radio y Televisión.
- N6: Ente Estatal no Gubernamental.
- N7: Comité de Fomento de Radio y Televisión.

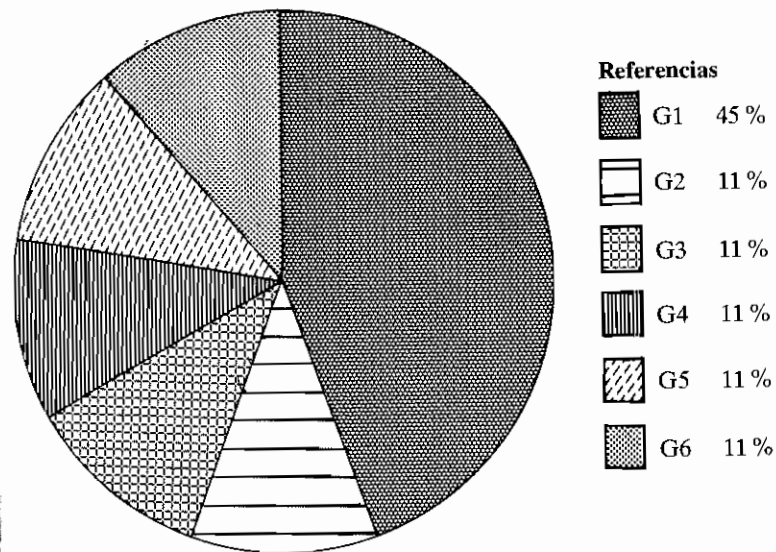
Organos de Asesoramiento



Referencias del Gráfico:

- O1: Comisiones Asesoras Genéricas o Especializadas.
- O2: Consejos Provinciales.
- O3: Consejos Regionales.
- O4: Asamblea Consultiva Ad-Honorem.
- O5: Comisión Asesora de Programación.
- O6: Consejos Asesores en Emisoras Provinciales, Municipales, etcétera.
- O7: Consejo Consultivo de Programación.

Organos de Control



Referencias del Gráfico:

- G1: Comisión Bicameral.
- G2: Comisión Parlamentaria.
- G3: Ombudsman o Defensor Público.
- G4: Consejos Regionales.
- G5: Consejos Provinciales.
- G6: Conscjos Municipales.

2. 6 - Licencias

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicia-
lista Bloque Renovador.

Pueden ser licenciatarios personas físicas o jurídicas legalmente reconocidas.

Las licencias se otorgarán por un plazo de 15 años pudiendo ser renovadas por un período igual.

No se podrán transferir ni total ni parcialmente las licencias.

Se dará prioridad al postulante con el más adecuado proyecto de inversión, el mayor grado de modernidad tecnológica, el mayor compromiso de producción nacional y de exportación de programación y con adecuados antecedentes. Una misma persona (física o jurídica) podrá acceder hasta una licencia de radiodifusión sonora, una radiodifusión televisiva, una radiodistribución y una teledistribución, siempre que no constituyan éstos los únicos medios radiales y televisivos.

Se autorizarán las asociaciones de una o más emisoras pertenecientes o no a la misma persona física o jurídica para constituir una red.

El Poder Judicial es el ámbito para dilucidar las presuntas violaciones. Los licenciatarios serán pasibles de sanciones en caso de violación. Detalla las sanciones.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical.

Introduce el requisito para los actuantes de poseer estudios secundarios completos.

Se eliminan las exigencias, para una pequeña localidad, de edificios, instalaciones y equipamiento que hacen imposible la concurrencia de la actividad privada.

Plazo mínimo 5 años y máximo 10, desde el momento de iniciación de las emisiones regulares. La prórroga es de 5 años pero puede aplicarse en forma consecutiva.

Las licencias se admiten sin limitaciones, salvo cuando esto puede ocasionar monopolio, concentración o posición dominante que restrinja la libertad de expresión.

Propone exclusión norma del art. 45 de la Ley vigente.

Establece una nómina de sanciones que pueden ser recurridas ante el Poder Ejecutivo Nacional o la jurisdicción judicial competente. No podrán ejercer este recurso los órganos y organismos del P.E.N.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO -
Unión Cívica Radical.

Las licencias serán otorgadas por el Poder Ejecutivo Nacional previo concurso público con la valoración y recomendación fundada del Consejo Nacional y la intervención de la Comisión.

El plazo de las licencias se fijará de acuerdo con la clasificación de la emisora y la conveniencia pública, pero en ningún caso excederá de diez (10) años contados a partir de la iniciación de la transmisión. Se concederán a quienes ofrezcan las mejores condiciones culturales, técnicas y financieras. En igualdad de condiciones tendrán prioridad las personas con mayor radicación efectiva en el lugar de la prestación de los servicios.

Las licencias son individuales e indelegables las obligaciones de explotación.

No podrán adjudicarse más de una licencia por adjudicatario a excepción de servicios especiales considerados complementarios de una licencia de radiodifusión sonora o televisión.

Las empresas periodísticas podrán operar una emisora de radiodifusión sonora o una de televisión ubicadas a no menos de 500 kilómetros y 200 kilómetros, respectivamente.

PROYECTO DEL SENADOR NACIONAL DR. JORGE D. SOLANA -
Provincia del Neuquén.

Las concesiones se otorgarán por concurso abierto y permanente. No podrán otorgarse a aquellas personas o sociedades en las cuales sus titulares estén vinculados a otras concesiones o a empresas periodísticas, si los servicios no están distanciados entre sí por lo menos 160 km y a condición que exista pluralidad de medios de radiodifusión y prensa. Se otorgarán por un plazo inicial de 5 años y se renovarán automáticamente cada 4 años.

Los conflictos surgidos de aplicar las leyes de radiodifusión son de la competencia judicial que corresponda según los artículos 67, incisos 11 y 100 de la Constitución Nacional, sin que se altere la dependencia jurisdiccional de la emisora. Los licenciatarios, en tanto sea posible, se organizarán para que las emisoras del país, transmitiendo en cadena, sean alternativamente cabeceras de programas regionales.

PROYECTO DE LOS GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALIS-
TAS.

Podrán postularse como licenciatarios personas físicas o jurídicas que cumplan los requisitos establecidos por la Ley.

Las licencias se otorgarán por el término de 5, 10 ó 15 años y serán prorrogables. Los servicios para ser captados por circuito cerrado serán adjudicados en forma directa.

Para evitar los monopolios se dará prioridad al postulante que no sea licenciataria de radiodifusión o editor de medios gráficos.

El Poder Judicial dilucidará las presuntas violaciones a esta Ley. En la misma se detallan las sanciones a aplicarse.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION

Se podrán otorgar hasta 5 licencias en una localización, pudiendo accederse hasta 1 estación de radiodifusión sonora, una de televisión y 1 de servicios especiales. Las dos (2) primeras no deben ocupar las únicas frecuencias disponibles.

Los licenciataria gozarán de libertad para la celebración de convenios.

Plazo: 15 años renovables por períodos de 10 años.

Las sanciones se aplicarán previo sumario y podrán ser recurridas judicialmente.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - SECRETARIA DE INFORMACION PUBLICA.

Una misma persona (física o jurídica) no podrá directa o indirectamente ser titular en todo o parte de:

a) Más de dos entre las tres licencias siguientes:

- Radiodifusión sonora (AM-FM)
- Televisión por ondas hertzianas
- Circuito cerrado de televisión por cable que alcancen total o parcialmente a la misma zona de cobertura.

b) Más de (3) de radio AM, (3) de televisión en VHF, (5) de FM y (5) de televisión UHF en todo el territorio nacional.

La autoridad de aplicación preservará al sistema del desarrollo de formas oligopólicas o monopólicas.

Las licencias pueden ser transferidas por notificación a la autoridad de aplicación.

Plazo: 15 años. Renovación de las licencias por 10 años.

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTES).

Plazos: tiempo indeterminado.

La pluralidad se asegura con menos opinantes independientes económicamente. Multiplicidad de licencias permite producción de programación propia.

Competencia: entidades intermedias, asociaciones e individuos. La simulación se limitará por la desregulación.

Sanciones: denuncia de la autoridad de aplicación a la justicia, para asegurar las garantías del infractor.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL.

Toda persona física o jurídica.

Cuantificar tope de capacidad de comunicar que un individuo o sociedad puede acumular directa o indirectamente.

Se propician las cadenas, sin derivar en monopolios. Se consideran un factor dinamizador.

ASOCIACION ARGENTINA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Licencias con posibilidades de pluralidad y sin exclusiones.

COMISION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.

Derecho esencial del licenciataria: Prestación del servicio adjudicado.

Obligaciones: Mantenimiento de la prestación del servicio, cumplimiento de la ley y respeto del orden y la moral públicos. No se admitirán monopolización de los medios.

Se deberá tener en cuenta para la asignación:

- Exigencias técnicas o jurídicas
- Integridad moral y ética.

Las cadenas en la propiedad pueden autorizarse siempre que se adecuen a la legislación vigente.

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.

La legislación sobre monopolios debería ser ampliada y acotada siguiendo la tradición que prevalece en la legislación norteamericana.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA.

Otorgamiento en concurso abierto y público, de no más de una licencia por adjudicatario. Los postulantes deberán ser probados profesionalmente, universitarios de la comunicación social o con experiencias apreciables en ese ámbito.

Para lograr la transparencia en la propiedad de los medios se deberán arbitrar medios de control jurídicos para la comprobación del origen de los capitales a emplearse en la actividad.

Por otra parte no ven objeciones en cuanto a las cadenas en la propiedad de los medios.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Podrá serlo cualquier persona o entidad de probada vocación democrática. No podrán ser titulares quienes hayan integrado gobiernos autoritarios o pertenezcan a partidos de la extrema ideología (grupos guerrilleros de derecha o izquierda, sectas religiosas o instituciones como los cursillos del OPUS DEI).

La legislación debe ser controlada por la Fiscalía de Estado, penalizando la transgresión monopólica con la confiscación del medio. Se promoverán programaciones cooperativas o regionales.

SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL - Provincia de Río Negro

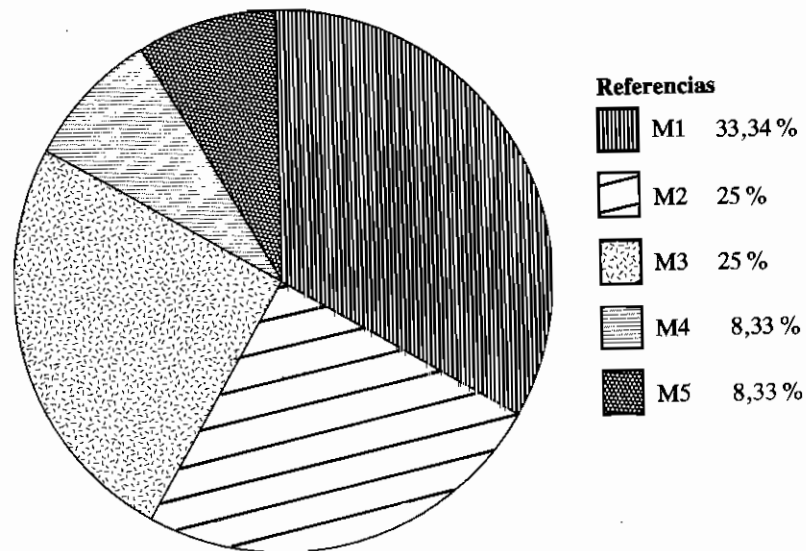
Las licencias deben ser precarias y no pueden acumularse en un radio menor a 300 km. Pueden ser licenciatarios todos aquellos que puedan responsabilizarse por los contenidos y obligaciones administrativas, legales, técnicas y comerciales emergentes de la actividad.

Tendrán acceso las empresas, cooperativas, universidades, municipios, fundaciones, sindicatos, etcétera.

Las cadenas privadas podrán funcionar en horarios limitados en todo el territorio.

Licencias

Plazos



Referencias del Gráfico:

M1: 15 Años.

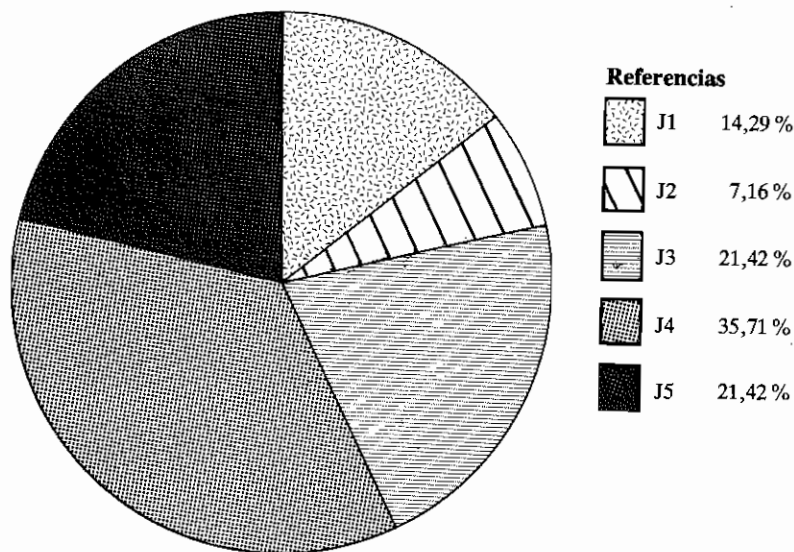
M2: 10 Años.

M3: 5 Años.

M4: Tiempo Indeterminado.

M5: Licencias Precarias.

Licencias



Referencias del Gráfico:

- J1: Una Licencia por Adjudicatario.
- J2: Sin Limitaciones.
- J3: Prioridades para evitar Monopolios.
- J4: Multiplicidad.
- J5: Autorización de Cadenas.

2. 7 - Régimen de adjudicación

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicialista Bloque Renovador.

Concursos públicos abiertos en forma permanente e individuales por cada servicio. (Consejo Federal de Radio y Televisión).

La asignación de los servicios de teledistribución será efectuada en forma directa por la autoridad de aplicación.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical.

Se asignarán por concursos públicos, no sólo convocado de oficio por la autoridad de aplicación sino por petición del interesado.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO - Unión Cívica Radical.

Las licencias serán otorgadas por el Poder Ejecutivo Nacional previo concurso público con la valoración y recomendación fundada del Consejo Nacional y la intervención de la Comisión.

PROYECTO DEL SENADOR NACIONAL DR. JORGE D. SOLANA - Provincia del Neuquén.

Las concesiones se otorgarán por concurso abierto y permanente.

PROYECTO DE LOS GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS.

Se efectuará por concursos abiertos, permanentes e individuales por cada emisora. Se ajustarán en localizaciones, frecuencias, potencias y normas técnicas al Plan Federal de Radiodifusión. (Interviene el Consejo Federal de Radiodifusión).

La adjudicación de emisoras de radio, televisión o de otro género y otros servicios de radiodifusión como antena comunitaria, transmisión de datos, etc. cuya programación está destinada a ser captada por un circuito cerrado de público, así como de las repetidoras de esas emisoras de radio, televisión o de otro género, será efectuada en forma directa por la autoridad de aplicación.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION.

El Poder Ejecutivo Nacional adjudicará a personas físicas o jurídicas por concurso público.

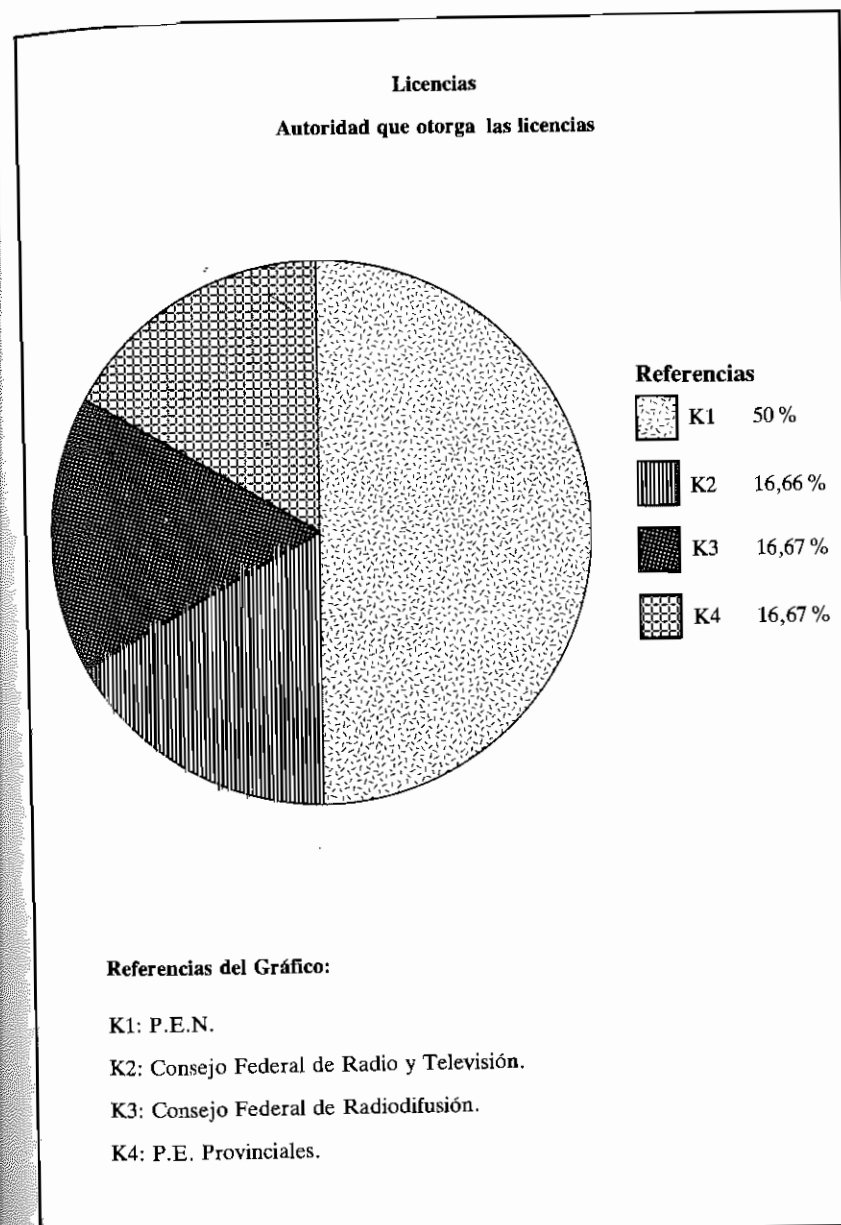
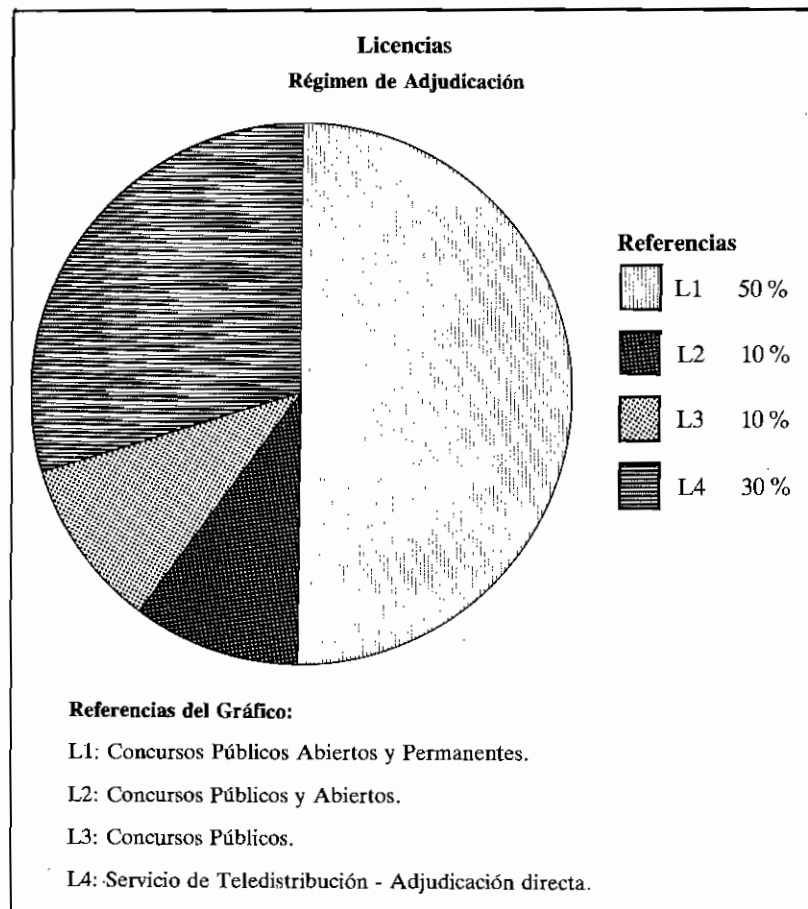
Los servicios de teledistribución serán adjudicados directamente por la autoridad de aplicación.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - SECRETARIA DE INFORMACION PUBLICA.

Las licencias serán adjudicadas por el Poder Ejecutivo Nacional o Poderes Ejecutivos Provinciales conforme a lo previsto en el Plan Técnico Nacional, por concurso abierto y permanente.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA.

El otorgamiento de las licencias será por concurso público y abierto.



2. 8 - Repetidoras

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicia-
lista Bloque Renovador.

En la adjudicación de licencias para la explotación de estaciones repetidoras se deberá tener en cuenta que no sirvan zonas que pertenezcan al área primaria de servicio de una estación emisora. La licencia cesa cuando se habilita una estación emisora.

Se le exigirá brindar un servicio informativo local y podrá comercializar un porcentaje de espacio publicitario, correspondiente a sus emisiones propias.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica
Radical.

Se regula la autorización para la instalación y funcionamiento de repetidoras y sus sistemas de enlace que sólo concederán a las estaciones de origen y mientras en el área no exista servicio local del mismo tipo. Se impide que una emisora a través de repetidoras pueda afectar el servicio de otra.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO -
Unión Cívica Radical

Se refiere a la existencia de las repetidoras en dos supuestos: escaso potencial económico en determinadas zonas y dificultades técnicas para recibir correctamente emisiones directas de otras estaciones.

Todas las emisoras están obligadas a transmitir en cadena los mensajes de interés nacional que determine el Poder Ejecutivo Nacional y a ceder espacios sin cargo para la difusión de informaciones y/o programas educativos, culturales y científicos que determine el Consejo Nacional o los consejos regionales o provinciales según corresponda.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION.

La autoridad de aplicación podrá autorizar la instalación de repetidoras externas e internas en los lugares de áreas de sombra.

Personas físicas, jurídicas, provincias y municipalidades podrán instalar repetidoras externas al área primaria del servicio que tengan las estaciones de origen.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - SECRETARIA DE INFORMACION PUBLICA.

Toda persona física o jurídica puede solicitar autorización, pudiendo transmitir un 10 % del tiempo de su programación diaria.

No se obtendrá autorización cuando el 50 % de la zona esté cubierta por emisora de origen.

2. 9 - Contenidos

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicia-
lista Bloque Renovador.

Se promoverá la producción de programas de radio y televisión en todo el territorio nacional estableciendo facilidades crediticias, impositivas, etc. Se fijarán aranceles para la importación de programas de radio y televisión con excepción de material periodístico. Se establecerán porcentajes mínimos de música y programas de producción nacional.

Se exigirá la integración sin cargo de la Cadena Nacional de Radio y Televisión cuando el Gobierno así lo solicite. En pro de la pluralidad ideológica y federal queda prohibida la censura informativa.

Se deberá respetar el horario de protección al menor con emisiones aptas para todo público.

La programación se emitirá en idioma nacional pero se aceptarán expresiones populares y aborígenes de la cultura argentina y latinoamericana.

La programación y los avisos se deberán ajustar a normas éticas.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica
Radical.

Se excluye la censura previa y las discriminaciones de todo tipo.

Se prohíbe emitir programas calificados por autoridad competente como no aptos para menores de 18 años.

Se mantiene el concepto de horario de protección al menor con emisiones aptas para todo el público.

Sin eliminar la información de ciertas competencias de arraigo popular se trata de impedir que la radiodifusión sea utilizada como medio para estimular o incitar la práctica de juegos de azar.

Se propugna concertación entre el Estado y los particulares para satisfacer necesidades de la población en todos los aspectos de la cultura en general.

Se encuentra normado el uso del idioma nacional. Se fomentará la real producción de expresiones que merezcan adecuada difusión.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO - Unión Cívica Radical.

Menciona el derecho a la intimidad. Las emisiones no podrán perturbar el mencionado derecho de las personas ni comprometer el honor y la dignidad. Se prohíben los procedimientos de difusión que atentan contra la salud pública o psíquica de los destinatarios de los mensajes o contra su integridad moral. Se prohíben las emisiones de cualquier índole mediante técnicas de percepción subliminal.

PROYECTO DEL SEÑADOR NACIONAL DR. JORGE D. SOLANA - Provincia del Neuquén.

Los programas se transmitirán en idioma castellano y con los modismos propios de cada región. Los que se difundan en otras lenguas lo harán por el tiempo horario que fijen las leyes respectivas y con traducción simultánea, excepto en caso de:

- Letras de composiciones musicales.
- Radio Argentina al Exterior.
- La enseñanza de idiomas.
- Las emisiones que se expresen en lenguas autóctonas.

Para transmitir mensajes informáticos por radiodifusión, se exigirá compatibilidad técnica y cumplimiento de las leyes en la materia especialmente sobre privacidad y flujo de datos transfronterá.

Los servicios prestarán la colaboración que requiera el Poder Ejecutivo Nacional o los gobiernos de provincia en su jurisdicción en situaciones de defensa, emergencia o desastre, sea nacional o regional.

PROYECTO DE LOS GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS.

Uso obligatorio del idioma nacional, aceptando expresiones aborígenes regionales de la cultura argentina y latinoamericana, así como una expresión limitada de giros idiomáticos extranjeros.

Por un régimen de promoción se premiará la producción nacional.

La autoridad de aplicación reglamentará la modalidad incluyendo porcentajes de música y producciones nacionales que la prestación del servicio establece de difusión obligatoria.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION

Las comisiones de radiodifusión asegurarán la protección del menor en horarios determinados. Se eximirán de promover juegos de azar y apuestas sin autorización oficial y productos cuyo consumo haya sido declarado nocivo.

El derecho a la libertad de expresión está exenta de censura previa.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - SECRETARIA DE INFORMACION PUBLICA.

Las emisiones se difundirán en castellano.

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTES).

No se deben regular contenidos.

No se establecerán penas en razón de su inconveniencia.

El derecho de réplica es un artificio para suprimir la libertad de prensa. El pueblo es el único censor.

Televisión y radio deben tener actividad docente pero sin menoscabar el favor popular.

Se procurarán contenidos que destaquen la actividad social, cultural y económica.

Asegurar el contenido apto para todo público en el horario de protección al menor.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL

Se concederá derecho a réplica toda vez que se haya emitido una información equivocada.

Tiempo máximo de programación a disposición de las autoridades educativas para la difusión de programas educativos parasistemáticos. No puede obligarse a la difusión de programas culturales. Esto se vincula con el régimen de recompensas.

Se promoverá la coproducción a nivel nacional o la cooperación internacional con otros países.

Apertura del espectro: federalización automática de contenidos.

ASOCIACION PROFESIONALES DE MEDIOS.

La legislación en sí no puede elevar el nivel de las programaciones.

ASOCIACION ARGENTINA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Horario de protección al menor en su límite actual pero velándose por su cumplimiento.

No corresponde a la autoridad de aplicación la regulación de los contenidos; deben surgir libremente de la observancia de las normas existentes dentro del marco legal vigente (códigos y leyes).

COMISION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.

-Protección de particulares a través del derecho de réplica.

-La radio y la televisión deben asegurar la libertad de expresión y de información. El libre acceso a los mismos debe estar limitado por razones de orden y derecho natrnal y positivo.

-La autoridad pública por medio de leyes y la ejecución de las mismas debe garantizar que no se afecte al BIEN COMUN.

-Los servicios son auxiliares de la tarea educativa.

-Se propicia la creación de la Comisión Especial de Calificación para Televisión (art. 17 y 23 de la Ley 22.285) con mejoras (limitaciones legales).

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

El derecho a réplica por la vía de la justicia es un proceso lento y carece de eficacia.

La regulación de los contenidos debe encauzarse a través de un Consejo Consultivo de Programación, para los entes estatales, con amplia representación de organismos culturales, universidades e instituciones más representativas del quehacer cultural de la Nación.

La verdadera regulación debe radicar en la institucionalización de los cógidos de ética de las asociaciones de radiodifusión y de los entes oficiales. Con respecto al desarrollo de la cultura se propone:

- Plan a largo plazo: Estado y organizaciones culturales.

- Medios privados: las decisiones en manos de la Opinión Pública.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA.

En la futura ley debería incorporarse el principio del pluralismo, el derecho a réplica y a la comunicación e información del individuo y a la intimidad.

Se deberán crear instrumentos que permitan la más amplia participación de la ciudadanía en los contenidos de los medios masivos de la comunicación.

La comunidad se expresaría por medio de los Consejos en los cuales se debe estimular la participación de asociaciones específicas de televidentes y radioescuchas.

Se deberá establecer la obligatoriedad a los medios privados de un cupo mensual para informaciones de carácter comunitario, cultural, social, político, programas educativos, etcétera.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Los medios privados deberán ceder un número mensual de horas a fin de emitir programas educativos. En zonas marginales generarán programas de educación sistemática y asistemática tendientes al enriquecimiento cultural de los habitantes de la zona.

SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL - Provincia de Río Negro.

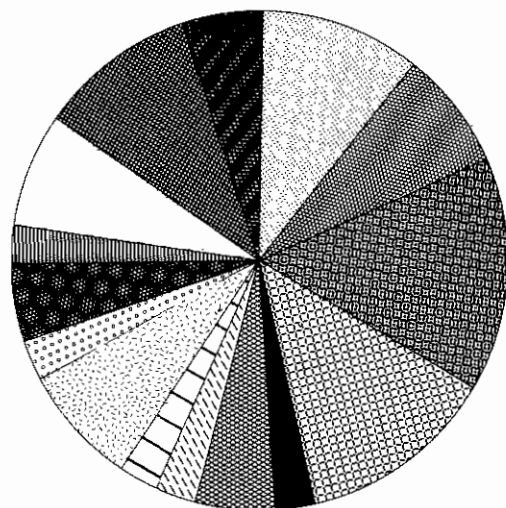
En aquellos lugares en donde no existen medios estatales, la comunidad podrá reclamar espacios públicos por intermedio de la autoridad comunal, limitando a 6 horas semanales en horarios diversos.

La producción nacional debe ser protegida y estimulada (medidas fiscales, porcentajes rigurosos, etcétera).

La Nación deberá garantizar la distribución y puesta en el aire de los programas independientes o propios originados en el sistema descentralizado de producción y distribución.

Se preverán estímulos impositivos y crediticios para producción local con orientación cultural o educativa.

Contenidos



Referencias

	P1	10,26 %
	P2	7,69 %
	P3	15,38 %
	P4	12,84 %
	P5	2,56 %
	P6	5,13 %
	P7	2,56 %
	P8	2,56 %
	P9	7,69 %
	P10	2,56 %
	P11	5,13 %
	P12	2,56 %
	P13	7,69 %
	P14	10,26 %
	P15	5,13 %

Referencias del Gráfico:

Producción Nacional.	P8: Programación y Avisos Ajustados a Normas Éticas.
P2: Prohibición de Censura Previa.	P9: Medios Privados - Cupo Mensual.
P3: Horario de Protección al Menor.	P10: No se podrán emitir Programas Calificados como Prohibidos para menores de 18 años.
P4: Idioma Nacional.	P11: Se evitará Promoción Juegos de Azar.
P5: Otras lenguas - Tiempo Horario que Fijen las Leyes.	P12: Oposición al Derecho a Réplica.
P6: Expresiones Populares y Aborígenes-Regionales.	P13: Se concede Derecho a Réplica.
P7: Expresión Limitada de Giros Idiomáticos.	P14: Actividad Docente.
	P15: Difusión de Programas Culturales.

2. 10 - Publicidad

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicialista Bloque Renovador.

Los licenciarios están facultados para emitir publicidad en sus horarios de transmisión siempre que lo hagan en el mismo volumen de audio que el resto de la programación.

Se prohíbe la publicidad subliminal. Se respetarán las normas de lealtad comercial. Están obligados a emitir sin cargo avisos comunitarios por catástrofes, terremotos, etcétera.

El Servicio Estatal tendrá entre otros recursos la publicidad institucional. La publicidad comercial sólo en aquellos lugares en donde el Servicio Estatal sea el único disponible localmente.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical.

Considera incompatible la emisión de publicidad con los objetivos del Servicio Oficial de Radiodifusión. Los servicios provinciales no emitirán publicidad.

Se fija un máximo de doce (12), diez (10) y tres (3) minutos en cada hora de programación según se trate de servicios sonoros, televisivos o especiales, respectivamente.

No se admitirán contrataciones que den origen al monopolio o concentración.

Las tarifas y los abonos serán públicos y comunicados a la autoridad de aplicación.

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO - Unión Cívica Radical.

Las emisoras del SOR podrán difundir programas auspiciados por empresas públicas o privadas, en cuyo caso la mención del auspiciante sólo se difundirá al comienzo y final del programa.

Las emisoras comerciales privadas de radiodifusión y televisión podrán emitir hasta un máximo de doce y diez minutos de publicidad, respectivamente, en cada hora de emisión.

Las tandas no podrán exceder de seis y cuatro minutos en cada hora de emisión.

En los servicios operados por entes autónomos se podrá emitir publicidad comercial hasta un máximo de ocho minutos en cada hora de emisión.

PROYECTO DE LOS GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS.

Se prevén los siguientes puntos:

-Se autoriza la emisión paga pudiendo la misma ocupar un espacio de tiempo limitado por cada hora de programa.

-Los avisos publicitarios, en un porcentaje a determinar, de producción nacional.

-Las regulaciones estarán a cargo de la autoridad de aplicación.

-Emisión sin cargo de avisos comunitarios.

-Integración de la Cadena Nacional o Provincial de Radio por las razones indicadas en la Ley.

-Los servicios explotados por el Estado se financiarán, entre otras cosas, con la emisión de publicidad institucional paga; si éstos son los únicos operando en el lugar se financiarán con publicidad comercial.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES - SECRETARIA DE INFORMACION PUBLICA.

Los licenciatarios podrán efectuar emisiones publicitarias. No así las integrantes del Servicio Oficial de Radiodifusión. Se admitirá la mención del auspiciante al comienzo y al final de cada programa.

La autoridad de aplicación reglamentará lo relativo a los límites del horario de protección al menor. Queda prohibida la emisión de avances que impliquen una violación del límite.

Las emisoras del Sistema Estatal, los estados provinciales, municipales o las cooperativas de servicios públicos, no podrán emitir publicidad política.

El Poder Ejecutivo Nacional reglamentará en período electoral.

ASOCIACION DE PROFESIONALES DE MEDIOS.

Limitación de tiempo publicitario traería aparejado un condicionamiento a nivel tarifario.

La publicidad asegura libertad de elección del consumidor y es herramienta del desarrollo en las economías de libre empresa.

La inversión publicitaria se corresponde con el desarrollo económico.

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTES)

El Estado u otras personas de derecho público o con asignación estatal deben operar servicios sin competir comercialmente.

El Estado no debe interferir en el régimen de tarifas publicitarias ni precio de los abonos.

La publicidad es una mercadería de comercialización entre entidades privadas y la interferencia del poder público no tiene sustento constitucional.

La limitación de la publicidad es incompatible con las garantías y derechos constitucionales.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL.

La difusión de publicidad por parte de canales estatales es una necesidad económica.

Se debe determinar el tiempo máximo de emisión que tiene como motivación limitación de orden educativo y psicológico.

ASOCIACION ARGENTINA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD.

Auspicia límite rígido para la emisión de la publicidad (10 minutos por hora de transmisión en no más de cuatro (4) tandas).

La norma debe impedir la concentración en la demanda de espacios.

Propugna la comercialización directa con los titulares de los derechos intelectuales sobre el mismo (anunciantes o agencias) para evitar concentración en revendedores de los espacios publicitarios.

Se debe asegurar la dispersión de la demanda de espacios.

Los circuitos cerrados deben tener libertad de emitir publicidad comercial.

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.

La difusión de la publicidad comercial deberá estar limitada.

Los servicios del Estado no deberían mantenerse con publicidad comercial.

Los programas podrían estar auspiciados por empresas, bancos, o entidades de bien público.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA.

La publicidad oficial y comercial deberá estar regulada en cuanto al tiempo.

La producción publicitaria deberá expresar los valores del bien evitando anuncios que inciten a vicios o desviaciones.

Se establecerán recargos a la publicidad proveniente del exterior, en defensa de la publicidad nacional.

Igual criterio se aplicaría con la publicidad regional o provincial, con relación a la nacional.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Los entes oficiales podrán emitir publicidad comercial a fin de solventar sus costos pero deberán recibir un aporte claro de fondos provenientes de algún impuesto.

Los licenciatarios deberán ser estrictamente controlados en lo referente a la difusión de publicidad comercial.

Realizar una programación que asegure la federalización e integración nacional. Programas con participación y creación por parte de obreros, sociedades barriales, jubilados, etcétera.

SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL - Provincia de Río Negro.

La publicidad en la televisión estatal será igual a la privada quedando a criterio de los consejos aceptar o rechazar contenidos.

En la radio estatal se limitarán espacios - 10 minutos por hora.

Las radios municipales tendrán la misma extensión que las privadas.

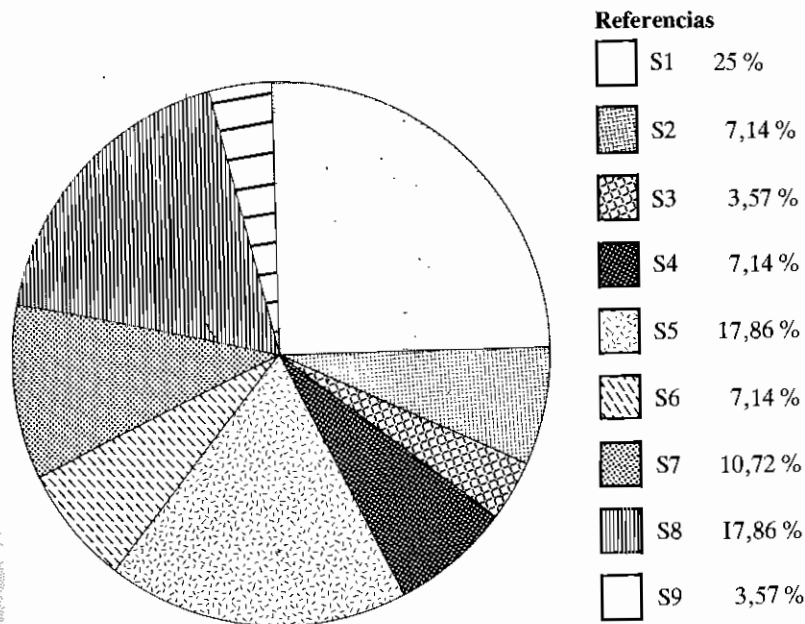
En las radios públicas la publicidad no deberá condicionar los contenidos ni los horarios de transmisión.

Las radios de baja potencia tendrán las mismas condiciones que las públicas.

Para el control de los licenciatarios privados deberá existir un código de autorregulación.

El Estado regulará el tiempo máximo, no más de 12 minutos por hora y podrá intervenir en lo que afecte al consumidor o audiencia.

Publicidad



Referencias del Gráfico:

S1: Medios Privados - Autorización Emisión de Publicidad

S2: Obligación de Avisos Comunitarios sin cargo.

S3: Servicio Estatal - Mención del Auspiciante.

S4: Servicio Estatal con Emisión Publicitaria.

S5: Servicio Estatal - No Emitirá Publicidad Comercial.

S6: Servicio Estatal - Programación Comercial (si es el único disponible).

S7: Tiempo 10 a 13 minutos por hora.

S8: Tiempo determinado.

S9: Circuitos Cerrados - Publicidad Comercial.

2. 11 - Gravámenes

PROYECTO DE LA DIPUTADA DOLORES DIAZ DE AGÜERO - Unión Cívica Radical.

Los titulares de las emisoras del servicio público de radiodifusión sonora, televisión y servicios especiales abonarán un gravamen que fijará el Poder Ejecutivo Nacional a propuesta del Consejo Nacional, atendiendo a las características de los medios y a su implantación regional.

Los recursos provenientes del gravamen serán recaudados por el Consejo Nacional y se aplicarán a los siguientes fines:

- Sostenimiento y desarrollo de los servicios del SOR.
- Financiamiento de las actividades del Consejo.
- Organización de la capacitación y especialización técnica, artística y periodística.
- Promoción de la producción radiofónica y televisiva de contenido educativo.

El Poder Ejecutivo Nacional podrá establecer exenciones impositivas, reducciones de gravámenes, etc. para estimular el servicio en la zona de frontera y en las regiones donde el interés público, lo justifique.

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTES)

Las emisoras que explotan servicios no deben tributar gravámenes con origen en el ejercicio de la actividad.

El gravamen que debe abonarse para acceder a un medio de comunicación puede coartar la libertad de expresión.

Se pretende un pie de igualdad con otras empresas periodísticas y no periodísticas a las cuales no se aplican gravámenes del tipo que se cuestionan.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL.

Se debería imponer un bajo porcentaje (1 %) sobre facturación publicitaria, con altos rindes sobre el sistema.

Asignación de créditos especiales de inversión en equipamientos audiovisuales.

PROYECTO DEL SENADOR FERNANDO H. MAUHUM - Unión Cívica Radical.

Lo define como contraprestación imponible sobre los ingresos percibidos por la explotación comercial del servicio.

La percepción es derivada a la Dirección General Impositiva.

Se prevé un régimen de fomento que incluye beneficios impositivos.

PROYECTO DE LOS GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS.

El gravamen es coparticipable y no puede excluir, como destino, el sostenimiento de ciertas radios del Estado Nacional (universidades) y de las provincias.

Los prestadores de servicios de radiodifusión pagarán un gravamen en concepto de fiscalización y estadística que será proporcional a la facturación bruta. El destino será financiar el presupuesto del COFER, las autoridades de aplicación provinciales y el presupuesto del IFERT.

COMITE FEDERAL DE RADIODIFUSION.

Los servicios deberán estar exentos de todo gravamen o tasa nacional, provincial o municipal a excepción de:

- Impuesto a las Ganancias y Capitales.
- Contribución territorial.
- Tasas retributivas de servicios de alumbrado, barrido y limpieza, aguas corrientes y sanitarias y contribución de mejoras.

Los servicios se califican como actividad industrial.

Medidas promocionales: Exención del Impuesto a las Ganancias en zonas de fomento o frontera.

Exención del pago de aranceles o tributos sobre enseres y aparatos que importen para su utilización.

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.

La recaudación tendría más eficacia si demuestra a través de un organismo único y transparente que esos fondos realmente cumplen con la finalidad social para la cual están destinados.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA.

Los recargos sobre publicidad serían destinados a fomentar la educación a través de medios.

Los gravámenes aplicados a los titulares de las emisoras deben, primordialmente, tener en cuenta la localización de los medios y las características específicas que éstos presenten.

Los consejos deben efectuar sugerencias en tal sentido al Poder Ejecutivo Nacional.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Los licenciarios deberán pagar impuestos como cualquier empresa privada.

Se deberán establecer controles utilizando sistemas informáticos y medidas punitivas graduales a las transgresiones.

Se pueden dar dos alternativas:

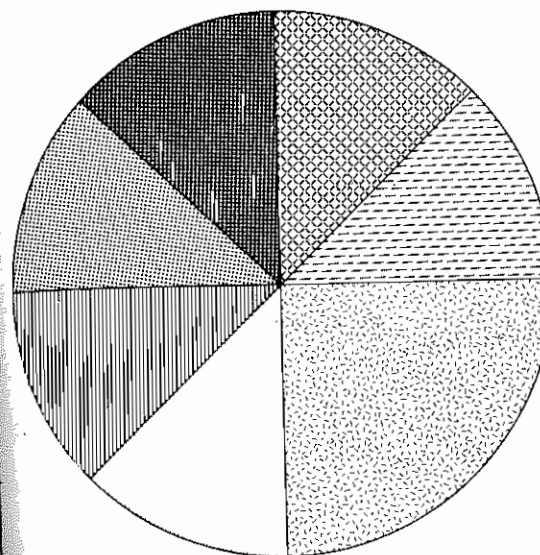
- Impuesto único percibido por el Ente Nacional de Radiotelevisión.
- Que paguen todos los impuestos nacionales, provinciales y municipales.

SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL - Provincia de Río Negro.

En las ciudades medianas y grandes la carga fiscal aumentará en proporción a la ausencia de producción propia en los diversos generos.

Gravámenes

Concepto



Referencias

- R1 12,5 %
- R2 12,5 %
- R3 25 %
- R4 12,5 %
- R5 12,5 %
- R6 12,5 %
- R7 12,5 %

Referencias del Gráfico:

- R1: Contraprestación sin Ingresos Brutos.
- R2: Fiscalización y Estadísticas Proporcionalas a la Facturación Bruta.
- R3: Exentos de todo gramaven o Tasa Nacional excepto O.S.N. e Impuesto Inmobiliario.
- R4: Exención Impuesto a las Ganancias en zona de Frontera o Fomento.
- R5: Exención de Aranceles sobre Aparatos Importados.
- R6: Bajo Porcentaje sobre Facturación Publicitaria.
- R7: Pagar todo tipo de Impuestos.

2. 12 - Satélites

PROYECTO DEL DIPUTADO CARLOS A. GROSSO - Partido Justicia-
lista Bloque Renovador.

El Plan Federal de Radio y Televisión contemplará la posibilidad que se utilicen medios de transporte terrestre satelital para interconectar estaciones emisoras o repetidoras.

PROYECTO DEL SENADOR NACIONAL DR. JORGE D. SOLANA -
Provincia del Neuquén.

Se prohíbe recibir señales satelitales directas al público en general, o parte de él, emitidas por satélite extranjero y que requieran instalaciones o aparatos receptores especiales que no tengan autorización de COFRA y pago el gravamen que fije la ley. Bajo pena de pérdida de licencia, o incautación de emisora si es clandestina, ningún emisor podrá, sin autorización de COFRA, retransmitir o difundir en el país programas originados o distribuidos por satélite extranjero en cuya propiedad, explotación o administración la República no sea parte.

Se propone la creación del Ente Satelital de Telecomunicaciones Radiodifusión Argentina (ESTRA) con capacidad de adquirir, proyectar, construir, instalar, arrendar, usar, explotar y/o administrar satélites de comunicaciones, radiodifusión o cualquier propósito y efectivizar acuerdos con países y entidades extranjeras a esos fines.

PROYECTO DE LOS GOBIERNOS PROVINCIALES JUSTICIALISTAS.

Opinan que la televisión por cable y los satélites han vinculado a la radiodifusión con la telemática, abriendo caminos a la radiodifusión interactiva entre el emisor y público receptor.

CEMCI (COMISION EMPRESARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION INDEPENDIENTES)

Las recepciones vía satélite deben ser libres y sin restricciones. La SIP pidió a los gobiernos latinoamericanos la derogación de leyes y reglamentos que atentan contra la transmisión satelital.

INSTITUTO ARGENTINO DE COMUNICACION SOCIAL

Se propicia la instalación de aparatos receptores y la libre recepción de todo tipo de emisión nacional o internacional.

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

No es posible limitar la recepción satelital, tanto por la manifiesta libertad que merecen los ciudadanos, como la imposibilidad técnica de regularlo a corto plazo.

Para contrarrestar la penetración de programas producidos en el extranjero se deben realizar mejores programas que interesen a la audiencia.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA.

Proponen la urgente instalación de un satélite doméstico argentino y la participación del país en INTELSAT.

Las emisiones de origen y carácter nacional y regional (nacionales latinoamericanas) pueden ser recepcionadas sin ninguna autorización previa de los organismos competentes en la aplicación de la ley. Las emisiones internacionales de naciones con fines estratégicos deben ser reguladas por los respectivos organismos.

La recepción de la emisión por parte de instituciones de radiodifusión facilitaría el contralor por parte del organismo de aplicación de la ley.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Se deberá impulsar el satélite doméstico.

Los entes privados podrán usarlo como alternativa de ENTel y no podrán elevar señales a los satélites extranjeros como ATC.

La recepción directa de satélites en cada domicilio ya es una realidad; requiere acuerdo de las grandes potencias. La forma de oponerse a esto es con una programación que responda a los intereses del espectador argentino.

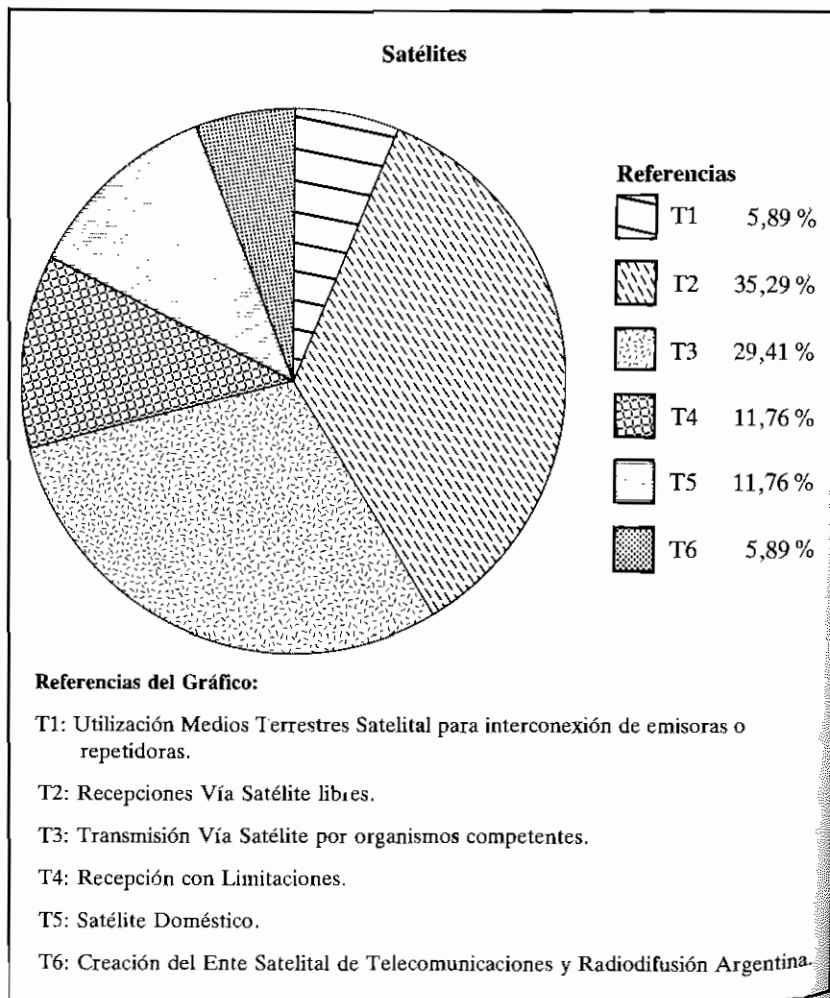
SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL - Provincia de Río Negro.

La tecnología de transmisión debe servir tanto al consumo como a la producción y su posterior distribución en otros mercados. A la legislación

se la debe flexibilizar para abarcar los casos no contemplados en defensa de la economía y la cultura nacional y regional.

Posibilidad de condicionar la retransmisión de la señal originada en Buenos Aires a la cantidad de programación producida localmente.

Se preverán estaciones regionales para elevar señal de Radio y Televisión a los satélites contratados.



VII

OTROS APORTES

Respuestas enviadas al Consejo con respecto al cuestionario sobre Ley de Radiodifusión

1 - Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas

ADEPA considera que el proyecto de ley debe garantizar, a través de su letra y de su espíritu, la vigencia de la libertad de expresión sin censura de ninguna índole. Del mismo modo, se debe asegurar la pluralidad informativa, a través de la apertura en su totalidad del espectro radioeléctrico del país a la iniciativa privada.

Asimismo es importante que la norma dé cumplimiento al principio de igualdad ante la ley asegurando a todos la posibilidad de acceder a los medios radioeléctricos en igualdad de condiciones, sin discriminación.

El nuevo proyecto de ley -señala ADEPA- se hace eco de algunas críticas que esta entidad y otras instituciones representativas realizaron a la ley 22.285. El proyecto no contiene la disposición del art. 45, pero sigue concentrando en el Estado amplios poderes y la posibilidad de ejercitar una política de radiodifusión a discreción del Estado. También el proyecto en cuestión incluye la creación de nuevos mecanismos que, con el pretexto de velar por el interés común, constituyen de hecho nuevas formas del poder de policía que pueden conducir, al peligroso ejercicio de la censura sobre los medios de difusión.

Deben suprimirse tutelajes innecesarios por parte del Estado, como el contemplado en el art. 39 inc. c). Esta disposición establece las funciones de una Comisión Parlamentaria, la cual deberá velar por la veracidad y la objetividad de las informaciones.

ADEPA entiende que la mejor forma de alcanzar la verdad, es a través de la pluralidad de medios, y tal pluralidad se garantiza con un concurso abierto y permanente, sugiriéndose a tal efecto que se elimine el párrafo que establece que la continuidad del concurso abierto queda sujeto a la autoridad de aplicación.

En lo que concierne a la intención de preservar al sistema de cual-
quiera: desarrollo de formas oligopólicas o monopólicas, ADEPA sugiere la
posibilidad de encuadrar el tema dentro de la ley de monopolios actualmente
en vigencia.

2 – Asociación Argentina de Agencias de Publicidad

La Asociación entiende que la ley deberá tener como objetivos
prioritarios: a) la desregulación del sistema vigente; b) puesta en marcha de
mecanismos ágiles que posibiliten la rápida privatización de los medios de
difusión actualmente administrados por el Estado Nacional; c) que los medios
que el Estado Nacional considere indispensables conservar, por motivos cul-
turales o educativos, no deberán difundir publicidad comercial; d) auspiciar
el crecimiento del sistema de radiodifusión; e) definir los postulados princi-
pales que aseguren los derechos y libertades básicas de la ciudadanía; f)
establecer el régimen de licencias, con posibilidad de pluralidad y sin exclu-
siones; g) establecer para la autoridad de aplicación su competencia en: la
elaboración del Plan Técnico; intervenir en los concursos públicos para las
adjudicaciones y garantizar el cumplimiento de la ley.

La ley no debe delegar en la autoridad de aplicación la regulación
del contenido del mensaje publicitario, sino que éste debe surgir libremente
de la observancia de las normas existentes dentro del marco legal vigente.

La publicidad debe limitarse a diez minutos por hora de transmisión,
incluyendo la promoción propia de los medios, con carácter no acumulativo.

La AAAP considera que deberá mantenerse el horario de protección
al menor en su límite actual.

En el proyecto de ley será conveniente incluir un artículo en éstos
términos: “Las estaciones de radiodifusión de todo el país que comercialicen
sus espacios destinados a publicidad, deberán hacerlo directamente en forma
exclusiva e individual, con los anunciantes interesados o la agencia de publi-
cidad que, habiendo creado el mensaje publicitario, sea la titular de los
derechos intelectuales sobre el mismo”.

Ninguno de los anteproyectos hacen referencia al tema de la comer-
cialización; esto conduce a la libre concentración de la compra de espacios
en, cada vez, menos mayoristas con mayor poder económico, lo que desvir-
tuará cualquier intento por establecer normas y requisitos para el otorga-
miento de las licencias y una fuerte disminución de los ingresos de emisoras
de radios y canales de televisión.

La citada asociación entiende que el legislador debe inclinarse por
una justificada reglamentación de la comercialización que claramente asegure
la aplicación de sus disposiciones, o en su defecto por la alternativa implícita
de libertad total, de los anteproyectos conocidos.

La alternativa, que se considera injusta sería aquella en la cual el
espíritu de la ley fuera en una dirección, pero su redacción y posteriores
reglamentaciones permitieran por vericuetos formales, una realidad opuesta.

3 – Asociación Intercooperativa Regional

Esta asociación considera necesario:

–“Elaborar una política de comunicación social que ase-
gure el cumplimiento de la función educativa, cultural y recreativa de los
medios de comunicación y el acceso a ellos de todos los sectores de la pobla-
ción”.

–“Establecer que debe estar a cargo del Estado la obra
pública principal o de infraestructura y a cargo de las comunidades la imple-
mentación y atención del servicio público”.

El cooperativismo debe prestar servicios de radiodifusión.

A los puntos 5 y 6: La forma jurídica cooperativa tiene pleno derecho
a acceder a la prestación de servicios de radiodifusión. Ello hace a las liber-
tades constitucionales y a la posibilidad de contrarrestar las acciones mono-
pólicas.

Al punto 13: Por último, entendemos que la forma jurídica coope-
rativa es una de las más adecuadas para “lograr la mayor participación de la
comunidad”.

4 – Asociación Argentina de Actores

La futura ley debe contener una explícita posición en defensa de la
soberanía nacional, de la identidad nacional y de la democratización de los
medios, impulsando la ampliación de las fuentes de trabajo para los argentinos
(actores, locutores, músicos, etc.) y garantizando el derecho del pueblo a la
información y a la comunicación, oponiéndose a todo autoritarismo, a las
tendencias monopólicas en el control de los medios y a la penetración en
ellos de las empresas transnacionales, resguardando a la vez una efectiva
federalización en lo que respecta a su explotación.

Con relación al órgano o autoridad de aplicación deberá ser autár-
quica, no gubernamental, integrada por los diferentes sectores que concurren
a la radiodifusión, especialmente los trabajadores de los medios y los usuarios,
incluyendo una representación parlamentaria y de las provincias o zonas en
que puede dividirse el país.

En cuanto al acceso a la propiedad de los medios y a la titularidad
de las licencias, es indispensable legislar para favorecer a las entidades inter-

medias y comunitarias –cooperativas, organizaciones populares, sindicatos, universidades, partidos políticos, etcétera–.

5 – Cámara Argentina de Industrias Electrónicas

La CADIE en contestación al cuestionario del Consejo sostiene que la futura legislación debe tener un carácter integrado, incluyendo normas que evidencien el interés del legislador por multiplicar la actividad tanto de los medios de comunicación, como de los sectores productivos y tecnológicos vinculados a los mismos. En los proyectos de ley el sector productivo y tecnológico es ignorado y desprotegido a través de una importación indiscriminada e innecesaria.

“Los titulares de los servicios contemplados en esta ley están exentos del pago de aranceles y tributos sobre los enseres y aparatos que importan para su integración en la difusión” (art: 46 del Anteproyecto del COMFER).

6 – Cámara Argentina de Anunciantes

Propugnar la autorregulación publicitaria. Apela a la responsabilidad y conducta de medios, agencias y anunciantes, para que la comunicación publicitaria se ajuste a normas éticas, a la veracidad, buena fe y respeto a la sociedad.

Respeto por el horario de protección al menor.

Crítica a los notorios excesos de horarios de publicidad que van en desmedro de la efectividad de los mensajes publicitarios.

Propugnar la privatización de los medios y lo más rápidamente posible.

Si el Estado deseara mantener algún canal deberá ser no comercial, y con un presupuesto conocido y aprobado por el Congreso.

La ciudadanía entera solventaría el beneficio de disponer de un canal cultural.

Se podrá apelar a auspicios de programas especiales por parte de anunciantes pero no compitiendo con tandas contra los canales comerciales privados.

7 – Consejo Profesional de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones - (Proyectos SECOM, SIP y COMFER)

Los anteproyectos analizados sólo contemplan parcialmente al aspecto técnico de los servicios, y en ningún caso se legisla sobre la participación de los profesionales en los medios.

Los prestadores de servicios de radiodifusión (estatales o privados) no siempre están obligados a contar con profesionales matriculados responsables de los mismos.

El Consejo Profesional considera necesario introducir un capítulo en el proyecto de ley que atienda los aspectos técnicos de las emisiones. Asimismo la ley deberá disponer que a) todo anteproyecto, proyecto, dirección de obra, instalaciones, puesta en servicio y operación de un medio de radiodifusión en el ámbito nacional debe ser en monto a su aspecto técnico, avalado con la participación de un Ingeniero o Técnico en electrónica; b) el Consejo Profesional sea partícipe en el análisis del Plan Técnico que eventualmente dicte la Secretaría de Comunicaciones; c) la calidad técnica y cumplimiento de las normas de los radiodifusores estén bajo la responsabilidad de un profesional matriculado Ingeniero o Técnico Electrónico y d) los profesionales de la matrícula sean los responsables de determinar la viabilidad de potencias y frecuencias para cada futura emisora dentro de los lineamientos del Plan Técnico aprobado. Asimismo la ley deberá otorgar el mayor estímulo a los profesionales de nuestro país a través del adecuado resguardo de la industria y los servicios técnicos nacionales.

8 – Consejo de Rectores de las Universidades Privadas

El Consejo de Rectores ha tomado conocimiento de los anteproyectos de Ley de Radiodifusión elaborados en el ámbito de la extinguida Secretaría de Información Pública y en el Comité Federal de Radiodifusión, respectivamente. En ambos casos, con diferencia de matices, se consagran dos principios que estimamos de gran validez para la cultura argentina, consistentes en que se reconoce a las Universidades Privadas como posibles licenciatarias del sistema y entidades aptas para asesorar al Gobierno en todo lo concerniente al contenido de la programación de las emisoras de radio y televisión.

Los anteproyectos comentados avanzan y ponen un lazo entre el mundo de la comunicación social y el nivel donde el hombre desenvuelve la ciencia, la técnica y las humanidades. Específicamente valoramos que se reconozcan las Universidades Privadas y a este Consejo de Rectores un rol protagónico en materia tan importante para el futuro nacional.

Por cierto que advertimos algunos matices diferenciales entre los proyectos indicados que estimamos observables dado que en el caso del COMFER, se introduce una limitación a la prestación del servicio por parte de las universidades privadas al llamado ámbito de las zonas de influencia académica. La tecnología moderna supera esta distinción formal y permite asegurar calidad en el servicio con una escala mucho más amplia que la “zona académica”.

9 – Federación Argentina de Trabajadores de Prensa

La sanción de una Ley de Radiodifusión deberá contemplar el desarrollo vertiginoso de la tecnología y la informativa.

Si bien los intereses en juego son muchos e importantes, habrá que recorrer el camino que nos permita lograr una clara y acertada política. Los mismos deberán someterse al criterio de que es preciso contar con una radiofonía y una televisión que eduque, que informe, que entretenga y que permita la participación dinámica de quienes son los sujetos activos, los comunicadores sociales, que deberán tener un ámbito propicio para progresar en la actividad.

Pero además, esos medios deberán promover la cultura y la identidad nacional, fomentar la integración de las distintas regiones nacionales y la del país con las naciones indoamericanas y con aquellas otras pertenecientes al Tercer Mundo, sin perjuicio de mantener relaciones igualitarias con los países más prósperos y desarrollados.

Es menester que la futura ley a dictarse prevea la efectiva y activa participación de todos los sectores a nivel nacional, provincial, municipal, universitario, gremial y empresarial en la explotación de los servicios de radiodifusión en un marco que, a través de la legislación que se sancione, incentive a dichos sectores al mejoramiento del sistema.

En síntesis, la Nación Argentina, a través de quienes ejercen la representación popular, tiene hoy la gran posibilidad histórica de sancionar la primera ley integral de radiodifusión dictada en el país que sea fiel reflejo del espíritu legado por nuestra Constitución Nacional.

Jurisdicción - Interés público

1 – Establecer el objeto de la ley, fijando tanto la jurisdicción nacional como provincial. A tal efecto, las provincias podrán dictar sus propias leyes en materia de radiodifusión de acuerdo con los principios fijados por la ley nacional y que no excedan su propio marco provincial, conforme lo establecido por la Constitución Nacional.

En definitiva, los servicios de radiodifusión se regirán por la ley nacional, las leyes provinciales y los convenios internacionales en que la Nación sea parte.

2 – Los servicios de radiodifusión se declaran de interés público y la recepción de las emisiones serán gratuitas, con excepción de las generadas por los servicios complementarios.

3 – El Poder Ejecutivo Nacional (PEN) y los poderes ejecutivos provinciales podrán establecer restricciones temporales al uso y prestación de los servicios de radiodifusión por razones de seguridad o interés nacional

y/o provincial, pero limitadas por la importancia del bien que se intenta proteger, lo cual podrá ser susceptible de revisión legislativa y/o judicial.

Titulares

4 – Los servicios de radiodifusión serán prestados por personas físicas o jurídicas, titulares de licencias de radiodifusión o por el Estado Nacional, estados provinciales, municipalidades y universidades nacionales. La ley establecerá el procedimiento de adjudicación de licencias, asegurando que en provincias y municipalidades existirá una emisora a cargo de las mismas.

Deben habilitarse las 800 frecuencias de ondas disponibles y no utilizadas en materia de radio y TV y elaborar un nuevo PLANARA a los efectos de las adjudicaciones que contemple a aquellos medios que serán entregados para su explotación a las organizaciones intermedias.

Zonas de frontera y promoción - Interés Nacional

5 – El Estado Nacional promoverá y proveerá servicios de radiodifusión en zonas de frontera de acuerdo al plan y reglamentación a dictarse, asegurando su cumplimiento.

A tal efecto, su tratamiento debe declararse de interés nacional y efectivizarse a través de una intensa campaña de promoción. Previamente deberá definirse que se entiende por zona de frontera y/o fomento.

Debe establecerse un régimen promocional para la instalación de una amplia red de radios de baja potencia y de circuitos comunitarios de televisión por cable en todo el país, con intervención de las propias organizaciones sociales de cada zona.

Objetivos

6 – El órgano de aplicación de la ley tendrá a su cargo la tarea de fiscalización y control de la legislación que rija, fijando las políticas en cuanto a programación, publicidad y todo otro asunto vinculado con los medios electrónicos de acuerdo con las siguientes pautas:

- a) Establecer precisas normas respecto del uso del idioma y protección de los profesionales argentinos quienes tendrán a su cargo el doblaje al castellano de las películas y/o series extranjeras.
- b) Los medios audiovisuales promoverán una programación que tendrá como finalidad principal el contribuir a elevar el nivel cultural de la población, garantizando, además, la libertad de expresión, de pensamiento y artística, sin censura previa.

c) La reglamentación deberá fijar las pautas a las que deberá ajustarse dicha programación, sea en emisoras estatales o privadas.

d) Se considera conveniente la fijación de espacios permanentes para todos aquellos partidos políticos que tengan reconocimiento a nivel nacional, como así también para las entidades sindicales y representativas de los distintos sectores del quehacer nacional y que ostenten tal representatividad. Idéntica atribución se establecerá en las legislaciones provinciales. Dichos espacios no serán gratuitos, pero se establecerán tarifas inferiores a las de comercialización habitual de manera tal de no tornar ilusorio el propósito que se busca que es la divulgación de las ideas de los distintos sectores nacionales.

10 – En las sociedades deberán figurar profesionales idóneos que demuestren verazmente sus conocimientos y participación en los medios de radiodifusión.

11 – En todo momento se deberán preservar las funciones jerárquicas o de cualquier otro orden de los trabajadores de las emisoras a licitar, evitándose, en lo posible, desplazamientos indeseables que violan la estabilidad laboral. Asimismo, los trabajadores deben participar de la gestión de las emisoras de radio y TV.

12 – El requisito de idoneidad, experiencia, arraigo y solvencia moral deben ser elementos fundamentales, por lo que debe encabezar el articulado referente a los requisitos personales. Estos deben primar sobre la oferta económica.

13 – En cuanto a los requisitos societarios, establecer un control sumamente estricto y con sanción de pérdida de licencia, cuando no se cumplan los mismos con posterioridad a la adjudicación. Esto es, que se debe evitar que las emisoras sean manejadas posteriormente por grupos que no ostentan realmente la adjudicación de la licencia.

14 – Articular las medidas tendientes a evitar en cualquier forma el monopolio en la propiedad de los medios audiovisuales que lesione la libertad de expresión y la pluralidad informativa.

Programación - Información - Publicidad

15 – Fijar normas para que las repetidoras—cualquiera sea su índole—tengan límites respecto de la programación procedente de la Capital Federal lo que establece, en la práctica, un flujo informativo desigual con el interior del país. Esas normas deben establecer mecanismos a los efectos de que la producción local se vea privilegiada, tanto en programas periodísticos o de cualquier otro carácter, con el propósito de ampliar las fuentes laborales.

16 – Debe sancionarse severamente los incumplimientos a los límites de emisión de publicidad, difusión de música extranjera, series de origen

extranjero en las que se exalta la violencia e incluso dibujos animados dirigidos a los menores que encubiertamente hacen de ella un verdadero culto.

22 – El organismo de aplicación de la ley ejercerá las funciones correspondientes con excepción de aquello que sea exclusivamente de jurisdicción provincial, debiendo asimismo responder a los requerimientos que le sean solicitados por el organismo de fiscalización a crearse, el PEN y los poderes ejecutivos provinciales en cuanto a posibles omisiones o excesos en el cometido de sus funciones y sin perjuicio, también, del debido contralor judicial. Dependerá del PEN.

23 – Su conducción será ejercida por un directorio integrado por: un representante de la SIP, un representante de la SECOM, asociaciones de licenciarios (uno por radio y uno por televisión), uno por regiones a determinar de manera tal que quede representada la integridad del territorio nacional, uno por cada organización sindical con representación nacional correspondiente a cada una de las actividades de la radiodifusión, un representante por la Cámara de Diputados y un representante por la Cámara de Senadores.

Los organismos de control a crearse en las provincias tendrán similares características en cuanto a su integración y facultades, limitadas a su ámbito, que el organismo de aplicación de jurisdicción nacional.

Las atribuciones del organismo de aplicación, presidente y directorio, serán reglamentadas de acuerdo al espíritu democrático que emane de la nueva ley.

Créditos para estímulos

24 – El PEN y los poderes ejecutivos provinciales reglamentarán el otorgamiento de créditos para el desarrollo de la radiodifusión, permitiendo acceder a los mismos a los titulares de licencias, sin excepciones, conforme los requisitos que fije la reglamentación de la ley.

25 – A tal fin se destinará un porcentaje a determinar del producido total que en concepto de gravámenes recaude el órgano de aplicación.

10 – Asociación Cultural Mariano Moreno

Se perdería una gran posibilidad de institucionalización si las entidades de bien público (bibliotecas) carecieran de participación en el desarrollo de proyectos de video comunitarios—sean por cable o por cualquier otra tecnología presente o futura—.

Proyecto: TV Educativa-Cultural Biblioteca Moreno
Radio Educativa Cultural Biblioteca Moreno

1 - ANTECEDENTES

1.1 – La Asociación Cultural Mariano Moreno, consecuente con los postulados básicos inscriptos en su Estatuto social, ha encarado la formulación de un proyecto de TV educativa y cultural dentro de los objetivos de su Programa Modelo Experimental de Demostración Nacional de la Biblioteca Pública y Complejo Cultural Mariano Moreno.

2 - OBJETIVOS PRINCIPALES

2.1 – Incorporar a nuestro medio una moderna tecnología que incluirá programas locales, nacionales e internacionales, con temáticas informativas, de recreación, de popularización de las ciencias, artes y desarrollo democrático, con elevada participación de todos los estamentos sociales. Esta programación estará selectivamente abierta a la coparticipación de otras instituciones dispuestas a asociarse a nuestra propuesta. Obviamente, los gobiernos municipales, provinciales y nacional, legitimados por el voto popular, contarán con un nuevo medio para informar sobre problemas locales y sobre programas culturales. La introducción de la computación y de una banda de FM está dentro de los objetivos técnicos y de las posibilidades de crecimiento.

2.2 – Incorporar en los horarios de TV no convencionales, servicios de apoyo educativo con terminales en el sistema escolar primario, medio y terciario que modernizarán y fortalecerán con la imagen, el currículum oficial. En este sentido, dadas nuestras obligaciones experimentales de demostración piloto, nos proponemos generar proyectos conjuntos con el Gobierno de la Provincia y de la Nación en las áreas específicas de interés común, a través de relaciones por convenios especiales. No sólo quedará restringida la proyección educativa al apoyo del alumnado, sino que también se podrá ampliar el perfeccionamiento docente y a los estímulos para la información, lectura e investigación.

2.3 – Introducir un proyecto social fuera de toda operación de lucro personal o societal. Sin embargo, pretendemos el auto-sostenimiento del proyecto con un plus que implique aumentar la autonomía económica y financiera para el desarrollo de otras necesidades del Programa Modelo Experimental en su conjunto. Ello implicará aumentar el rédito colectivo de todo el sistema operativo de nuestra institución en beneficio multiplicador para nuestra sociedad.

2.4 – Popularizar la información, el conocimiento y la participación para introducir el análisis comunitario amplio, capaz de perfeccionar los

puntos de referencia que hacen a las interdependencias de las problemáticas local, provincial y nacional, con la región latinoamericana y el resto del mundo. Vale decir, que nuestro criterio de **cultura** supera las aceptaciones académicas para incorporarlo a las definiciones de la antropología cultural.

2.5 – Institucionalizar un proyecto signado por una programación independiente de la sectorización política, religiosa o económica, sin que ello implique negar participaciones democráticamente. Las expresiones de violencia o de poder autoritario no podrán tener cabida en esta programación. El perfil general de este proyecto, cuenta con orientaciones suficientes como para usar este medio como un instrumento hacia la consolidación solidaria de nuestra identidad nacional, en actitud de apertura permanente a los valores democráticos.

2.6 – Facilitar una oportunidad social con este proyecto piloto para el uso racional, efectivo y recreativo del tiempo libre de la comunidad. La actual antinomia TV/LIBROS o información escrita puede minimizarse si la problemática televisiva se asume por los **contenidos reales** de una programación que puede estimular la búsqueda de información o de recreación por otros medios. Este intento implica entonces ayudar a pensar, ayudar a decidir, y prescindir de los antivalores del consumismo inútil o vulgar. Ello presupone la posibilidad tecnológica del diálogo con los beneficiarios de la información del TV CABLE BIBLIOTECA MORENO y lo que resulta también de alta trascendencia, es que el proyecto aplicado a un área restringida con una población de 150.000 habitantes hará posible investigaciones sociales de bajo costo para conocer estados de opinión y para realizar diagnósticos sociales para las instituciones que realizan servicios públicos o de bien público.

2.7 – Elevar los fines sociales con la incorporación de tecnologías convencionales y de punta, para propuestas de valores éticos socio-culturales que impliquen nuevas modalidades de comportamiento comunitario, en búsqueda de la transformación colectiva y del necesario diseño para lograr la cohesión comunitaria que toda sociedad ambiciona.

2.8 – Constituir con sede en la Asociación Cultural Mariano Moreno un Centro Latinoamericano de TV Cable Cultural/Educativo para la formación de técnicos y profesionales con cursos específicos y la realización de un plan de investigaciones. Este Centro tendrá la posibilidad de asociarse a las universidades para abrir nuevas carreras tecnológicas.

11 – LT4 Radiodifusora Misiones

El Estado, en materia de radiodifusión, además de administrar las frecuencias del espectro radioeléctrico que le están asignadas al país por acuerdos internacionales, ostenta, también, la calidad de radiodifusor; esta incursión del Estado en la explotación comercial de los medios electrónicos

constituye, una de las causas fundamentales de la frustración de la radiodifusión en el país.

Es conveniente la creación de un servicio de radiodifusión oficial pero se desnaturalizaría si estuviese al servicio del lucro comercial.

La eventual irrupción del Estado en el comercio de la publicidad colocará a las emisoras privadas en un estado de absoluta indefensión en tanto las expresiones de la cultura y el arte dejaran de ser cubiertas por el medio oficial.

La tarea de complementación de un sistema mixto de la radiodifusión hará necesario, no pocas veces, recurrir al Estado para cubrir falencias que puedan sobrevenir en la defensa de la soberanía cultural en algunas regiones de frontera.

En tales casos y dentro de la finalidad antes expresada es conveniente que el Estado sea quien provea el servicio en esas zonas marginales e, inclusive, y siempre que se trate de una estación ubicada fuera del área primaria de cubrimiento de una radio privada, que aquél pueda ser destinatario de alguna publicidad.

12 - Mercados & Tendencias

Entendemos que toda situación que tienda a perfeccionar la comercialización de espacios publicitarios debe tener en cuenta el contexto económico en el cual surgió tal fenómeno.

La manera de compatibilizar reducción de tiempo de tanda y mantenimiento de ingresos en los medios es a través de un aumento tarifario, lo que de por sí establece como supuesto la existencia de demanda a ese nuevo nivel de precio.

La información que contienen los spots publicitarios, facilita el conocimiento, la comparación, la elección y la circulación de bienes y servicios.

Es necesario aclarar que el rating es tan sólo una unidad de medida, que permite informar acerca de los quantum de audiencia, cantidad de población que ve un determinado programa o sector horario.

En un principio, el rating surgió como solución a la necesidad que tenían los anunciantes publicitarios de encontrar un valor cierto para el servicio que recibían por parte de los medios.

De modo que las tarifas aunque expresadas por segundo, empezaron a ser relacionadas por los anunciantes en función de las audiencias alcanzadas.

Actualmente, al anunciante no le interesa el rating tal como se lo medía en los inicios y que correspondía lisa y llanamente a la proporción de hogares sintonizando un programa; ahora se quieren conocer los ratings de las personas, ya sea para mujeres, para hombres, amas de casa, personas de

clase media, niños, adultos de diversas edades, etc., según cuáles sean los productos que publicita.

De modo que ha habido 2 tendencias de desarrollo en las mediciones de audiencias: la 1ª, que va del rating en hogares a los ratings personalizados, y la 2ª, que va desde un uso comercial a un uso político-social.

En su actual estadio de desarrollo en la Argentina y en el mundo, el rating es un valioso auxiliar técnico de personas que poseen una cultura empresarial alta en promedio.

Sin duda alguna, como en cualquier actividad humana, la producción del rating, la producción de un programa de Televisión, la edición de un periódico, la producción de un bien industrial prerrequieren idoneidad, un saber científico-técnico, solvencia ética y empresaria, damos por sentado que todos los operadores cumplen con estas condiciones básicas.

Si la conducción de los medios, como así ocurre, se realiza con una actitud profesional, el rating, no tiene mayor incidencia que la de establecer referencias verdaderas que posibilitan corregir y optimizar políticas de programación y/o comunicación.

13 - Soc. Gral. de Autores de la Argentina

Argentores propone que en la futura ley, se incluya un artículo que establezca la obligatoriedad de difundir espectáculos culturales, artísticos, literarios y musicales, con actuación de autores e intérpretes nacionales. Esta disposición debe aplicarse tanto a las emisoras estatales como privadas.

Asimismo dejan constancia que las comisiones asesoras creadas por el proyecto de la S.I.P. se excluye de la comisión asesora (art. 37), a Argentores, y en el Proyecto del COMFER directamente, se elimina a todas las sociedades, de autores e intérpretes.

14 - Soc. Argentina de Escritores (SADE)

La futura Ley de Radiodifusión debe contemplar los siguientes aspectos:

- Que se caracterice a la radio y la televisión como un servicio esencial de derecho público.

- Que tanto la radio como la televisión estén controlados por un Ente Autárquico no gubernamental donde estén representados democráticamente todos los sectores que convergen en el ámbito de la comunicación, ya sea porque participan dentro del proceso de producción como de aquéllos que hacen uso de los mismos desde el ámbito del público-receptor.

- Que la misma ley contemple explícitamente el acceso a la posesión de medios por parte de entidades intermedias, y que lo facilite a través de créditos.

- Que dentro de los regímenes tradicionales se contemplen otros sistemas que abran verdaderos canales de participación directa o indirecta. Estos son de explotación reservada a la gestión de cooperativas con fines de lucro, explotación reservada al Estado y trabajadores de los medios u otras entidades intermedias.

- Que el Estado regule desde una política antimonopólica en defensa de los intereses de la mayoría la posibilidad ilimitada que pretenden algunos sectores de acceder al manejo de los medios de comunicación masiva.

- Que los medios privados estén sujetos a los lineamientos generales que determine la futura Ley de Radiodifusión en cuanto a pautas éticas, culturales, educativas, publicitarias que tiendan a determinar el perfil de una política nacional de comunicación donde se enmarca la presente propuesta.

- Que se contemple la necesidad de debatir conjuntamente con esta ley la política de modernización tecnológica con el objeto de no afectar fuentes o recursos laborales.

- Que se garantice la real federalización de la comunicación a través de Consejos Regionales (de acuerdo a un mapa cultural de comunicación de la República Argentina), provinciales, municipales y vecinales, que a su vez, tengan representación en el máximo ente de aplicación (Consejo Nacional de Comunicación Social).

- Que la federalización de la comunicación esté acompañada de una verdadera decisión política que abra el camino a una efectiva descentralización de los canales de comunicación, creando centros de producción por zona o región.

- Que garantice la futura ley la pluralidad informativa para hacer frente a la producción monopólica extranjera, dando lugar a las distintas manifestaciones de los pueblos que componen el continente latinoamericano.

- Que se establezca el derecho a réplica para preservar la diversidad de fuentes, más allá de lo previsto en el código penal como recurso legal para responder a quienes originaron información falsa o parcial.

15 – Soc. Argentina de Autores y Compositores de Música (SADAIC)

Si se pretende que la Ley de Radiodifusión se limite a quedar ubicada bajo la subordinación de las determinaciones genéricas de la “Constitución

Nacional”, de la “legislación” y de los “Tratados Internacionales” implicaría la omisión de una norma que debe ser expresa; que determine la prohibición de marginarse totalmente el uso de las obras que integran la cultura nacional, que en gran medida provienen de los autores argentinos.

Se observa que el Anteproyecto no incluye ningún artículo que establezca la obligación de uso de las obras de Cultura Argentina.

Al tratarse de una ley destinada a la Radiodifusión no puede omitirse en ella la intercalación de algunas normas que sean un complemento del Derecho de Autor Argentino, para facilitar de ese modo su cabal vigencia.

Si se considera en el proyecto que la recepción de emisiones de radiodifusión sonora y televisión, dirigidas al público en general es libre y gratuita, se estaría contraponiendo al Derecho de Autor que estipula que quien usa la recepción en lugar público debe petitionar autorización autoral y satisfacer las condiciones económicas que los creadores o sus sociedades le establezcan.

Tal controversia se resolvería con el agregado que aclare que no estarán sujetos a dicha autorización y que están exentos de gravámenes o canon alguno.

No se contempla en el Anteproyecto que sean titulares de licencias las “Asociaciones sin fines de lucro” como son las Asociaciones Autorales (SADAIC, ARGENTORES, SADE, etc.).

Debiera incluirse la exigencia de que las radios y la televisión no sean “deudores morosos” de los derechos económicos autorales.

16 – Universidad Nacional del Comahue Propuesta y aportes en materia de radiodifusión

Creemos fundamental la vigencia de la libertad de prensa como parte indisoluble del fortalecimiento del sistema democrático.

Conforme la Ley vigente no existe libertad de prensa en su concepto más ideal y puro, sino que lo que está en vigencia es la libertad de empresa, que es muy diferente.

Conviene revertir esta situación que permita y reivindique el derecho del pueblo a informarse y acceder a los medios con una ley que autorice a las entidades cooperativas, comisiones vecinales, organizaciones sindicales, comisiones de fomento, poder acceder o contar con una radio, un canal de televisión o un diario.

Con respecto a la publicidad no nos oponemos a la difusión de publicidad comercial en los medios administrados por el Estado.

La Ley deberá crear un órgano de aplicación y un consejo asesor donde estén representados los diferentes sectores oficiales y entidades intermedias y comunitarias.

En cuanto al aspecto cultural las emisoras de radio deben, encauzar su programación musical hacia las expresiones de realización en el país y de Latinoamérica.

La comprensión del término cultura debe fundarse no en la acepción limitativa y excluyente que vincula una actividad para iniciados, sino la constante del poblador urbano y rural.

Las emisoras de radio y televisión deben incorporar a su programación, de acuerdo a su realidad regional, programas de educación a distancia. Los programas deben ser realizados conjuntamente con instituciones especializadas y universitarias.

Entendemos que una Ley Nacional de Radiodifusión debe ser elaborada por el conjunto de las provincias. Se les debe reconocer a las provincias la facultad para legislar en esta materia.

El servicio de radiodifusión por cable presenta ventajas y desventajas: por un lado un elevado nivel técnico y por otro las trabas de índole económico. Este sistema debe encuadrarse, en cuanto a los contenidos, en los mismos términos que el resto de los medios de comunicación.

Con respecto a la recepción por vía de satélites nos preguntamos cómo anular la influencia extranjera afirmando nuestra identidad nacional y latinoamericana; creemos que sólo se evitará esa influencia reflejada en nuestra radio y televisión; por cuanto deberán ponerse trabas legales a la utilización de antenas satelitales.

17 – Universidad Nacional de Entre Ríos

He sostenido que las casas de altos estudios no pueden estar marginadas del proceso que lleve a la futura Ley de Radio y Televisión. Ello, además, resulta indefectible en el caso, como el de esta Universidad Nacional, de aquéllas que tienen estructurada la carrera en Comunicación Social. Si nosotros, por ejemplo, formamos licenciados en Comunicación Social, parecería lógico de toda lógica que participemos al menos como asesores del legislador.

Nuestra propuesta permanente estuvo referida a los medios de comunicación y de modo especial a la radiodifusión y la televisión estatales. Nuestros proyectos contaron, en todos los casos, con la aprobación unánime de las Universidades Nacionales. ¿Qué pretendíamos? Simplemente lo que quedó acordado como expresa decisión del conjunto universitario:

a) Que cada Universidad Nacional, dentro del actual esquema legal, disponga de espacios ciertos en las radios y los canales oficiales, de manera relevante con respecto a ATC.

b) Que las Universidades Nacionales participen con sus opiniones en la formulación de la futura Ley de Radio y Televisión.

c) Que la futura ley contemple la concesión de una onda de radio y un canal de televisión para cada Universidad Nacional que aún no disponga de los mismos.

La Universidad es el más alto nivel de cualquier país. La extensión de una tarea científica y cultural constituye uno de los fundamentos de su propia existencia. Para implementarlo se necesitan los medios conducentes, tanto más cuando la moderna tecnología ha abierto el ancho cauce de la educación a distancia.

Interpretarse de la lectura que pareciera excluirse a la Universidad Nacional de la participación en la formación de “un ente no gubernamental independiente” del tipo de la RAI o de la BBC. De todos modos, creen justo hacer notar que **ese Ente posible debe ser regido por la Universidad Nacional**. Aquí conviene destacar el ambiguo uso de los términos estatal y gubernamental, aparentemente usados en el cuestionario como sinónimos.

En lo que hace a la difusión de publicidad comercial (punto 7) creen que no podemos atarnos las manos y confiar ciegamente en nuestro escaso presupuesto; convengamos que estando en una sociedad de raíz capitalista y competitiva se cometería un error en dar la espalda a este hecho y apoyarnos en fondos que tendríamos que distraer de otras necesidades académicas para producir programas que estarían, casi seguramente, “fuera de mercado”. Opinan que un Canal de TV o una Radioemisora de la Universidad **debe tener la posibilidad de incluir espacios publicitarios comerciales**. Estos espacios estarán sujetos, claro está, a un control estricto y deberán servir sólo para asegurar el mejor cumplimiento de los objetivos fijados.

18 – Universidad Argentina de la Empresa

Por la importancia y el carácter público del servicio radiofónico debe existir un poder de policía administrativo del Estado sobre esta actividad.

No obstante no es menos cierto que este concepto puede conllevar a una restricción del principio de libertad que posibilita el desarrollo de la actividad y de la imaginación.

La presencia de las universidades argentinas (oficiales y privadas) debiera ser una constante y no tan sólo un derecho sino que, más aún, debieran estar obligadas a producir una determinada cantidad de programas por año.

En cuanto a la recepción por vía de satélites, no debiera haber más restricciones que la economía, en orden a poder adquirir la antena de recepción pertinente o la tecnología, de poder contar con elementos necesarios a estos fines.

19 – Universidad Nacional del Nordeste Secretaría General de Extensión Universitaria

Criterios de la Universidad Nacional del Nordeste –UNNE– respondiendo al Cuestionario sobre el Proyecto de Ley de Radiodifusión elevado por el Consejo para la Consolidación de la Democracia:

Las principales funciones de la radiodifusión son las de integración, socialización, motivación, educación, debate y diálogo y promoción cultural, además de las de información y esparcimiento.

Por otra parte, en ninguna sociedad puede ser eficaz la comunicación que no se adecue a los requerimientos de la comunidad.

La radio podría contribuir a facilitar la solución de variados aspectos de la vida nacional, en el campo de la educación, del desarrollo económico, y de la consolidación de la cultura nacional.

Cuando el Estado Nacional utiliza su propia red radiodifusora la comunidad que ejerce no deja de ser principalmente informativa.

En tanto la radio se convierte las más de las veces en portavoz de las acciones gubernamentales.

En lo relativo a la educación, difusión de la cultura, integración, etc. la programación de la red nacional revela una óptima unilateral. Ello arroja como resultado un desapego con respecto a las realidades y necesidades provinciales o regionales.

Por otra parte, y a pesar de que el Estado dispone de tan poderoso instrumento que le posibilita la llegada a lugares recónditos del país, no siempre sus organismos específicos (Ministerio de Educación, de Salud Pública, etc.) hacen uso del medio instrumentando campañas sistemáticas y regulares de educación.

Dado que la carencia apuntada aqueja no sólo a las dependencias oficiales, sino también a las emisoras oficiales y privadas, fácilmente se nota la existencia de un vacío no cubierto.

En este contexto, es indudable el rol preeminente desempeñado por las Universidades.

Las soluciones más adecuadas para mejorar el rol de las universidades respecto a la radiofonía no pueden pasar exclusivamente por la creación de un ente no gubernamental.

Sin desdeñar tal propuesta parece evidente que el Estado debe proveer, de emisoras de FM o AM de manera preferente a las universidades.

En cuanto al órgano de aplicación de la ley debe crearse un órgano de carácter federal, con jurisdicción y competencia en el orden nacional, que ejerza el poder de policía, pero que respete y asegure las libertades constitucionales y estimule la producción cultural local.

El órgano de aplicación federal deberá estar integrado con representantes de las 22 provincias.

No debe existir monopolio en la publicidad.

Las radioemisoras universitarias deben tener facultades para contratar publicidad comercial.

Las universidades son licenciatarias ideales de frecuencias de radio, en orden a la difusión de la cultura. Su estructura propia posibilita, la formación del personal idóneo para tal fin.

Asimismo su inserción en comunidades geográficas y culturales perfectamente delimitadas asegura una difusión de la cultura que reconozca primacía a lo local sin perder de vista lo nacional.

En relación a la radio privada, conviene estudiar la posibilidad de disminuir sus aportes fiscales en todos los casos de cesión gratuita de espacios radiales a organismos educativos oficiales.

Otra vía sería la reducción de impuestos a favor de los industriales o comerciantes que acreditaran inversiones publicitarias para sostener la producción y difusión radial de programas educativos.

Creemos conveniente incentivar la formación de personal especializado en la producción de programas educativos y culturales, y descentralizar los institutos de formación profesional.

20 – Ing. Carlos Federico Aragón

Es en este marco en que se debería analizar la nueva legislación de radiodifusión.

Los empresarios de radio creen firmemente en la libertad de acceso de los privados a las licencias radiales, y son los empresarios editores de diarios totalmente capaces de hacerlo. Pero si este acceso se permitiera en este momento en que las diferencias de poder económico-financiero de las empresas radiales y gráficas son sideralmente distintos, no se tenga ninguna duda que esto determinará el exterminio de los actuales licenciatarios radiales y la inevitable monopolización de los medios.

Es por ello que sin contravenir el principio de que cualquier persona con idoneidad para prestar el servicio público de radiodifusión pueda acceder a una licencia, es que sugerimos que durante un período de transición, se legisle para permitir una rápida capitalización de las empresas de radio. Los aspectos fundamentales de esa legislación transitoria, surgen de los párrafos anteriores es decir:

– supresión o reducción de los gravámenes del COMFER.

– refinanciación de las deudas con el COMFER de una manera compatible con la operación de las empresas.

– modificación del procedimiento de cobro de SADAIC conforme al uso del repertorio musical.

– habilitación de líneas de crédito ágiles y blandas para las emisoras de radio que permitan recobrar el capital de giro y proceder a la actualización tecnológica de su equipamiento.

– hacer cumplir a los canales en manos del Estado con las obligaciones de tiempo publicitario horario, fiscales, previsionales, etc., con la misma rigidez con que se las hacen cumplir a los privados, de manera tal que las **tarifas publicitarias tengan que adecuarse a una realidad económica** y no al arbitrio de los funcionarios.

Es por ello que una vez producida la impostergable etapa de saneamiento y fortalecimiento de las empresas licenciatarias de radio, entonces sí habría llegado el momento de la **libre e igualitaria** competencia para el acceso a las licencias y que no haya otro requisito que el de la idoneidad para prestar este tan importante servicio de interés público.

21 – Comisión Nacional Justicia y Paz

Derecho social a comunicar: Se lo puede concebir como que “todo individuo tiene derecho a comunicar. La comunicación es un proceso social y fundamental que permite a los individuos y a las comunidades proceder a un intercambio de información y de opiniones. Es una necesidad humana básica y el fundamento mismo de toda organización social. Los sujetos del derecho a comunicar son los individuos y las comunidades que componen”. Se trata de un nuevo “derecho social”, que contemporáneamente se añade a los demás derechos sociales, y se vincula con ellos y con otros derechos individuales.

Particularmente se vincula con los derechos a la participación en la selección por el pueblo de su propio estilo de vida, individual y colectivo; a tomar parte libremente en la vida cultural y científica; a la educación; a la libre información; a la promoción social; a la participación política y a la libertad religiosa.

El derecho a comunicar como garantía en la sociedad de información: A raíz del desarrollo tecnológico, el “modelo” de sociedad de información o sociedad informada tiene mayores posibilidades reales de configurarse. En una sociedad tal –que representa serios riesgos, entre otros, cuando se confunde “ideología y verdad” o no se diferencia entre hombre informado y hombre de cultura– el reconocimiento amplio del derecho a comunicar aparece como un medio más de garantías contra las deformaciones o excesos de la sociedad de información. Una sociedad democrática y pluralista, como

antítesis de regímenes totalitarios o autoritarios, debe basarse en el reconocimiento del efectivo derecho a comunicar por parte de los titulares de ese derecho. Asimismo, debe afirmarse enfáticamente que el goce del derecho a comunicar no tolera monopolios legales o de hecho, estatales o privados, nacionales o internacionales. La limitación del derecho a comunicar debe estar dado por el interés público, equivalente al bien común; por los derechos de otras personas o grupos sociales, y por la moral pública.

Necesidad de un planteo global: El problema que plantea el ejercicio del derecho a comunicar debe ser considerado globalmente. El “escenario” donde se lo ejercita permite distinguir entre el **sector privado** en que debe regir la libertad de los individuos, las comunidades y las empresas privadas con fines de lucro (con la limitación referida antes en el punto del derecho a comunicar como garantía); el **sector social participado**, protagonizado por las comunidades sociales, con prevalencia del bien común, y que no debe equipararse al denominado “sector público” para pasar de allí a que sea un “servicio público” de titularidad o concesión del Estado; y el **sector estatal**, que por una parte controla el derecho de comunicar y por la otra, establece sus propios medios de comunicación, si el bien común le aconseja.

Cabe distinguir entonces entre comunicación “pública” (en el sentido de “social participado”), y no estatal, a cargo de sociedades intermedias, entre ellas la Iglesia Católica y otras confesiones; y “comunicación privada”, a cargo de empresas privadas con fines de lucro, que son legítimos si no se afecta el bien común. Tampoco hay que identificar a los medios de comunicación social como “servicios públicos” en el sentido de estatales, lo que no hace a su esencia. Es sabido que el “interés público” no debe confundirse con el “servicio público”, ya que el primero equivale a interés general o bien común.

Dado que los medios de comunicación social son costosos, más aún por el avance tecnológico, cuando ellos están a cargo de comunidades sociales o de sociedades intermedias, no es correcto exigirles que se los preste gratuitamente. Una cosa es que no persigan fines de lucro y otra cosa muy distinta que no puedan fijar ninguna tarifa, pues sería el modo de hacerlos inviables.

El derecho a comunicar y la participación: La participación, expresión de la aspiración de pertenencia, idea-fuerza contemporánea equivalente a la de democracia, se refiere en cuanto al ejercicio del derecho a comunicar, a que se participe en la **democracia cultural**. La participación, para ser efectiva, ha de ser activa, deliberada, organizada, eficiente y decisiva. No basta que se reconozca el derecho a participar sino hay que posibilitarlo. En relación al derecho de comunicar, esa posibilitación depende de que el Estado no ponga obstáculos legales a su ejercicio, y al contrario, que promueva la participación en él de los individuos y grupos.

Algunos aspectos concretos de la participación en el derecho de comunicar, se refieren en primer lugar, a que se distingan los distintos niveles de ejercicio de dicho derecho; en segundo lugar, que su apreciación está ligada al entorno social, económico y cultural, y al nivel de desarrollo general; en tercer lugar, el derecho a comunicar debe garantizarse con carácter general y también específicamente para los grupos diferenciados, aunque sean minoritarios; en cuarto lugar, que todos los sujetos no estatales, entre ellos la Iglesia Católica, las sociedades intermedias, las comunidades sociales, y también las personas individuales, son titulares del derecho a comunicar; en quinto lugar, que entre otros aspectos valiosos de ese derecho se cuentan la promoción del desarrollo, la promoción social y la promoción comunitaria; la educación; la cultura; la evangelización (libertad religiosa) y el entretenimiento.

VIII

ANEXOS

Es sistema de Radiodifusión en la República Federal de Alemania

por Mike Meier

En la República Federal de Alemania, la radiodifusión no está en manos del Estado central. Las corporaciones de radiodifusión son autónomas respecto del Ejecutivo; son corporaciones de "Derecho Público" y de interés general, con autoadministración. (1)

Este tipo de corporación de "Derecho Público" es una forma de organización posibilitada por el derecho administrativo alemán gracias a la cual las emisoras de radiodifusión disponen de autonomía jurídica, de independencia en la configuración de programas, así como de autonomía económica. (2)

A través de esta estructura se trata de garantizar ante todo la participación y vigilancia de los ciudadanos respecto de la actuación de los órganos rectores de las emisoras, mediante representantes de numerosas organizaciones y grupos socialmente relevantes.

1. La base jurídica

La personalidad jurídica de las emisoras de radio aparece fijada en las leyes de radiodifusión de los Estados Federados o en tratados suscritos por varios de ellos.

La constitución de estas entidades de "Derecho Público" —de acuerdo con la ley: materia de interés general— es competencia del correspondiente Estado Federal (Land) por razón de su ubicación.

En este sentido, hay nueve entidades de radiodifusión de "Derecho Público" (3), de las cuales siete se basan jurídicamente en las Leyes de Radiodifusión de los Estados Federados, y las dos restantes se fundan en tratados celebrados por los Estados Federados entre sí. (4)

2. Los tipos de emisoras de radiodifusión en la República Federal de Alemania

A grandes rasgos, se ofrecen tres posibilidades para programar los canales adjudicados. El Estado puede:

a. Establecer instituciones de "Derecho Público", igualmente libres de las influencias del Gobierno y de la economía lucrativa (Entidades Radiofónicas de "Derecho Público").

b. Encargarse él mismo de los programas (Entidades Radiofónicas Centrales).

c. Otorgar a sociedades privadas licencias para la realización de programas (Entidades Radiofónicas de Derecho Privado).

Aunque existen formas mixtas de estas tres posibilidades, se trata siempre de acentuar una de ellas.

2a. ENTIDADES RADIOFONICAS DE "DERECHO PUBLICO"

La mayor parte de la radiodifusión en Alemania fue dotada de una organización de "Derecho Público" con la finalidad de garantizar una independencia frente al Estado y al mismo tiempo, asegurar la representación de los ciudadanos en los órganos de vigilancia. Las emisoras son autónomas con respecto al Ejecutivo estatal: los Gobiernos no pueden dar instrucciones a las entidades de radiodifusión.

Además, los recursos financieros son administrados independiente y separadamente de los presupuestos estatales por los propios órganos de la emisora.

Organización y Control Social

La autonomía de las entidades de radiodifusión presenta una organización muy similar en su conjunto, disponiendo, sin embargo, cada una

de ellas de su propio y peculiar Reglamento Interno. Los órganos más importantes en una emisora de radiodifusión son:

- El Consejo de Radiodifusión;
- El Consejo de Administración;
- El Intendente;
- El Consejo Consultivo de Programación.

a. El Consejo de Radiodifusión

El "Consejo de Radiodifusión" es el "parlamento" del centro de radiodifusión. Está integrado por representantes de todos los grupos políticos y socialmente importantes; la proporción de esta representación suele variar según la región. Sus miembros son elegidos por los Parlamentos de los Estados Federados, o bien directamente designados por los partidos políticos, las comunidades religiosas y las organizaciones económicas y culturales. Entre estos grupos socialmente importantes se comprenden también los sindicatos, las cámaras de industria y comercio, las asociaciones deportivas, las organizaciones de artistas, las asociaciones de editores de periódicos, universidades, etcétera.

El Consejo de Radiodifusión se ocupa de las cuestiones básicas y elige al Intendente de la radioemisora o de la televisión, y a la mayoría o a todos los miembros del "Consejo de Administración".

Los miembros del Consejo de Radiodifusión son honorarios, igual que los del Consejo de Administración y de la Comisión Consultiva de Programación; estos miembros tienen la función de representar los intereses del conjunto de los ciudadanos.

El Consejo de Radiodifusión tiene "derecho presupuestario", esto es, la facultad de aprobar la propuesta presupuestaria de cada ejercicio económico, y la de sancionar el balance al término del mismo. Igualmente, dado su carácter "parlamentario", debe aprobar el reglamento interno de la estación.

b. El Consejo de Administración

El Consejo de Administración supervisa las tareas de la emisora y controla el cumplimiento de las directivas programáticas. Sus miembros son normalmente elegidos por el Consejo de Radiodifusión.

Tiene la obligación de vigilar la gestión de negocios de las corporaciones de radiodifusión. A esta finalidad contribuye también el hecho de que el Intendente ha de presentar para la aprobación del Consejo de Administración todos los contratos de mayor cuantía (por ejemplo, de más de 20.000 dólares), así como otros contratos importantes por razón de su materia (asunción de avales, concesión de préstamos, contratos con ejecutivos, etc.).

c. El Intendente o Director General

El Intendente es responsable de todas las tareas que cumple la emisora, inclusive la programación, en correspondencia con las resoluciones de los Consejos de Radiodifusión y Administración, representa a la entidad judicial y extrajudicialmente, y es elegido, por regla general, para cinco años por el Consejo de Radiodifusión, por el Consejo de Administración, o por ambos órganos.

d. El Consejo Consultivo de Programación

El Consejo Consultivo de Programación asesora al Intendente en su tarea de configuración de los programas. Sus miembros son elegidos por el Consejo de Radiodifusión a propuesta de organizaciones e instituciones del mundo intelectual y cultural, del sector económico, los círculos juveniles y deportivos, etc.

Esta autonomía de las emisoras garantiza la independencia de los centros con respecto a los órganos estatales. Sin embargo, no excluye toda influencia política, dada la composición de los Consejos de Radiodifusión, los cuales al ser los órganos que adoptan las decisiones normativas determinantes, refleja considerablemente la influencia directa o indirecta de los partidos y grupos políticos de los Estados Federados; en otras palabras, la tendencia política de los Consejos es siempre semejante al gobierno del Estado respectivo. No obstante, los centros están obligados a no dar preferencia alguna a ninguna ideología política, así como de mantener un justo equilibrio entre todas las fuerzas sociales, con lo cual un supuesto "dirigismo" no es posible.

Financiación

Los gastos de las entidades de radiodifusión se cubren principalmente con las tasas que pagan los telespectadores y radioescuchas mensual-

mente. Las sumas recaudadas por dichas tasas se reparten en la proporción 70 a 30 entre las entidades **ARD** y **ZDF**, según el artículo 23 del convenio estatal de la **ZDF** (con referencia a la nota 2).

Las distintas áreas de emisión son de diferente tamaño y alcance. Por ello existe un sistema de compensación financiera mediante el cual las entidades mayores de la **ARD** destinan contribuciones especiales para aumentar los presupuestos de las emisoras menores.

Además, una parte de sus fondos los obtienen las entidades de radiodifusión mediante programas de publicidad comercial. Aunque son limitados de tiempo y emitidos en horas fijas, de manera tal que no interrumpen los programas normales, forman parte considerable de los ingresos de las entidades.

Ejemplo de una emisora de Derecho Público: La WDR

La **WDR** (Radiodifusión Alemania Occidental, con sede en Colonia), creada por la "Ley sobre la Radiodifusión Alemania Occidental - Colonia" (25 de Mayo 1954, posteriormente modificada por Ley del 9 de Julio de 1974), es la mayor corporación de radiodifusión de la República Federal de Alemania.

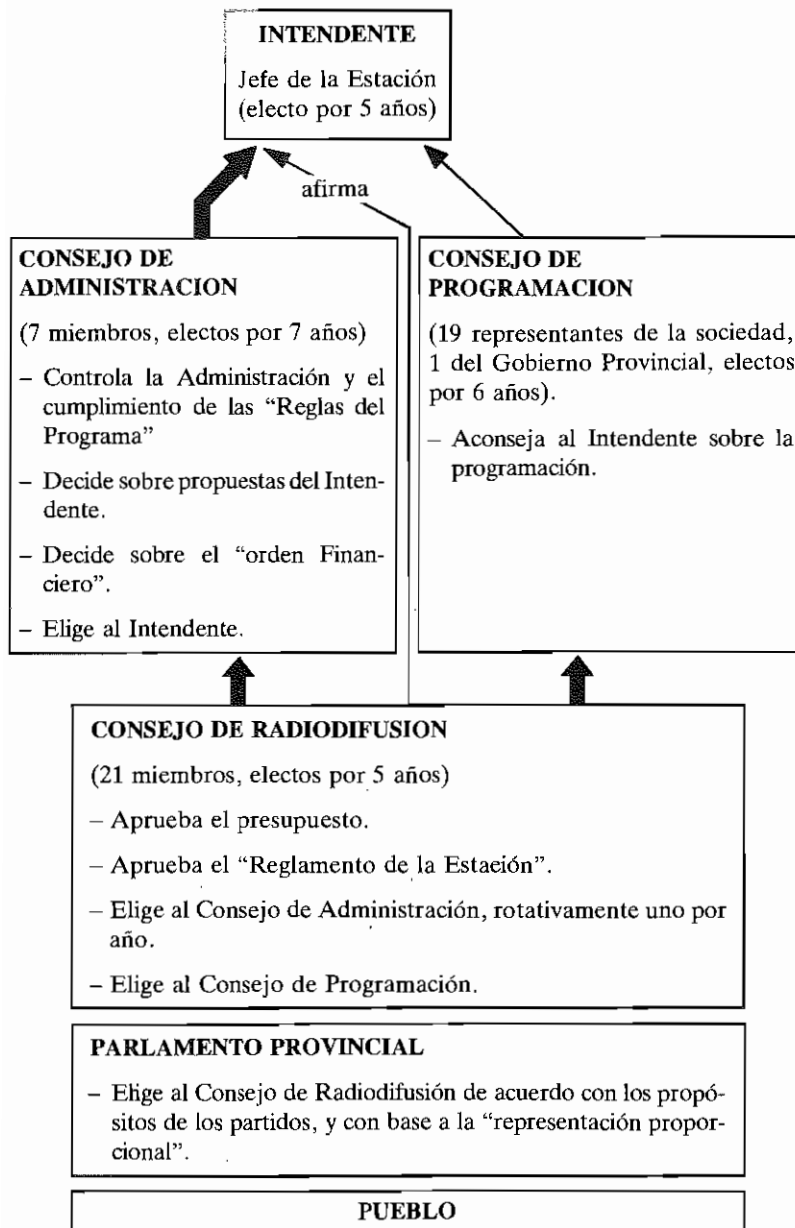
El cuerpo supremo de decisiones de la **WDR** es el "**Consejo de la Radio**", cuyos 21 miembros son elegidos por el Parlamento Provincial del Estado Federado respectivo.

Este Consejo establece la "constitución" de la estación, decide sobre el presupuesto, designa el "**Consejo de Administración**" y el "**Consejo de Programa**", y aprueba la elección del "**Intendente**".

El "Consejo de Administración" controla la conducción del programa y de la estación. Además elige al "Intendente", establece su orden de finanzas y los proyectos del presupuesto.

Cuando el intendente debe decidir asuntos fundamentales, necesita siempre la aprobación del "Consejo de Administración".

La fialidad del "Consejo del Programa" es aconsejar al "Intendente" sobre el programa de la estación. Se compone de veinte miembros, diecinueve son elegidos por el "Consejo de Radio", a propuesta de instituciones y grupos importantes de la sociedad; y uno designado por el Parlamento Provincial del Estado Federado.



2b. ENTIDADES RADIOFONICAS CENTRALES

El segundo tipo de radiodifusión es aquel sobre el cual el poder central del Estado ejerce una mayor influencia: la "Deutsche Welle" (Voz de Alemania) y la "Deutschlandfunk", que tienen su sede en Colonia. Ambas emisoras forman parte de la "Comunidad de Trabajo de la Radiodifusión de Derecho Público en la República Federal de Alemania" (ARD). (vid.2). Estas emisoras se fundaron en 1960 a fin de asumir las tareas que afectaban a los intereses de la República Federal Alemana en su conjunto. (Ley sobre el Establecimiento de Corporaciones de Radiodifusión de Derecho Federal, del 29 de Noviembre 1960, posteriormente modificada por la Ley de Introducción de Ordenamiento de Exacciones del 14 de Diciembre 1976).

Mientras las otras entidades pertenecen jurídicamente a los Estados Federados, estas dos mencionadas entidades están controladas por el Gobierno Federal, el "Bundestag" (Parlamento Federal) y el "Bundesrat" (Consejo Federal de los Estados Federados o "Senado").

Respecto a la "Deutsche Welle", su "Consejo de Radiodifusión" (órgano de control sobre la programación) se compone de once miembros: cuatro son elegidos por el Gobierno Federal, dos por el "Bundestag" y otros dos por el "Bundesrat". La "Deutsche Welle" está totalmente financiada por el Gobierno Federal. Además, el Gobierno Federal pone a su disposición todas las instalaciones necesarias para su funcionamiento; o sea, aproximadamente un presupuesto de 150 millones de dólares al año. (5)

Respecto a la "Deutschlandfunk", su "Consejo de Radiodifusión" consta de 22 miembros: cinco de ellos son designados por el Gobierno Federal; seis por el "Bundesrat", otros seis por el "Bundestag" y el resto se compone de miembros procedentes del sector público.

La tarea de la "Deutschlandfunk" consiste en emisión de programas de radio "para Alemania y Europa", financiándose por el Gobierno Federal y las entidades de radiodifusión de los Estados Federados. (6)

2c. ENTIDADES DE RADIODIFUSION PRIVADAS

Hasta hace bien poco, el monopolio de la radiodifusión residía en manos de las mencionadas "Entidades de Derecho Público". Sin embargo, diversos avances tecnológicos, como por ejemplo, la construcción a fines de los años setenta de una red integrada de telecomunicaciones de banda ancha, que posibilita un mayor número de frecuencias o la instalación de cables de fibras de vidrio en todo el territorio federal, han permitido el ingreso de los "nuevos medios" como es el uso de la "televisión por cable", variando por

completo el espectro de posibilidades en materia de comunicación de masas y radiodifusión.

No sólo progresos tecnológicos han hecho posible esto sino también importantes cambios jurídicos, en concreto, una renovadora resolución del Tribunal Constitucional Federal del año 1981.

En dicha resolución, el Tribunal declaró la constitucionalidad de las entidades privadas para llevar a cabo emisiones de radiodifusión, siempre y cuando se garantizara la libertad de expresión y el acceso al medio de todos los grupos socialmente relevantes.

Con esta base, se han ido estableciendo entidades privadas de radiodifusión, lo que ha motivado la necesidad de una reforma de las leyes de Radiodifusión de los Estados Federados.

La primera Ley de Radiodifusión de un Estado Federado que reconoce las pretensiones de la oferta privada de programas fue aprobada en la Baja Sajonia por el Parlamento Provincial (15 de mayo 1984). Esta ley autoriza la presentación ante el órgano competente de solicitudes de emisión de programas de radio y televisión de las entidades privadas interesadas. Sin embargo, incluye la condición de que el programa prospectivo deba incluir una oferta completa de espacios informativos, educativos, de asesoramiento y esparcimiento ("programa íntegro"). De acuerdo con la ley, las entidades pueden financiarse a través de tasas de radiodifusión, donaciones y publicidad.

El control sobre estos programas es ejercido por una Comisión de Radiodifusión del Estado Federado que consiste en representantes de las principales organizaciones de la vida pública (partidos, sindicatos, cámaras de comercio, industrias, iglesias, universidades, etc.).

También en otros Estados Federados, como por ejemplo en Baviera, Berlín y el Sarre, se han aprobado nuevas leyes acerca de medios y programas-pilotos emitidos por cable ("televisión por cable").

Sin embargo, a causa de las deficiencias de la radiodifusión por parte de las entidades privadas, las emisoras de "Derecho Público" mantienen su posición principal. El Tribunal Constitucional Federal de la República Federal de Alemania (1 BVerfG 1/86, 2 de noviembre 1986) decidió que el rol principal en la radiodifusión pertenece a las entidades de "Derecho Público".

Con esta base se pueden establecer emisoras privadas como suplemento y expresión del principio de la libertad de la opinión y de la radiodifusión. (vid. 1 y 2)

Síntesis

En la República Federal de Alemania, la radiodifusión está en manos de los Estados Federados. Sin embargo, las emisoras son **corporaciones de**

"Derecho Público" y de utilidad común, por lo tanto autónomas respecto al Poder Ejecutivo. (7)

La organización interna de las entidades de radiodifusión es semejante en todas las emisoras de la República Federal Alemana, y consiste en: a) un Consejo de Radiodifusión ("parlamento"), b) un Consejo de Administración, c) un Intendente, y d) un Consejo Consultivo de Programación.

De esta manera, se permite una **vigilancia de grupos relevantes de la sociedad** sobre la programación de las entidades de "Derecho Público".

El "Primer Programa" de televisión se constituye bajo el "techo" común **ARD**, una comunidad de trabajo de radiodifusión de "Derecho Público". El "Segundo Programa" de televisión (**ZDF**) es una organización común de los Estados Federados.

Además existen dos **radioemisoras de Poder Central**, y también proyectos para el establecimiento de **entidades privadas**. La radiodifusión está en el ámbito de la competencia de los Estados Federados. Así se pueden aprobar leyes que permitan emisoras de radiodifusión privadas. La mencionada resolución del Tribunal Constitucional Federal del año 1986 ratificó esta posibilidad pero al mismo tiempo reafirmó la **posición dominante de las entidades de "Derecho Público"**.

Un argumento frecuentemente expuesto contra dicha estructura de "Derecho Público" es que se necesita la iniciativa privada para que la administración funcione bien, o que los programas estén libres de un posible "dirigismo" por parte del Estado.

Por el contrario, opino que el control de las emisoras de radiodifusión permite un control indirecto del pueblo sobre el medio, asegurándose así su independencia.

Aún más: así se evita la presencia de un interés privado en la acumulación de capital—lo que es obvio, inter alia, en el número e intensidad de anuncios comerciales.

Por todo ello, hay una calidad muy alta en comparación con otros países y sistemas. Cualquiera puede convencerse en la práctica de la calidad de la radiodifusión en la República Federal de Alemania. (8)

Por otra parte, así se evitan sucesos como la intervención partidista de los medios en campañas políticas, no siendo necesaria la actuación de una "Comisión Federal de Comunicaciones" a la americana (9) u otros medios de control por parte del Estado.

En general, cualquier emisora de radiodifusión tiene una tendencia política, en cualquier parte del mundo. En ningún país el Estado deja las entidades libres sin ningún tipo de control. En conclusión: El "dirigismo" es un argumento rechazable.

NOTAS

1) La base jurídica de la libertad de comunicación en la "Ley Fundamental" de la República Federal de Alemania, que incluye la libertad en la radiodifusión, es el artículo 5º:

(1) Cada cual tiene derecho a exteriorizar y difundir libremente su opinión por la palabra, el escrito y la imagen, y a informarse sin impedimentos de fuentes generalmente accesibles. Se garantiza la libertad de prensa y la libertad de información para la radiodifusión y el cine. No tiene lugar la censura.

(2) Estos derechos tienen sus límites en preceptos de leyes generales, en las normas legales de protección de menores y en el derecho al honor personal.

(3) El arte y la ciencia, la investigación y la enseñanza son libres. La libertad de enseñanza no exime de la fidelidad a la Constitución.

Entre los límites de la libertad en la radiodifusión, de acuerdo con el dicho artículo 5º para (2) de la Ley Fundamental, figuran las normas del Código Civil, como por ejemplo la Ley de Derechos de Autor, el Código Penal (la prohibición de la calumnia, del insulto, de la sublimación de la violencia, etc.), y otras normas de aplicación general.

Otros artículos relevantes de la Ley Fundamental para la radiodifusión son: el artículo 2º (libre despliegue de la personalidad), artículo 12 (libertad profesional), artículo 20 (aseguramiento del Estado federal, democrático y social, con la garantía de que el sistema de radiodifusión debe estar organizado y ha de funcionar de acuerdo con estos principios), los artículos 30 y 70 (competencia esencial de los Estados Federados para materias a las cuales la Ley Fundamental no regula competencia alguna de la Federación. Por lo tanto es el sistema de radiodifusión asunto de los Estados Federados).

(2) El estatus jurídico-público de las entidades de radiodifusión ha sido considerado adecuado por la jurisdicción del Tribunal Constitucional Federal por las siguientes razones: Primero, porque el número de frecuencias utilizables por las emisoras es limitado. Segundo, porque en comparación con la prensa, la organización y funcionamiento de una emisora de radiodifusión exige una inversión de capital superior.

Por lo tanto, la organización en forma de "Derecho Público" satisface los imperativos de la "Ley Fundamental" de la República Federal de Alemania (BVerfG, tomo 12, págs. 261s (1961)).

(3) Las nueve entidades de radiodifusión de los Estados Federados se asocian con las dos emisoras de Derecho Federal y la cadena RIAS (Berlín) bajo un "techo" común llamado **ARD** (Comunidad de Trabajo de la Radiodifusión de Derecho Público en la República Federal de Alemania, Estatutos del 9/10 de junio 1950 en texto del 7 de junio 1962). Así, se constituyó una comunidad de trabajo al fin de salvaguardar los intereses de la política de radiodifusión, facilitar el intercambio mutuo entre las diversas entidades, lograr un equilibrio financiero interno entre ellas, y emitir una programación común en el ámbito televisivo que puede ser visto en todo el territorio federal ("Primer Programa"). El control sobre este programa conjunto de la ARD, llamado la "Primera Televisión Alemana", pertenece a una Conferencia de Programación.

El "Segundo Programa" de alcance federal, la "Segunda Televisión Alemana", (**ZDF**; Convenio Estatal sobre el Establecimiento de la corporación de Derecho Público "Segunda Televisión Alemana" del 6 de junio 1961) es una organización común de los Estados Federados, fundado por un convenio administrativo entre los gobiernos de los Estados Federados y tiene su sede en Mainz. La organización y el control de esta emisora se establecieron según el modelo de las emisoras de los Estados Federados.

(4) Los Estados Federados de la Baja Sajonia, Hamburgo y Schleswig-Holstein establecieron la "Norddeutscher Rundfunk" (**NDR**, Radiodifusión del Norte de Alemania). Por su parte, los Estados Federados de Baden-Wurtemberg y Renania Palatinado constituyeron su propia emisora: la "Suedwestfunk" (**SWF**, Radiodifusión del Suroeste).

(5) La "Deutsche Welle" emite diariamente por onda corta simultáneamente en alemán y 34 idiomas más. Su objetivo es paliar las restricciones del derecho fundamental de la libertad de información en los países en los cuales no existe tal derecho o en su caso, es censurado. Así, los principales receptores son África, Asia, Latinoamérica y Europa suroriental.

(6) Los programas de la "Deutschlandfunk" son emitidos en alemán y en otros idiomas europeos. Se dirige, principalmente, a ciudadanos alemanes que residen en otros países.

(7) Centros de radiodifusión de "Derecho Público":

Radio de Baviera (Muenchen)
Radio de Hesse (Frankfurt am Main)
Radio del Norte de Alemania (Hamburg)
Radio Bremen (Bremen)
Radio del Sarre (Saarbruecken)
Radio Berlín Libre (Berlín)
Radio del Sur de Alemania (Stuttgart)
Radio del Suroeste (Baden-Baden)
Radio del Oeste de Alemania (Koeln)
La Voz de Alemania (Koeln)
Radio Alemania (Koeln)

forman junto con la cadena RIAS la "**ARD**" ("Primer Programa"), además producen programas regionales ("Tercer Programa").

Segunda Televisión Alemana (Mainz)
(**ZDF**, "Segundo Programa")

(8) Véase la distribución de la programación:
Programas de televisión en 1982

Introducción

Producido por
Marcela Rodríguez y
Rafael Ruiz Ayala

El Ministerio de Comunicaciones, establecido en 1967 es el responsable de que todos los canadienses tengan el mejor acceso posible, a un costo razonable, a una amplia variedad en el servicio de comunicaciones. La legislación de este Ministerio establece que "ayudará a los sistemas e instalaciones de comunicaciones a adaptarse a las condiciones cambiantes, tanto nacionales como internacionales" y deberá contribuir a la introducción, desarrollo y observación de nuevas tecnologías informativas.

Las frecuencias son de dominio público y el Ministerio de Comunicaciones debe administrar el espectro y planificar la coordinación general de los servicios de telecomunicación utilizados por el Gobierno Federal y sus organismos dependientes.

El sistema ha sido regulado por una diversa legislación y debemos destacar, en este momento, la Broadcasting Act de 1967/8, la Canadian Radio-Television y la Communication Act de 1975 y las reglamentaciones de televisión, radio AM y radio FM.

La Broadcasting Act en su parte 3ª establece los lineamientos de la política de radiodifusión que la inspira.

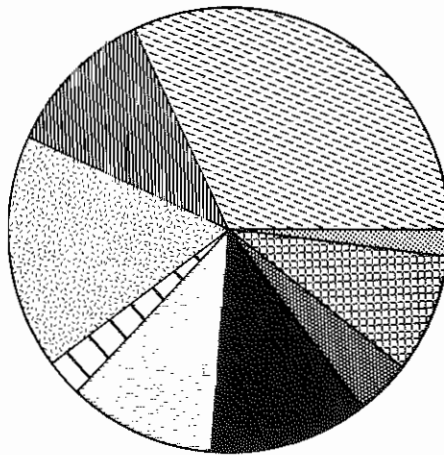
Es notable la gran importancia que tiene el interés público en la implementación de las políticas de radiodifusión en el Canadá. Debe señalarse aquí que este concepto originalmente, y aun hoy en día, ha estado íntimamente identificado con el deseo de mantener una soberanía nacional sobre la radiodifusión.

Ya en 1929, la Comisión Aird delineaba los rasgos salientes de este problema. En suma, el Canadá caía víctima de las mayores capacidades técnicas, de los volúmenes y de los capitales estadounidenses de manera que este último país dominaba casi por completo la Radiodifusión Canadiense.

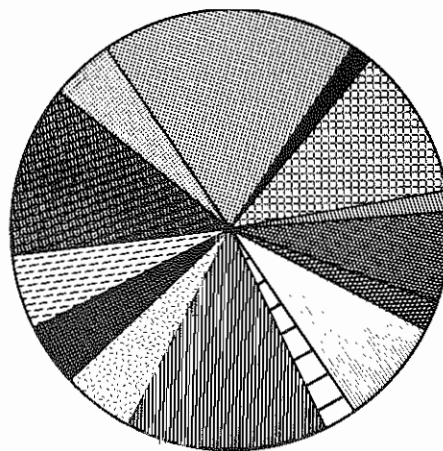
Los efectos de la extranjerización de los medios no se limitan a lo económico y político. Van más allá, y el Jefe de la CBC así lo expone:

"There are who may claim that it doesn't matter whether they are spending these hours watching Canadian or American or other foreign programs... Of course it does matter. It matters because they are soaking up american values and attitudes, and history, and mythology - - And they are soaking up the values of American commercial television".

Primera televisión Alemana (ARD)



Segunda televisión Alemana (ZDF)



(Estadística obtenida del libro "La Realidad Alemana", Guethersloh 1983, pág. 327)

(9) Con referencia al artículo sobre "radiodifusión en los Estados Unidos", publicado en este mismo libro.

tancias del caso, sus recomendaciones y una copia que el Ministro deberá elevar al Parlamento.

Se prevé un recurso ante la Corte Suprema contra decisiones de la Comisión acerca de cuestiones legales o jurisdiccionales. La Exchequer Court of Canadá (Tribunal de Hacienda) tiene jurisdicción originaria exclusiva para conocer y aplicar writ of certiorari, mandamus o amparo respecto de cualquier decisión u orden de la Comisión o procedimientos que se lleven ante la misma, exceptuando cuestiones sobre jurisdicción de la Comisión o cuando ésta resuelva erróneamente cuestiones de derecho.

Canadian Broadcasting Corporation

La CBC cuenta con un presidente y catorce directores que duran siete y cinco años en sus cargos y son elegidos por el "Governor in Council". Deberán ser canadienses residentes y no ser socios titulares de licencias ni tener intereses económicos vinculados a las mismas o a la producción o distribución de los programas.

El objeto de la CBC es desarrollar el servicio nacional de radiodifusión de acuerdo con las licencias que le otorga la Comisión y sujeta a sus regulaciones.

La creación de la CBC responde al deseo de salvaguardar el interés público. Asegura la existencia de un sistema canadiense de radio y televisión de excelencia. CBC mantiene una gran variedad de programación de interés nacional y regional. Además, garantiza el derecho a la información, provee información noticiosa imparcial y de fuentes diversificadas. Por eso CBC, "must provide a balanced opportunity for all principal news on major issues to enable Canadians to have the facts to make up their own minds on the issues before them".

En manos de CBC está la responsabilidad de mantener una frecuencia internacional de radio. Radio Canadá Internacional tiene, pues, como finalidad desarrollar el conocimiento internacional de Canadá y de la identidad canadiense distribuyendo, a través de varios tipos de onda, programas que reflejan la realidad y calidad de vida canadienses, su cultura, intereses nacionales, políticas y puntos de vista en "issues" locales e internacionales.

Para cumplir estos roles cuenta con atribuciones para establecer, mantener y equipar emisoras; producir programas y hacer los contratos requeridos para ello; hacer acuerdos operativos con otros licenciatarios; adquirir derechos de publicación, de marca, patentes, concesiones o realizar cualquier acto conducente a su objeto.

Es un agente de Su Majestad, a quien pertenece la propiedad que adquiere. Podrá actuar como agente de cualquier ministro de la Corona para cualquier operación de radiodifusión.

Con la autorización del "Governor in Council" podrá expropiar tierras para la consecución de su objeto, con la correspondiente indemnización.

Se reúne por los menos seis veces al año y su sede central está en Ottawa.

La CBC dicta sus reglamentos respecto a reuniones, conducción de negocios, establecimiento de comités, delegación de funciones y distintos puntos de su administración.

Reglamentos de Televisión, Radio AM y Radio FM

Las licencias serán de orden público cuando pertenezcan a la CBC y privadas las restantes.

Deberán proveer una programación central en la que se darán a conocer los datos de la emisora, identificará locutores, promotores y personas representantes de partidos políticos.

No podrá difundirse programación o publicidad contraria a la ley, ni representaciones obscenas o en lenguaje profano, ni discriminatorias en razón de razas, religión o creencias, ni noticias falsas o engañosas, ni programas que involucren loterías o juegos semejantes.

Cuando la Comisión considere que un programa es de naturaleza agresiva o contribuye a crear desorden público, podrá solicitar a la emisora que diga la causa por la cual no debería modificarse este carácter y si la respuesta no es satisfactoria la Comisión podrá exigirle que haga las modificaciones pertinentes.

La Comisión podrá requerir a las emisoras que difundan programas o mensajes de interés nacional. Cuando la Comisión considere que algunos objetivos de la Ley de Radiodifusión se verían cumplidos en mayor medida podrá requerir al licenciatario que permita la utilización del medio en ciertas horas con programación de otros sujetos, y previa audiencia, exigir que entre en contrato de programación en condiciones justas y equitativas.

Se establecen pautas de protección a la producción nacional mediante porcentajes. (Debe mencionarse aquí, que dicha política tuvo el efecto positivo de incentivar el desarrollo de una industria discográfica y producción televisiva.). Se exige, en radio, la emisión de hasta un 30% de música nacional. Para ser considerada canadiense, una pieza debe tener dos o más de las siguientes características: 1) que los intérpretes sean canadienses 2) que la música o la letra sea compuesta por canadienses 3) que su grabación en vivo sea realizada totalmente en Canadá o interpretada en Canadá o transmitida en vivo. En la televisión, por otro lado, se exige hasta un 60% de programación Canadiense en horas predeterminadas del día; aquellas en las que tradicionalmente hay más audiencia.

La Comisión establecerá directivas para la asignación de tiempo para la programación o publicidad de partidos políticos y una distribución igualitaria del mismo.

Con respecto a la publicidad se establecen límites temporales (Por ejemplo en T.V. no podrá exceder 12 minutos por hora, en Radio FM 10 minutos, en Radio AM 250 minutos desde las 6 hasta las 24 horas).

Se prohíben los mensajes subliminales, la publicidad de bebidas alcohólicas o mensajes cuyos promotores tengan por negocio principal la producción o ventas de estas bebidas, de drogas, cosméticos, medicinas o productos incluidos en la and Drugs Act.

Cada anuncio tiene un número de registro que identifica el anunciante y al mensaje.

Para el establecimiento de cadenas repetidoras se requiere una audiencia pública y se fijan límites que prohíben la transferencia de capital o del control, la pertenencia a más de una red, los convenios que obliguen a adquirir programación de una sola fuente, etc.

El Futuro

En el sistema sobresalen graves problemas pese al esfuerzo por mantener soberanía sobre las comunicaciones. El principal problema es que los desarrollos tecnológicos abaratan el precio, y aumentan vertiginosamente el volumen de programación extranjera que entra al país.

Se entiende que el público desea la diversidad en la programación y especialmente en la Radio FM se vela porque este objetivo se cumpla. Por una parte se tienden a denegar licencias a aquellas empresas que sólo quieren repetir en banda FM la programación que ya mantienen en banda AM. Además se analiza la programación de cada estación FM y se recomiendan cambios para ampliar la diversidad. A pesar de haber dado resultado, cabe señalar que una comisión gubernamental en 1979 advertía que demasiada ingerencia del Legislador en los aspectos creativos de producción podría ser contraproducente a los objetivos generales ya que tendería a sofocar la innovación en programas pues sería más económico para las empresas continuar con los patrones que tradicionalmente habían recibido la sanción gubernamental. Sugiere por ende esta comisión especial un relajamiento de la intervención reguladora.

Siendo un país de gran extensión geográfica, y de la diversidad étnica de cada región, se aspira a que cada grupo cuente con recursos comunicacionales adecuados a sus necesidades y características culturales. Por lo tanto se incentiva el establecimiento de estaciones privadas regionales y la creación de "Community Radio" (a veces estaciones propiamente dichas, a veces tiempo prestado en la frecuencia de alguna estación de transmisión de CBC) que

son muy bien explotadas especialmente por nativos del país (a través de cable y satélite principalmente) sin que existan los recursos locales para llenar estos espacios con producción canadiense de excelencia. Ejemplo claro de esta situación lo encontramos en el aislado norte del país, para cuyos ciudadanos es fácil recibir programas estadounidenses vía-satélite mientras les resulta imposible recibir señales regulares de televisión canadiense.

El Gobierno Mulroney estableció un "Task Force" para recomendar futuras políticas comunicacionales. Entre las recomendaciones de la Comisión sobresalen dos. En primer lugar, en aumentar el porcentaje canadiense de la programación de CBC a un 95 % y establecer una red aparte de televisión que se concentraría en promover programas que no tendrían patrocinadores en el mercado: en programas de interés para la niñez, documentales y asuntos regionales. Se propone subsidiar esta red con un tributo sobre las subscripciones a cable.

Sin embargo, todo parece indicar que se necesitarán otras medidas más drásticas como por ejemplo la creación de industrias de cable y satélite viables. De otro modo, los avances tecnológicos presentes facilitarán la dominación de los nuevos medios y las audiencias por personas extranjeras.

Regulación y control de la radiodifusión en los Estados Unidos

por Mike Meier

La comunicación de masas es un delicado problema, especialmente en nuestros días en los que este "medio" se encuentra normalmente concentrado en unas pocas manos.

Por ello, deben estudiarse tanto sus propiedades como debilidades; el ser humano debe conocer lo que este medio puede hacer por él pero también lo que puede hacer contra él.

Centrándonos en los Estados Unidos, observamos que la mayoría de la decisiones en torno a los medios de comunicación están determinadas, dada su estructura económica, a lograr el máximo beneficio. En consecuencia, existe necesariamente un conflicto constante entre el interés lucrativo y la responsabilidad social.

Los problemas que aquí se van a estudiar comprenden en conjunto el siguiente aspecto: cómo los Estados Unidos tratan de resolver el conflicto ya mencionado. En líneas generales, vamos a tratar con temas que derivan de la democracia y del sistema de mercado.

En una primera parte, vamos a discutir las medidas de control sobre los monopolios de radiodifusión; nos concentraremos seguidamente en el tema de la regulación de la programación para, finalmente, abordar la cuestión de posibles sanciones.

1. El control sobre monopolios de radiodifusión

El concepto de libertad de prensa es una noción predominante en los Estados Unidos, basada en la convicción de que de alguna manera la verdad emerge del conflicto de entre varias partes. (nota 1)

Gracias a esta generalizada teoría liberal sobre tal fundamental libertad, los medios de comunicación controlan por entero el proceso de decisión, esto es, el medio decide:

1. Qué debe hacerse.
2. Qué no debe hacerse.
3. Quién o qué obliga al cumplimiento de tales decisiones.

En general, este sistema conlleva un peligro inherente para la democracia, especialmente cuando un sólo sujeto o un grupo concreto controla por completo un medio de comunicación.

Tal y como señala la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos (FCC): "La centralización del control sobre los medios de comunicación de masas es, al igual que la monopolización del poder económico, indeseable." (nota 2)

Pero aún cuando hay que mantener una diversidad de opiniones, no es siempre práctico desechar todo tipo de monopolización; siempre debe existir la posibilidad de elegir el mal menor. Es por ello que siempre caben excepciones a la "libertarian rule".

1a. Regulación General - Diversidad como fuerza de la democracia

Considerando la anterior premisa, es comprensible que el Gobierno Federal se haya esforzado por contener y restringir el abuso de poder sobre los medios de comunicación. (nota 3)

Dada la tendencia hacia la formación de los monopolios en los medios de radiodifusión estadounidenses, existen algunas excepciones a la libertad contenida en la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos. Generalmente, en ninguna parte, el Gobierno concede libertad absoluta al medio para hacer lo que éste quiera.

La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, nota 4) fue establecida en 1934 por "Resolución del Congreso" con el propósito de regular los medios electrónicos de comunicación. Su fundamento es la prevención de prácticas de competencia desleal y prácticas concertadas o abusivas tendientes a la monopolización. (nota 5)

1b. Antitrust

De acuerdo a la "Sherman Act" de 1890, "todo contrato, combinación en forma de compañía o similares, o conspiración, que suponga un ataque a la libre competencia... es declarada ilegal".

Aún más, tal y como se desprende de la "Clayton Act" de 1914, "toda práctica tendiente a disminuir la competencia o a crear un monopolio de cualquier tipo, es ilegal":

Estas dos leyes constituyen todavía la base para cualquier "acción antitrust" en los Tribunales Federales de los Estados Unidos.

Por otro lado, existen en la jurisprudencia norteamericana algunos casos sobre monopolios dignos de mención:

El primero de ellos ocurrió en 1945 entre la agencia de prensa "Associated Press" (AP) y el Gobierno de los Estados Unidos. En esa ocasión, el Tribunal Supremo declaró ilegales dos regulaciones de la mencionada agencia que suponían conspiración para restringir la competencia, consistente básicamente en el hecho de que los miembros de la "Associated Press" no podían vender noticias a no miembros de dicha asociación y en que cada miembro tenía derecho a veto sobre la solicitud de los servicios de la citada agencia.

Estas dos regulaciones en conjunto permitían a un periódico monopolizar las noticias dentro de cada ciudad.

Otro caso interesante es el del "Lorain Journal Co. contra el Gobierno de los Estados Unidos", en el que un periódico local rehusó aceptar anunciar a cualquier compañía que se anunciara en una radio de la competencia; tal práctica fue declarada ilegal.

Por último, en el caso del "Gobierno de los Estados Unidos contra Times Mirror Corporation", el Tribunal rehusó permitir a "Los Angeles Times" la compra del "San Bernadino Sun", dado que ambos competían por los mismos anuncios y algunos de los mismos lectores.

1c. "Networks" y "Prime-Time" (nota 6)

Otra ley anti-monopolio que habría que mencionar en este contexto fue establecida por la Comisión Federal de Comunicaciones en 1970. En ella, se prohibía a las estaciones de televisión en las 50 áreas más extensas del mercado producir más de ocho horas de programación simultánea entre las 19 y las 23 horas (con excepciones para noticias y documentales).

El propósito de esta ley era conseguir "algo" al lado de los "network shows" en horas de máxima audiencia televisiva. Según la FCC, ello posibilitaría la producción de más programas locales en hora-punta y por lo tanto, añadiría más diversidad a la programación.

Dado que el tiempo de programación se llenó principalmente con concursos o juegos televisivos, la FCC en 1974, reconociendo el fracaso de esta ley, la modificó. La nueva ley resultante en 1974, permitió a los networks monopolizar las horas de máxima audiencia en la semana y todas las de los fines de semana excepto media hora, con la condición de utilizar ese espacio para noticias, documentos o programas infantiles. Sin embargo, puede decirse que en la práctica, esta ley es inoperante.

Otras regulaciones en este sentido son, por ejemplo:

- Ninguna corporación puede poseer más de 12 estaciones en cada servicio (AM, FM o TV). (nota 7)
- La prohibición de que una corporación opere en más de una estación para el mismo servicio (AM, FM o TV) en la misma localidad.
- En televisión, una corporación puede operar 12 estaciones siempre y cuando no alcance más del 25 % de las televisiones domésticas. (nota 8)

En los casos en los que la FCC acciona contra monopolios o actividades similares, no siempre el resultado es previsible. Si es el caso de la existencia de un abuso de poder en el mercado, la FCC puede disponer la disolución del monopolio en cuestión.

En suma, las leyes en los Estados Unidos se dirigen a salvaguardar una diversidad de medios y opiniones representadas. Por ello, la FCC trata de limitar el número de estaciones de servicio (AM, FM o TV) operadas por una sola corporación y de estimular la programación local.

2. Regulación sobre programación

El control sobre el monopolio comunicativo no es el único medio de garantizar la diversidad de los puntos de vista.

La FCC está legitimada para supervisar la programación de las estaciones cuando considera la renovación de sus licencias, aunque de hecho no le suele preocupar mucho este tema.

No obstante, la competencia de la FCC proviene de tres específicas regulaciones sobre el control de la programación en la radio y en la televisión:

- La regla sobre obscenidad (obscenity provision).
- La regla sobre el tiempo equitativo (equal-time rule).
- La doctrina sobre lo justo (fairness doctrine).

Vamos a concentrarnos ahora en estas dos últimas:

2a. Equal-time rule

La ley sobre "equal-time" está recogida en la Sección 315 de la "Communications Act" (1934); es por lo tanto, una ley proveniente del

Congreso, por la que se obliga a cualquier estación de servicio que disponga de espacio para un candidato político, de proveer la misma cantidad de minutos y en los mismos términos, a todo candidato existente en ese momento político. (nota 9)

Por ejemplo, cuando un posible candidato a Senador obtiene media hora libre en televisión, cualquier otro candidato legalmente cualificado para ese puesto tiene derecho a media hora equivalente; o si un candidato para el Ayuntamiento compra un minuto en hora de máxima audiencia, cualquier otro candidato a ese mismo puesto tiene el derecho de comprar un minuto de "hora punta" a ese mismo precio. Excepciones a esta regla son regulares noticieros y entrevistas, emisiones en directo y documentales.

Sin embargo, esta ley conlleva algunos problemas. Por ejemplo, una estación puede programar una entrevista de 10 minutos con uno de los candidatos más fuertes; ello supone realizar entrevistas de 10 minutos para los otros treinta candidatos a ese mismo mandato, con lo que probablemente, la estación abandonará la idea de la entrevista por completo.

2b. Fairness Doctrine

Al contrario de la regla de tiempo equitativo, que es una ley procedente del Congreso, la "Doctrina de lo justo o de lo imparcial" es una invención de la FCC.

Mediante ella se pretende que los medios dediquen un porcentaje razonable de su programación a temas controvertidos de interés público así como de ofrecer todos los puntos de vista sobre los mismos.

El público deberá tener la posibilidad de escuchar puntos de vista contrapuestos. La FCC exige a los Licenciarios de los servicios no utilizar su poder para influenciar indebidamente sobre el público; permite igualmente, el acceso a posibles perjudicados para exigir responsabilidad al medio ofensor en cuestión.

Ya desde la misma aparición de la radio en los E.E.U.U., el gobierno era de la opinión de que los medios de comunicación no debían representar un solo lado en los temas controvertidos. La "doctrina de lo justo" evolucionó con el curso de los años.

En su desarrollo contemporáneo, la "fairness doctrine" supone actualmente dos requisitos:

- En primer lugar, exige una licencia para dedicar una cantidad razonable de tiempo de programación a temas de interés público.
- En segundo lugar exige que cuando se presenten semejantes temas, también se ofrezcan puntos de vista contrapuestos. (nota 10)

Sin embargo, no se define el término "controvertido" o cuál es la "cantidad razonable" que se debe dedicar al tema en cuestión.

“La doctrina sobre lo justo” no sólo comprende los dos requisitos mencionados sino que además supone que:

– Cuando una estación de comunicación ataque a cierta persona o a un grupo determinado, debe ofrecer al perjudicado en cuestión un espacio en su medio para que pueda así replicar.

– Aquellos que deseen replicar bajo la “fairness doctrine” no tienen obligación de pagar; la estación debe proveerles de un espacio completamente gratuito.

El propósito de la “doctrina de lo justo” es proteger a oyentes y espectadores, asegurándoles la posibilidad de escuchar ambos lados de la cuestión.

Es necesario resaltar que esta doctrina no asegura que sujetos o grupos determinados tengan acceso al medio. Aparte del mencionado derecho personal a réplica en caso de ataque individualizado, nadie tiene el derecho de aparecer en radio o televisión.

Lo que la “fairness doctrine” no regula es:

– Cómo debe la estación elegir a quienes representen los puntos de vista opuestos;

– Imponer algo parecido a tiempo equitativo para exponer opiniones contrapuestas.

Más aún existen peligros implícitos en tal doctrina:

En primer lugar, existe una gran variedad de opiniones y conclusiones difundidas cada día. Actualmente, es el Gobierno, esto es, la FCC, quien decide qué opiniones deben “equiparse” bajo la “doctrina de lo imparcial” y cuáles deben permanecer como están.

La FCC es responsable de que se cumpla con esta doctrina por lo que se basa en demandas provenientes del público contra Licenciarios particulares de medios de comunicación. (nota 11)

Una parte importante de la doctrina de lo justo está comprendida por “derecho a réplica”. Tanto la ley sobre tiempo equitativo como las medidas contra un ataque personal mencionados anteriormente, obligan a los programadores a conceder determinados espacios de tiempo a ciertos individuos, especialmente candidatos políticos cuyos oponentes hubieran aparecido en un programa determinado y aquellos que hubieran sido atacados por dicho espacio.

Se ha intentado extender esta regulación al medio de la prensa pero tal y como se decidió por el Tribunal Supremo de los Estados Unidos en el caso *Miami Herald Publishing Co. v. Tornillo* (nota 12), no hay derecho a réplica en este medio. (nota 13)

Los tribunales han afirmado constantemente la constitucionalidad del “equal-time law” y de la “fairness doctrine”, pero en cuanto al medio de prensa se refiere el “derecho a réplica” es un concepto fantasma.

No obstante, aun cuando no haya restricciones a priori sobre los informantes (“speakers”), algunas ayudas gubernamentales pueden serles suprimidas por el contenido de sus informes. (nota 14) Incluso cabe que sean sancionados cuando el contenido de sus trabajos sea provocador, calumnioso u obsceno. (nota 15) En estos casos, el tribunal supremo mantiene la constitucionalidad de la sanción contra el informe o publicación que se dirija a incitar o producir inminentes acciones ilegales.

En una democracia es esencial que las instituciones más decisivas respondan de algún modo frente al público. El medio de comunicación de masas es una vital institución democrática; por ello debe garantizarse su control público.

Dado que los ejecutores o realizadores del medio no son elegidos, deben establecerse otros mecanismos que posibiliten el desempeño de un papel importante por parte de la opinión pública en la determinación del contenido del medio. (nota 16)

Sin regulación alguna, los desarrollos en la estructura del medio, supondrían con el tiempo, una amenaza para la democracia.

Por lo tanto, debe limitarse la monopolización y asegurarse el carácter democrático del medio.

Con este propósito, la FCC, que supervisa los medios de comunicación en los Estados Unidos, dispone, por ejemplo, de poderosas armas relacionadas con el tema de reuovación de licencias y sanciones.

Existe, por otro lado, regulación sobre “Anti-trust” y control sobre monopolizaciones, así como regulación sobre programación con el fin de asegurar su “carácter democrático”.

Finalmente, existen penas y sanciones económicas susceptibles de ser impuestas por la FCC a aquellos medios que no cumplan con la reglamentación establecida.

La regulación de los medios de comunicación pertenece en los Estados Unidos a la jurisdicción de la Federación, esto es, los Estados Federados sólo ejercen una influencia indirecta sobre la legislación y reglamentación del medio.

Dado el predominante carácter privado de las estaciones de difusión estadounidenses, no existe peligro de un inadecuado control gubernamental sobre los medios.

No obstante, ello puede suponer, como ya está sucediendo actualmente en los Estados Unidos, un peligro para la libertad de expresión, la diversidad de opiniones y para el control público del medio.

En los Estados Unidos, los medios de comunicación no gozan de un carácter democrático como es el caso de los medios en Alemania (con referencia al informe sobre el sistema de radiodifusión en la República Federal de Alemania). El carácter exclusivamente privado del medio norteamericano no sólo difumina el control público sino que además requiere regulación adicional cuya efectividad es a menudo dudosa.

En suma, no son perfectas y no cumplen por completo las exigencias de la regulación federal sobre el medio.

3. Cumplimiento y sanciones de la regulación federal

Al contrario de los periódicos, la televisión y la radio están sujetas al control gubernamental a través de la FCC, y cada cinco años en el caso de emisoras de televisión o cada siete años en el caso de estaciones de radio, se requiere la renovación de las licencias. (nota 17)

Normalmente, el proceso de renovación es simple, claro y directo sin preguntas embarazosas.

Anteriormente a 1952, la FCC disponía de sólo dos medios legales cuando una licencia hubiera violado las previsiones de la "Communications Act" o las reglas o regulaciones de la FCC:

- a) Anular la renovación de la licencia ("death sentence").
- b) Ignorar la situación (la opción preferida).

Actualmente, la FCC puede obligar al cumplimiento de lo establecido en la Regulación General sobre medios de comunicación mediante los siguientes mecanismos, citados a continuación según su mayor importancia o severidad:

- (a) Renovación de la licencia. (nota 18)
- (b) Denegación de la renovación de la licencia o renovación por un plazo breve de tiempo. (nota 19)
- (c) Requerimientos para el cese de determinadas actividades. (nota 20)
- (d) Sanciones económicas. (nota 21)

(a) y (b) - Procedimientos sobre las licencias

Más que observar los programas radiofónicos o televisivos, la FCC se basa en las quejas recibidas del Público acerca de una estación en particular. (nota 22)

En el caso de que una persona piense que un "licenciario" ha presentado sólo un lado de una cuestión de interés público o no ha presentado

ningún programa sobre un controvertido tema público, debe primeramente quejarse al medio. (nota 23)

Dispone, entonces, el productor de la posibilidad de rectificar la situación, cumplir con la petición o de explicar su posición. Si la réplica no es satisfactoria o no hay contestación efectiva, el demandante puede quejarse ante la FCC.

Cuando una queja sobre "fairness" o "equal time" se recibe en la Comisión se traslada a un analista del medio perteneciente al "Complaints and Compliance Division of the Broadcast Bureau". Si este órgano decide que prima facie se ha dado lugar al supuesto de hecho, requerirá al licenciario para que conteste.

Si la Comisión decide en contra del licenciario, amplias acciones pueden dar lugar:

- Cabe que se revoque la licencia antes de que finalice su término. (nota 24)
- Cabe que se conceda la renovación por un espacio breve de tiempo. (nota 25)
- Cabe la no renovación de la licencia. (nota 26)

En cualquiera de estos casos, la decisión de la FCC puede ser apelada ante los Tribunales. (nota 27)

(c) Requerimientos ("cease and desist orders")

Otra forma de sanción es la llamada "cease and desist orders" (nota 28). Sin embargo, dado que el procedimiento es largo, la FCC lo ha utilizado esporádicamente, ordenando en tales ocasiones a un sujeto o a una entidad cesar o desistir de la acción violadora de la doctrina de lo justo o de otras regulaciones de la FCC.

(d) Sanciones económicas

La FCC puede también imponer "multas" por infracciones menores. Bajo su discreción, puede iniciarse un proceso sancionador remitiendo al medio un comunicado de su aparente responsabilidad en el hecho perpetrado o un comunicado, emplazándole a un oportuno careo.

El medio supuestamente responsable dispone entonces de un período de tiempo, normalmente de 30 días, para responder por escrito por qué no debería imponérsele una sanción económica, para pedir su reducción o para pagar la multa.

Se pueden fijar multas hasta de 2.000 \$ por cada violación. No obstante, el total se limita a 20.000 \$ para licenciarios de estaciones de

comunicación o 5.000 \$ para otros responsables. (nota 29) Por otro lado, la FCC posee considerable discreción a la hora de determinar la cantidad a pagar, tomando en consideración ciertos agravantes. (nota 30)

Sumario

Dos aspectos de la radiodifusión en los Estados Unidos merecen un comentario:

Por una parte, la radiodifusión es asunto de la Federación. Por otra parte, los medios en los Estados Unidos están en manos privadas y su organización reside en las propias estaciones.

Con el fin de controlar el sistema de comunicaciones, se creó la "Comisión Federal de Comunicaciones" (FCC), la cual controla la monopolización del medio y la programación.

Tal y como se estableció a partir del caso **WLBT** (una emisora de televisión que promovía opiniones segregacionistas), los consumidores tienen el derecho de cuestionar la licencia de un medio, siendo posible conseguir que la FCC suprima la estación que esté ignorando las necesidades de su audiencia ("fairness doctrine" o "equal-time rule") o que esté violando otras regulaciones. Por otro lado, es también posible revocar la licencia del hallado culpable de prácticas de competencia desleal, esto es, de monopolización. (nota 31)

Aparte de las mencionadas sanciones –renovación o no renovación de licencias, requerimientos, sanciones económicas–, la FCC dispone de medios administrativos intimidatorios como procesos de investigación, comunicados de organismos oficiales, inspección o amenaza de inspección, etc.

En principio, todos estos mecanismos pueden controlar el medio pero no por ello escapan a las críticas:

En primer lugar, se requieren dinero, tiempo y esfuerzo para cuestionar una posible licencia de comunicación ante la FCC.

En segundo lugar, una queja conlleva la carga de la prueba y es por ello que pueda resultar difícil en algunas ocasiones probar una violación.

En suma, existen acerca de la radiodifusión dos metas estrechamente relacionadas, esto es, **garantizar la libertad de expresión y la multitud de opiniones**. Además, las entidades de radiodifusión deben estar conscientes de su poder y de sus posibilidades de manipulación de las masas, y por ello, de su **responsabilidad social**.

Por estos dos motivos, creo que sería necesario introducir junto a los mecanismos ya expuestos, un sistema que conlleve la posibilidad de dar al público la oportunidad de contestar o replicar; lo que podría lograrse a través de espacios de estructura concreta programados con tal fin.

Con el fin de garantizar:

PROPOSITOS

- Diversidad de opiniones.
- Igual oportunidad y representación de puntos de vista opuestos.
- Libertad de expresión.
- Competencia entre las entidades del medio.

Existen:

MEDIOS

- Control sobre todo monopolio.
- Regulación y control
 - "Fairness doctrine".
 - "Equal-time rule".

NOTAS

(1) Con referencia a la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos.

(2) FCC, First Report and Order, 70-310, 46095, para. 17.

(3) La Cláusula Comercial de la Constitución de los Estados Unidos delega en el Congreso la reponsabilidad de regular el comercio estatal y el comercio exterior. (US Const., art. I sec. 8). Seguidamente, la Corte Suprema determinó que "comunicación" se incluía en la definición de comercio, dado que la radiación electromagnética traspasaba las fronteras (**FRC. v. Nelson Bros.**, 289 US 266, 279 (1933)): "Ninguna frontera divide las ondas de radio y la regulación nacional no es sólo apropiada sino esencial para el uso efectivo de las posibilidades de la radio".

(4) El Congreso delegó en la Comisión Federal de Comunicaciones el control operacional sobre los medios de comunicación.

Este órgano no sólo regula las estaciones en los Estados Unidos sino también la red nacional e internacional de teléfonos, el telégrafo y servicios de cable, y comunicaciones vía satélite.

Tal y como se desprende de la "Communications Act" (1934, 47 U.S.C. 2(b) (1)), las transmisiones que son por naturaleza intrínsecamente intraestatales no están sujetas a las previsiones del Acta. No obstante, la FCC con la aprobación de los Tribunales tiene regularmente jurisdicción sobre ellos. Por ello, una señal de una pequeña estación FM aun en el caso de que no pudiera alcanzar otro estado, estaría sujeta a todas las reglas de la FCC. En varios otros casos se estableció que dado que las transmisiones de radio pueden causar interferencias con otras transmisiones cruzando las fronteras de los estados, todas las transmisiones de energía requieren una regulación sobre su uso (véase, e.g., *US v. Betteridge*, 43 F. Supp. 53).

(5) La FCC toma en consideración el principio del interés público en la concesión de las licencias. La sec. 307 (d) de la "Communications Act" exige: "Ninguna licencia otorgada para la operatividad de una estación de comunicación podrá exceder de un término mayor de 3 años y... antes de la expiración de una licencia, por lo tanto antes de una nueva solicitud, es posible renovar tal licencia por un período no superior a tres años... si la Comisión (FCC) considera que ello cumple con las exigencias del interés público, de la conveniencia y de la necesidad".

(6) FCC Rules, para. 73.658(k).

(7) FCC Rules, para. 73.3613, para. 73.3615.

(8) FCC Rules, para. 73.3555, para. 73.658(f).

(9) FCC Rules, para. 73.1930, para. 73.1920.

(10) 39 Fed. Reg. 26372, 26374 para. 15 (1974); FCC Rules 73.1910.

(11) Las quejas se dirigen a: Fairness, Political Branch, Complaints and Compliance Division of the Broadcast Bureau, FCC.

(12) 418 U.S. 241 (1974).

(13) En la resolución del caso *Miami Herald* la Corte Suprema estableció que el medio de la prensa no tenía obligación legal de proveer el acceso a todo punto de vista. En la regulación sobre medios de comunicación, la situación es diferente dado que un sujeto atacado en alguna editorial del medio está legitimado para responder (véase). Pero incluso en este campo, un sujeto o un grupo concreto cuyo punto de vista ha sido ignorado completamente no puede legalmente insistir en su derecho a expresarlo. Simplemente no existe tal derecho; constituye más bien un principio ético.

(14) Véase *Perry Educ. Ass'n*, 103 S. Ct. 948 (1983).

(15) *Brandenburg v. Ohio*, 395 U.S. 444 (1969).

(16) Ello se logra por ejemplo en Alemania mediante los "Consejos de Radiodifusión" cuya función y funcionamiento se asemejan a las de un Parlamento, asegurándose de este modo el control del público sobre el medio.

(17) FCC Rules para. 73.3539, para. 73.1020.

(18) FCC Rules para. 1.85, 1.87, 1.89, 1.91, 73.3539.

(19) FCC Rules para. 73.1020.

(20) FCC Rules para. 1.91.

(21) FCC Rules para. 503.

(22) 39 Fed. Reg. 32288, 32270 paras. 12-14.

(23) *id.*, at 32290 para. 13.

(24) 47 USC sec. 312 (a).

(25) 47 USC sec. 307 (d).

(26) 47 USC sec. 307.

(27) 47 USC sec. 402 (a) y (b).

(28) 47 USC sec. 312 (b).

(29) 47 CFR 1.80 (b).

(30) *id.* 1.80 (b) (3).

(31) Sección 313 de la "Communications Act".

La ley francesa Nº 1067

*Producido por
Carlos Balbín y
Daniel Sabsay*

La ley 1067 sancionada en el año 1986 sobre libertad de comunicación establece cuáles son los principios de la radiodifusión y crea distintos entes prestatarios del servicio.

La Comisión Nacional de las Comunicaciones y de las Libertades es la autoridad de aplicación de la ley y tiene como objeto salvaguardar la libertad de comunicación, la igualdad, la libre competencia y la expresión pluralista de las distintas corrientes de opinión. Asimismo garantiza a los ciudadanos el acceso a una comunicación libre y la defensa de la lengua francesa.

La Comisión Nacional se constituye como una autoridad administrativa independiente y se integra con trece miembros designados por decreto. Dos de sus miembros son elegidos por el Presidente de la República, dos por el presidente de la Asamblea Nacional, dos por el Senado, uno por el Consejo de Estado, un magistrado de la Corte de Casación designado por el mismo tribunal, un magistrado de la Corte de Cuentas, un miembro de la Academia Francesa, una personalidad calificada de las telecomunicaciones, otra de la prensa escrita y una del ámbito audiovisual. Los tres últimos integrantes de la Comisión Nacional son designados por los otros miembros.

El mandato de los miembros de la Comisión no es renovable ni revocable y su término es de nueve años. Elige al Presidente de su propio seno y el quórum para sesionar es de ocho miembros. Estos cargos son incompatibles con toda otra función e incluso con el ejercicio profesional.

Entre sus funciones está la de ejercer un control sobre la programación y la publicidad, regular las campañas políticas a través de los medios de comunicación social y elevar sus recomendaciones al gobierno. Por otra parte elabora anualmente un informe sobre su actividad y la aplicación de la ley, sugiere modificaciones a la normativa vigente y acuerda políticas con la actividad pública y privada.

La ley establece la normas técnicas en los distintos procedimientos de telecomunicaciones.

En cuanto a la asignación de frecuencias el Primer Ministro determina, previo dictamen de la Comisión Nacional de Comunicaciones, las bandas de frecuencias o frecuencias a asignar a las administraciones estatales y aquellas asignadas a la misma Comisión Nacional.

Esta a su vez, autoriza el uso de las frecuencias que le han sido asignadas por el Primer Ministro. La Comisión Nacional controla el uso de las frecuencias que ha concedido.

En el sector público se crean múltiples sociedades a cargo de la producción y la comercialización de programas:

1. Sociedad Nacional de Programación cuya función es la producción de emisiones de radiodifusión sonora.
2. Sociedad Nacional de Programación a cargo de la producción de emisiones de T.V. en el territorio metropolitano.
3. Sociedad Nacional de Programación a cargo de la producción de emisiones de T.V. de carácter nacional y regional en el territorio metropolitano.
4. Sociedad Nacional de Programación cuya función es la producción de emisiones de T.V. y radiodifusión sonora destinadas a ser difundidas en los departamentos, territorios y colectividades territoriales de ultramar.
5. Sociedad Nacional de Programación a cargo de la producción de emisiones de radiodifusión sonora destinadas a la difusión internacional incluyendo en su programación emisiones destinadas a los franceses residentes en el exterior. Su financiación está garantizada a través de recursos presupuestarios.

El objeto de cada una de las sociedades nacionales de programación y en particular la función educativa, cultural y social están establecidas en el pliego de condiciones aprobado por decreto. Además se prevé el tiempo de publicidad que puede provenir de un mismo anunciante y las demás condiciones.

Las sociedades nacionales producen por sí mismas obras y documentos audiovisuales e intervienen en coproducciones. Pueden comercializar por sí mismas o a través de terceros los programas cuyos derechos les pertenecen.

La ley dispone que la Sociedad Nacional de Programación de emisiones de difusión en territorios de ultramar podrá incluir en su programación emisiones de las otras sociedades nacionales con carácter gratuito.

La ley prevé la creación de una Sociedad Nacional de Programación de emisiones cuya difusión sea por satélite. La constitución de esta sociedad es optativa.

Todas las sociedades nacionales están sometidas a la legislación propia de las sociedades anónimas en tanto no se oponga a la ley sobre libertad de comunicación y en particular a la estructura de la sociedad y la integración de su capital.

El capital social corresponde íntegramente al Estado. El directorio de la sociedad estará constituido por doce miembros cuyo mandato será de tres años. Dos miembros serán designados por la Asamblea Nacional y el Senado, cuatro representantes del Estado designados por decreto, cuatro personalidades de la radiodifusión elegidos por la Comisión Nacional de Comunicaciones y dos representantes del personal.

Los presidentes del directorio de cada una de las sociedades son designados por la autoridad de aplicación entre los representantes de ella en cada sociedad, con excepción del presidente de la Sociedad Nacional cuyas emisiones están destinadas a la difusión internacional. En este caso el presidente es elegido por la Comisión Nacional entre los representantes del Estado.

La ley crea un establecimiento público estatal de carácter industrial y comercial denominado "Instituto Nacional Audiovisual" cuya función es la de conservar y comercializar los archivos audiovisuales de las sociedades nacionales de programación. El Instituto es propietario de los archivos transcurridos tres años desde la emisión. Puede concertar acuerdos de comercialización y explotación de sus archivos audiovisuales, dictar cursos de capacitación para el personal audiovisual e investigar y producir obras y documentos audiovisuales.

Estará presidido por un Consejo de Administración constituido al igual que el directorio de las sociedades nacionales. El presidente del Consejo será elegido entre los miembros que representen al Estado y su mandato será de tres años.

La Ley también prevé la creación de una Sociedad Nacional de Producción Audiovisual destinada a la comercialización de la programación, asegurando en el país y en el exterior la difusión de los programas de las sociedades nacionales. Esta sociedad está constituida como un ente público y su capital mayoritario es estatal. En el pliego de condiciones aprobado por decreto se establecen las obligaciones y el objeto de la sociedad.

En cuanto a la financiación del sistema el Parlamento autoriza la percepción de una tasa denominada "contribución por derecho de uso" que grava los aparatos receptores de T.V. Por otra parte aprueba la distribución de la tasa percibida y de los ingresos en concepto de publicidad entre cada una de las sociedades nacionales, el Instituto Nacional Audiovisual y la Sociedad Nacional de Producción Audiovisual.

El gobierno podrá producir programas en tanto se identifique la fuente y se garantice el derecho de réplica, cuya reglamentación corresponde a la Comisión Nacional.

Asimismo la autoridad de aplicación dispondrá cuáles son las modalidades de la participación de las asociaciones profesionales, sindicatos, partidos políticos y cultos en la programación.

A través de la presente ley se transfiere al sector privado la sociedad "Televisión Francesa I". El 50 % de su capital será asignado a un grupo de adquirentes —dos o más personas físicas o morales con responsabilidad solidaria—, un 10 % se transfiere a los asalariados y el 40 % restante será destinado a la oferta pública.

La comunicación audiovisual comprende la producción y difusión de obras cinematográficas.

Se establecen sanciones privativas de la libertad y pecuniarias, en caso de violación de las disposiciones de la presente ley.

Los servicios de radiodifusión deberán tributar anualmente un canon de acuerdo a lo establecido en la ley de presupuesto.

Por último la ley dispone que los servicios de radiodifusión por vías hertzianas que no tuviesen recursos publicitarios o no difundiesen publicidad serán financiados con recursos provenientes del gravamen sobre la emisión de publicidad. A estas emisoras se les autoriza a emitir mensajes de interés general con fines de lucro.

Radiodifusión en Gran Bretaña

Producido por
Roberto de Michele

La televisión en Gran Bretaña, considerada como servicio público, se ha encontrado en los últimos años con la dificultad común a todas las televisiones europeas de asumir un cambio sustancial: de una situación regulada a base de unos principios claros y asentados a lo largo del tiempo (la BBC fue creada en 1927, por una Royal Charter) se ha pasado a nuevas estructuras que, como en el resto de Europa, no es posible prever si van o no a alcanzar un equilibrio que muchos juzgan necesario. Aunque desde sus orígenes el sistema televisivo inglés ha tenido una normativa precisa no ha encajado al parecer, esa dificultad de "gobernar el cambio" y de acercarse a un nuevo y estable orden televisivo, al menos eso se desprende de los informes de la Independent Broadcasting Authority en los que afirma que la televisión en Europa está todavía en un "peligroso estado infantil en el que los piratas, saqueadores y los predadores abundan" (J. Whintney, Looking Forward, conferencia en la Royal Television Society, Londres 1986).

Los cambios que desde finales de los setenta, cuando se dió luz verde a las emisoras privadas, que se han sucedido en el Reino Unido, han originado profundos trastornos en ciertos sectores tradicionalmente poderosos. Así, por ejemplo, la BBC ha sufrido la peor crisis financiera de su historia. Para encontrar una solución a este problema el Gobierno Conservador ha enaragado a una Comisión (Comisión Peacock) el estudio de la posibilidad de incluir publicidad en la T.V. pública. Las recomendaciones de dicha Comisión se han mostrado contrarias a ello y han optado por soluciones alternativas más próximas al modelo propuesto por la televisión paga de Canadá.

La I.B.A., se crea en 1954 mediante la Television Act que contempla por primera vez la televisión comercial en Gran Bretaña; el régimen establecido por la Ley de 1954, se consolida en los años sesenta con la Television Act de 1963 y 1964, y en 1973 se regula la Independent Television por la Independent Broadcasting Authority Act del mismo año.

En la BBC la máxima autoridad de control es un Consejo compuesto por 12 miembros nombrados por la Corona a propuesta del gobierno; en la I.B.S. organismo de derecho público encargado de coordinar la actividad de la televisión independiente y la radio local —el consejo actúa como órgano colegiado y sus miembros, que pueden oscilar entre cinco y diez más un Presidente y Vicepresidente, son nombrados por el Secretario de Estado de Correo y Telecomunicaciones.

En la Independent Broadcasting Authority Act de 1981 se definen las funciones, obligaciones y poderes del Consejo:

Funciones y Obligaciones

Suministrar (proporcionar) servicios de televisión y radiodifusión en materias de educación, información y entretenimiento.

Asegurar y velar por la calidad de los programas y decidir los días y duración de emisión de los programas.

Asegurar amplia cobertura a los programas de interés público.

Contratación de programas.

Poderes del Consejo

Establecer, instalar y usar estaciones de radiotelegrafía.

Disponer del suministro de equipo para las emisoras de televisión y radiodifusión.

Existen además, tres Consejos para Escocia, Gales e Irlanda, respectivamente que controlan la orientación y el contenido de los programas destinados a tales regiones. Dichos consejos están compuestos de ocho a doce miembros seleccionados por la comisión antes citada, creada en el seno del Consejo Consultivo General, tras consultar a las asociaciones culturales religiosas y sociales más representativas de dichas regiones.

La Broadcasting Act de 1964 contiene en sus disposiciones una sección dedicada especialmente al contenido de la programación y al tipo de publicidad que compete regular a la Independent Television Authority.

Respecto a la programación se establece que no puede incluir emisiones que ofendan el buen gusto o la decencia, que incite o promueva el crimen o el desorden o que sea ofensiva al público. Se requiere que buena parte de la programación se dedique a cuestiones informativas y que las mismas sean presentadas en forma precisa e imparcial. Del total de la programación, la mayoría debe ser de origen británico. Deben respetarse los gustos de los oyentes y en caso que las transmisiones se realicen en zonas donde otros idiomas, aparte del inglés, sean corrientes, una parte de la programación deberá emitirse en esos idiomas. Existe una especial mención para los programas que se refieran a cuestiones públicas o de interés político, donde expresamente se exige imparcialidad en la consideración de los distintos puntos de vista. En cuanto a este último punto, están expresamente excluidas las autoridades de la I.T.A. o contratistas de la misma de tomar parte individualmente en la difusión de tales opiniones.

Respecto de la programación y de la publicidad se prohíben los mensajes subliminales, el ofrecimiento de retribuciones de cualquier índole por sintonizar algún programa en particular y la emisión de opiniones o ideas religiosas, estas últimas sin la previa autorización de la Autoridad.

En un párrafo aparte se hace mención especial a la prohibición de emitir programación con contenido violento en momentos en que la audiencia está formada por menores.

Estos principios fueron mantenidos en las posteriores leyes referidas a la radiodifusión (Broadcasting Act de 1981 y Television Act de 1984) y sólo fueron expandidas o precisadas.

La misma ley regula las situaciones en las que la programación emitida está producida o pertenece directamente o a través de corporaciones accionistas de medios escritos de difusión. Esos programas pueden ser suspendidos por la autoridad de aplicación en los casos en que esa relación societaria y su producto pueden ser contrarios al interés público.

En 1984 se dictó la ley para la difusión de imágenes por cable (Cable and Broadcasting Act) que creó The Cable Authority, órgano de aplicación para este tipo de servicio.

Dicho órgano está compuesto por un Director, un Vice-Director y entre tres y diez miembros que son designados por el Secretario de Estado de Correo y Telecomunicaciones.

Este servicio es prestado por particulares bajo la supervisión del organismo mencionado, que otorga las licencias, controla su explotación, aplica medidas disciplinarias y eventualmente las revoca. Las licencias se otorgan por un sistema de concurso público.

Los criterios que se toman en consideración para otorgar las mismas son los siguientes:

Que la programación sea diversa y variada;

Que la misma se origine en los países miembros de la CEE;

Que tenga un contenido educacional, en consideración con los gustos de los oyentes del área de servicio;

Que incluya la programación producida por grupos y asociaciones locales, además de asistir a los mismos en su producción y preparación;

Que la programación contenga un servicio destinado a los sordos.

En cuanto a las restricciones para la tenencia de una licencia, son similares a las requeridas por la Broadcasting Act. El objetivo de este sistema es que esté en manos de particulares asociados, por lo cual se impide que sean titulares de las mismas corporaciones con fines comerciales, partidos políticos, asociaciones religiosas o empleados públicos.

La radiodifusión en Italia

Producido por
Roberto
Gargarella

Principios generales

En el artículo 1º de la Ley del 14 de abril de 1975 se establece que la difusión de programas radiofónicos constituye un servicio público esencial y con carácter de preeminente interés general. Este servicio público debe favorecer una mayor participación de los ciudadanos y contribuir al desarrollo social y cultural del país en conformidad a los principios constitucionales. Se reserva por lo tanto, al Estado el manejo del servicio.

Como principios fundamentales del servicio público televisivo, se consagran los de: independencia, objetividad y apertura a las diversas tendencias políticas, sociales y culturales, etc.

Para la preservación de los principios y fines señalados se crea además una Comisión Parlamentaria compuesta por cuarenta miembros nombrados por el Parlamento entre los representantes de todos los bloques existentes.

Sin embargo, el 28 de julio de 1976, la Corte Constitucional declaró legítimas las emisiones privadas de radio y televisión de ámbito local.

En dicha sentencia se establece que los artículos 1, 2 y 43 de la ley del 14 de abril de 1975 N° 103 son inconstitucionales por contradecir los artículos 3 y 21 de la Constitución. Los mencionados artículos contradicen a la Carta Magna cuando no consienten la instalación y el ejercicio de plantas de difusión radiofónica y televisiva vía éter en ámbitos locales.

Reconoce la constitucionalidad del monopolio estatal en lo relativo a las transmisiones radiofónicas y televisivas a nivel nacional como servicio público esencial de interés general.

Señala asimismo que, excluida la posibilidad de monopolios y oligopolios en las transmisiones a escala local, dado el costo no relevante de las instalaciones, no aparece justificada la restricción al principio de libertad de manifestación de pensamiento.

La autorización al ejercicio del derecho de iniciativa privada de modo que éste se armonice con el preminente interés general, debe ser regulado por el legislador según continúa la sentencia que deberá fijar, por ejemplo:

- A) Los requisitos personales del titular de la autorización y sus colaboradores, que deberán garantizar una gestión responsable de las transmisiones.
- B) Los alcances posibles de las emisiones.
- C) Límites temporales de las transmisiones publicitarias.
- D) Todas las condiciones necesarias para que el ejercicio del derecho, previa autorización, se desenvuelva efectivamente en el ámbito local y no de lugar a concentraciones o situaciones de monopolio y oligopolio.

La orientación general y la vigilancia de los servicios radiotelevisivos, de todos modos, los sigue ejerciendo la Comisión Parlamentaria.

Así en el art. 4° de la ley N° 103 se establece que la Comisión formula las orientaciones generales para el cumplimiento de los principios referidos en el art. 1°, fija los criterios generales para la formación de los planes anuales y plurianuales de gastos. Establece además los criterios relativos para la emisión de mensajes publicitarios a fin de asegurar la tutela del consumidor y la compatibilidad de las exigencias de la actividad con la fina-

lidad de interés público y la responsabilidad del servicio público radiotelevisivo.

Anteriormente, los poderes de la Comisión estaban dirigidos a ciertos programas en particular, aquellos que trataban las cuestiones más delicadas: la información y las transmisiones políticas.

Esta Comisión encuadra en un contexto atípico entre los órganos de naturaleza parlamentaria.

Previo a la reforma, la mayor parte de las competencias sobre radio y televisión eran atribuidas al gobierno o a los ministros en particular, con la única excepción de algunas prerrogativas de la Comisión Parlamentaria de Vigilancia (que, creada en 1947 tenía funciones de control limitadas). Junto a la Comisión Parlamentaria existe otro organismo de control, a partir de los Consejos Regionales.

En el art. 5° de la ley N° 103 de 1975 se establece que cada Consejo Regional elige un Comité Regional para el servicio radiotelevisivo, compuesto por nueve miembros. Estos representantes duran en sus cargos tres años y su mandato es gratuito.

El Comité Regional es órgano de consulta de la región en materia radiotelevisiva y formula indicaciones sobre los programas radiotelevisivos destinados a tener difusión regional.

Además, formula propuestas acerca de los programas regionales que puedan transmitirse por la red nacional y regulan el acceso a la transmisión regional siguiendo las normas establecidas por la Comisión Parlamentaria.

Sobre el monopolio televisivo

En el año 1981 se planteó nuevamente ante la Corte Constitucional Italiana la cuestión relativa al monopolio público que, a escala nacional, se mantiene en materia de radio y televisión.

La polémica se planteó cuando la Sociedad Rizzoli Editore iba a iniciar la transmisión, a través del espacio y a escala nacional, de un telediario y otros programas de televisión utilizando para ello una red de transmisión de propiedad de las Sociedades SIT, SET y Royal Editrice, compuesta por unas 18 estaciones instaladas por toda Italia y conectadas entre sí.

La R.A.I., concesionaria estatal con carácter exclusivo del servicio radiotelevisivo a escala nacional, consideró ilícita tal iniciativa y lesiva para sus intereses, ya que dichas transmisiones superaban los límites impuestos por la Corte Constitucional (en su sentencia de 1976). En dicha sentencia, según vimos, permitía ese tipo de transmisiones a escala local.

El artículo 700 del Código Procesal Civil italiano, establece que, quien tenga motivos fundados para temer que, si hiciera valer su derecho en

vía ordinaria, respetando los plazos establecidos para ello, estaría amenazado por un perjuicio inminente e irreparable, podrá solicitar del juez la adopción de las medidas vigentes más idóneas para asegurar provisionalmente los efectos de la decisión que recaiga en el juicio de fondo.

La R.A.I., con el fin de bloquear la invasión de las sociedades privadas en la esfera que le está reservada, solicitó del Pretor de Roma la adopción de medidas cautelares vigentes para impedir a las sociedades demandadas seguir adelante con su proyecto televisivo.

En octubre de 1980, el Pretor hizo lugar a la demanda y prohibió la difusión de los programas previstos.

Fue entonces cuando las sociedades demandadas, formularon la cuestión de constitucionalidad de las normas reguladoras del monopolio público en materia televisiva en relación con los artículos 3, 21 y 43 de la Constitución.

El Tribunal de Instancia, suspendió el procedimiento de vigencia adoptado por el Pretor y planteó entonces las cuestiones que la Corte Constitucional deberá decidir.

El Tribunal de Instancia planteó que, debido a los últimos cambios tecnológicos, ya no habría necesidad para limitar las frecuencias ni sería tan alto el costo de las instalaciones, lo que justificaría la duda sobre la constitucionalidad de las citadas normas.

Sin embargo la Corte sostuvo que dichas normas tenían razones para mantenerse debido a que permitían aún evitar la concentración de la actividad radiotelevisiva en un monopolio u oligopolio privado.

Señala que en el contexto socioeconómico en el que la radioteletransmisión está destinado a desenvolverse, no podría darse en el mercado de estos bienes la libre concurrencia. Por el contrario, habría una fuerte tendencia al oligopolio.

El aumento del número de frecuencias, entonces, no será un elemento determinante para excluir el peligro del oligopolio privado que sólo podría evitarse proveyendo al sector radiotelevisivo de una sólida barrera.

En el ámbito local en cambio, las emisoras pueden ejercer la actividad legislativa sin producir las consecuencias dañosas que sí producen a escala nacional o a nivel local cuando concurren una pluralidad de emisoras de muy diferentes orientaciones. A escala nacional un monopolio u oligopolio privado tendría una capacidad de influencia incomparable con las reglas del sistema democrático, contrariando al artículo 21 de la Constitución. Este artículo establece que: "Todos tendrán derecho a manifestar libremente su pensamiento de palabra, por escrito y por cualquier medio de difusión".

La Corte Constitucional analizó también el problema de la conexión de emisoras locales, con la que, a su juicio, se consigue emitir para la totalidad del territorio nacional.

Por ello, la solución de la cuestión planteada vendría dada por todo lo dicho en favor de la legalidad constitucional de la reserva del Estado de las transmisiones a escala nacional.

El art. 43 de la Constitución Italiana permite así apoyar esta sentencia ya que establece que: "La ley podrá, por razones de utilidad general, reservar a título originario o transmitir mediante expropiación y con indemnización al Estado, a entes públicos o comunidades de trabajadores o de usuarios, determinadas empresas o categorías de empresas que exploten servicios públicos esenciales o fuentes de energía o situaciones de monopolio y tengan carácter de preeminente interés general".

Pero mientras anteriormente sólo utilizaba para defender la adecuación a la Constitución del monopolio público el argumento del limitado número de frecuencias disponibles, poco a poco fue agregando a aquél argumento otras razones.

Así, en 1974, introdujo el concepto de servicio público esencial, aunque poniéndolo en una posición subordinada respecto del referido a la limitación de canales.

En la sentencia de 1981, el argumento técnico en cambio fue perdiendo peso en relación con el de servicio público esencial que se vincula con el mencionado art. 43 C.N.

No bastaría entonces un "pluralismo privado" para reemplazar al monopolio público.

Consecuencias de la jurisprudencia de la Corte Constitucional

A partir de las sentencias de la Corte Constitucional en materia de radio y televisión que posibilitaron la existencia de emisoras privadas de carácter local, surgieron numerosas emisoras de este carácter que, poco a poco, fueron incrementando su influencia.

De los cuatro grandes grupos que competían en el ámbito de la televisión privada: Rizzoli, Mondaromi, Rusconi y Berlusconi, el primero desapareció afectado por el escándalo de la Logia P2 y el crack de la editorial que lo respaldaba. Las otras tres se fusionaron en el Canal 5, de Berlusconi.

El resto de la emisión privada está formando por Euro-TV, que no supera el 4 % de la audiencia nacional, y algunas emisoras locales que sobreviven con grandes dificultades.

Cronología de las emisoras privadas

El 28 de julio de 1976 se deposita la sentencia por la cual, según vimos, el Tribunal Constitucional declara legítimas las emisoras privadas de Radio y Televisión, mientras operen en el ámbito local. Gobierno y Parla-

mento fueron invitados entonces a proveer las necesarias leyes de regulación. En Roma comienza a transmitir "Quinta Rete", emisora del editor Rusconi. En septiembre el editor Angelo Rizzoli anuncia que está poniendo en pie en Malta una televisión destinada a cubrir toda Italia. La intención declarada de estos grandes grupos editoriales es la de acaparar el mercado publicitario. En octubre los editores de prensa se reúnen con el Ministerio de Telecomunicaciones, el democristiano Colombo, para reivindicar la prioridad en la asignación de canales de radio y televisión. No imaginaban que pocos años más tarde serían desbancados del sector.

En 1978 el grupo Rizzoli-Corsena adquiere **Tu Altominese**. En mayo, **Telemilano** de Silvio Berlusconi comienza sus transmisiones vía éter con un repetidor instalado en el rascacielos Pirelli. Otro Ministro de Telecomunicaciones, Gulotti, presenta un proyecto de ley de regulación. También Rusconi incrementa la participación de su editora en el sector de la televisión. Modaroni por su parte todavía limita su propia actividad a la acaparación publicitaria tramitada por la GTE.SPA. En este sector comienza a operar también la Publi Herta surgida de la Publikompass, concesionaria del grupo Fiat.

En 1979 Silvio Berlusconi constituye la sociedad Rete Italia; en julio nace la CTA, que asocia a 20 televisiones regionales vinculadas a otros tantos periódicos.

En torno a Canal 5, Berlusconi constituye una serie de sociedades de servicios que prefiguran la Constitución de una red de dimensiones y de caracteres inéditos en la Europa Occidental. El 15 de septiembre nace RAI 3. En 1980, junto a Canale 5 surge, en la zona centro-meridional, Canale 10. En octubre, la controversia RAI-Rizzoli, es demandada ante el Tribunal Constitucional.

En 1981, el circuito Canale 5 asume dimensiones de verdadera red nacional. Berlusconi comienza a competir con la RAI especialmente en el campo de las retransmisiones deportivas. Se deposita la sentencia por la cual, de acuerdo a lo que señalamos, se le niega la razón a Rizzoli, se confirma asimismo la "legalidad de las televisiones privadas en el ámbito local, y se requiere del legislador que elabore de una vez por todas una reglamentación que impida efectivamente la creación de oligopolios y monopolios.

El escándalo de la P2 y el crack financiero del grupo Rizzoli determina el fin de su influencia en la televisión.

El primero de enero de 1982 sale al aire Italia 1, la red de Rusconi. Tres días más tarde también inicia su programación Rete 4, red del grupo Mondaroni. En el escenario aparece también Euro-TV.

El primero de enero de 1983 se formaliza el pacto Berlusconi-Rusconi. La red privada posee, por tanto, dos redes nacionales.

En 1984 Berlusconi compra también Rete 4. El oligopolio privado es un hecho consumado. El resto de la televisión privada está constituido

por Euro TV que no supera el 4 % de la audiencia nacional, de algún otro circuito para-nacional que aún sobrevive y por emisoras locales también languidecientes.

Consecuencias de la aparición de la TV comercial

Cuando nació la posibilidad de las emisoras locales de quebrar el monopolio de la RAI todos estuvieron convencidos de que por fin las realidades locales tendrían su espacio.

Sin embargo, pasados los años, hoy en la televisión italiana sólo reinan la RAI, la red privada dirigida por Berlusconi y algunos empresarios con televisión pluriregional.

Si hasta 1976 los principios fundamentales de la RAI, con sus 6000 ítems de programación al año, eran los de informar, educar y entretener, enfrentada a la competencia comercial, ha comenzado a privilegiar la búsqueda de audiencia y anuncios publicitarios.

Así, por ejemplo, ha pasado a tener 20.000 horas de transmisión anuales y ha sido definida como "la primera televisión privada italiana".

De las 471.000 millones de liras que se invertían en publicidad en 1978, hoy se llega a los 4 billones.

El 50 % de esta suma la consume la televisión. En 1976 también, la televisión tenía menos de 19.000 interrupciones publicitarias, en 1986 en cambio, sin tener en cuenta las televisiones locales, transmitieron 300.000 espacios publicitarios. O sea que en Italia, actualmente, cada 24 horas salen al aire en televisión casi ocho horas de publicidad. En ningún país europeo se superan las dos horas de publicidad diarias.

Las televisoras privadas han concentrado la publicidad de los productos de gran consumo y, como si ello no fuera suficiente, han abierto las puertas a miles de sectores prohibidos por la RAI y a innumerables empresas que antes no intentaban siquiera acceder al medio.

Si antes era de 300 empresas la cartera de clientes de la RAI, la de la principal emisora privada es hoy de 1.500.

El sistema actual se considera dualista. De la ilusión de las "1000 antenas al lado de una RAI pluralista" se ha llegado a una sola y gran red privada, junto al servicio público.

La calidad de la programación, en general, se considera muy baja.

Indice

PROLOGO	7
MIEMBROS DEL CONSEJO PARA LA CONSOLIDACION DE LA DEMOCRACIA	11
I- FUNDAMENTOS	13
La Filosofía de una Ley de Radiodifusión	13
El sistema mixto	24
Monopolios	27
La radiodifusión y los derechos individuales	29
Libertad de Expresión	
Derecho a la Información	
Derecho de Rectificación	
Fundamentación	
Objeciones al derecho de rectificación	
1) <i>Restricción a la libertad de expresión</i>	
2) <i>Violación a los derechos de propiedad de comercio y de industria</i>	
Análisis de antecedentes	
Conclusiones	
La publicidad en los medios de comunicación	34
Jurisdicción	39
II- EXPOSICION DE MOTIVOS	41
1- Introducción	41
2- Regulación normativa	41
3- Sistema mixto	41
4- Principios generales del proyecto	42
4.1- Libertad de Expresión	
4.2- Derecho a la Información	

4.3- Derecho de Rectificación	
4.4- Gratuidad	
4.5- Recepción Satelital	
5- Autoridades del sistema	45
5.1- Organo de Aplicación de la Ley	
5.2- Juntas Regionales	
5.3- Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual	
5.4- Defensor del Público	
6- Entes Públicos	47
6.1- Radio y Televisión Argentina	
6.2- Ente Nacional de Radio y Televisión	
6.3- Emisoras Provinciales, Municipales y Universitarias	
7- Régimen de licenciatarios y adjudicaciones - Régimen de frecuencias y licencias	48
8- Programación y publicidad	50
9- Fomento del pluralismo informativo	51
10- Redes y repetidoras	51
11- Financiación del sistema	52
12- Situaciones irregulares	52
13- Régimen de sanciones	52
III- PROYECTO DE LEY DE RADIODIFUSION	55
Disposiciones y Principios Generales	55
Derecho a la Información	
Gratuidad	
Recepción Satelital	
Selecciones del Usuario	
Derecho de Rectificación	
Responsabilidad de las Fuentes	
Procedimiento de Difusión	
Organos de Aplicación de la Ley	57
Junta Ejecutiva Nacional	
Junta Asesora	
Juntas Regionales	
Instituto de Investigación y Promoción Audiovisual	
Defensor del Público	

Entes Públicos de Radio y Televisión	62
Radio y Televisión	
Ente Nacional de Televisión	
Emisoras Provinciales, Municipales y Universitarias	
Régimen de los licenciatarios	63
Jurisdicción, Competencia y Adjudicación de Licencias	64
Procedimientos de Adjudicación	
Preferencias	
Programación y Publicidad	66
Fomento del Pluralismo Informativo	68
Redes y Repetidoras	69
Régimen Sancionatorio	70
Recursos Judiciales	72
Disposiciones Impositivas	72
Disposiciones Transitorias	73
Reservas de los Señores Consejeros	74
IV- ANALISIS DE SISTEMAS COMPARADOS	77
Brasil	77
España	80
Gran Bretaña	82
Francia	87
Italia	89
V- EVALUACION DEL CUESTIONARIO	93
Cuestionario sobre el Proyecto de Ley de Radiodifusión	93
Cuestionarios enviados	95
Entidades a las que se enviaron cuestionarios	98
a) Evaluación individual de los cuestionarios respondidos	
b) Material recibido sin consulta por cuestionario	
c) Proyectos presentados por diversos legisladores	

VI- CUADRO COMPARATIVO DE OPINIONES	103
Proyectos y entidades consideradas	103
Temas considerados	103
2.1 - Caracteres básicos del servicio de radiodifusión	104
2.2 - Objetivos de la Radiodifusión	106
2.3 - Titulares de la Presentación Derechos y Deberes	109
2.4 - Organo de aplicación de la Ley	118
2.5 - Medios públicos	125
2.6 - Licencias	132
2.7 - Régimen de adjudicación	138
2.8 - Repetidoras	142
2.9 - Contenidos	143
2.10- Publicidad	159
2.11- Gravámenes	154
2.12- Satélites	158
VII- OTROS APORTES	161
Respuestas enviadas al Consejo con respecto al cuestionario sobre Ley de Radiodifusión.	161
1- Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas	161
2- Asociación Argentina de Agencias de Publicidad	162
3- Asociación Intercooperativa Regional	163
4- Asociación Argentina de Actores	163
5- Cámara Argentina de Industrias Electrónicas	164
6- Cámara Argentina de Anunciantes	164
7- Consejo Profesional de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones (Proyectos SECOMP, SIP y COMFER)	164
8- Consejo de Rectores de las Universidades Privadas	165
9- Federación Argentina de Trabajadores de Prensa	166
• Jurisdicción - Interés Público	
• Titulares	
• Zonas de frontera y promoción - Interés Nacional	
• Objetivos	
• Programación - Información - Publicidad	
• Créditos para estímulo	
10- Asociación Cultural Mariano Moreno	169
• Proyecto: T.V. Educativa Cultural Biblioteca Moreno.	
Radio Educativa Cultural Biblioteca Moreno	

11- LT4 Radiodifusora Misiones	171
12- Mercados & Tendencias	172
13- Soc. Gral. de Autores de la Argentina	173
14- Soc. Argentina de Escritores (SADE)	173
15- Soc. Argentina de Autores y Compositores de Música (SADAIC)	174
16- Universidad Nacional del Comahue	175
• Propuesta y aportes en materia de Radiodifusión	176
17- Universidad Nacional de Entre Ríos	176
18- Universidad Argentina de la Empresa	177
19- Universidad Nacional del Nordeste	178
• Secretaría General de Extensión Universitaria	
20- Ing. Carlos Federico Aragón	179
21- Comisión Nacional Justicia y Paz	180
VIII- ANEXOS	183
Es sistema de radiodifusión en la República Federal de Alemania	183
1- La base jurídica	
2- Los tipos de emisoras de radiodifusión en la República Federal de Alemania	
2a- Entidades radiofónicas de "Derecho Público"	
2b- Entidades radiofónicas centrales	
2c- Entidades de radiodifusión privadas	
Síntesis	
Notas	
El sistema de radiodifusión Canadiense	195
Introducción	
Comisión de Radio-Televisión y Telecomunicaciones Canadiense	
Régimen de Licencias	
Canadian Broadcasting Corporation	
Reglamentos de Televisión, Radio AM y Radio FM	
El Futuro	
Regulación y control de la Radiodifusión en los EE.UU.	201
1- El control sobre monopolios de radiodifusión	
1a- Regulación General. Diversidad como fuerza de la democracia.	

- 1b- Antitrust
 - 1c- "Networks" y "Prime-time"
 - 2- Regulación sobre programación
 - 2a- Equal time rule
 - 2b- Fairness Doctrine
 - 3- Cumplimiento y sanciones de la regulación federal
 - 3a y b- Procedimientos sobre las licencias
 - 3c- Requerimientos ("cease and desist orders")
 - 3d- Sanciones económicas
- Sumario

La ley francesa Nro. 1067	213
Radiodifusión en Gran Bretaña	216
Funciones y obligaciones	
Poderes del Consejo	
La radiodifusión en Italia	219
- Principios generales	
- Sobre el monopolio televisivo	
- Consecuencias de la jurisprudencia de la Corte Constitucional	
- Cronología de las emisoras privadas	
- Consecuencias de la aparición de la T.V. comercial	

Realización Gráfica
EDITORES CUATRO S.R.L.
Cerrito 1136, 5° P. - Capital Federal
Impreso en Argentina